



NEMZETI
KÖZSZOLGÁLATI EGYETEM
ÁLLAMTUDOMÁNYI ÉS NEMZETKÖZI TANULMÁNYOK KAR
CIVILISZTIKAI TANSZÉK

OPUSCULA CIVILIA

**Nyakas Györgyi – Sivák Veronika –
Csibor Ferenc – Garamvölgyi Dávid –
Dúl János (szerk.)**

*A Magánjogi Kutatóműhely
fogyasztóvédelmi vonatkozású
tanulmányai*

Előszó

2019. március 18-án alakult meg a Magyar Zoltán Szakkollégium keretei között a Magánjogi Kutatóműhely, amelynek tagjai a polgári jog egyes részterületeinek alaposabb feltérképezésére vállalkoztak, vállalkoznak a Nemzeti Közszolgálati Egyetem Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar Civilisztikai Tanszékével együttműködésben. A Kutatóműhely keretei között annak tagjai a jogág sajátos szegmenseit képviselő személyekkel, oktatókkal és gyakorlati szakemberekkel találkozhatnak; ezeket az alkalmakat rendszerint megelőzi egy, az előadó által elmondottakhoz kapcsolódó általánosabb jogszabályi, joggyakorlati és szakirodalmi kutatómunka és felkészítő előadás a Civilisztikai Tanszék kollégái részéről. A Kutatóműhely tagjai így az egyetemi képzésben meghatározott tananyagot túlmenően, teoretikus és praktikus tudásra tehetnek szert, amely a későbbi munkavégzés során is hasznosítható.

A Kutatóműhely alapító tagjai Csibor Ferenc, Czákó Boglárka, Kengyel Réka, Kiss Rebeka, Kolostyák Kamilla, Nyakas Györgyi és Zombori Gréta voltak, jelenleg a Szakkollégium által meghatározott programok között szerepel a Kutatóműhely, amely eredményes elvégzését ebben a félévben Csibor Ferenc, Elter Norbert, Nyakas Györgyi, Sárdi Adrienn, Sivák Veronika, Szűcs Richárd és Torda Sztella vállalta.

A hallgatók előzetes felkészítését, az előadók meghívását, az események megszervezését, koordinálását a Civilisztikai Tanszék két munkatársa vállalta: Prof. Dr. Papp Tekla tanszékvezető asszony iránymutatása és az előadókkal történő kapcsolatfelvétel mellett Dr. Dúl János szervezi az előadásokat, valamint készíti fel a hallgatókat.

A Kutatóműhely sokszínű programjainak vendégeiként köszönhetjük eddig az alábbi személyeket: Prof. Dr. Dorota Masniak (University of Gdansk, előadásának címe: Modern Challenges of Insurance Law); Prof. Dr. Hugh Beale (University of Warwick, University of Oxford, előadásának címe: English and continental contract laws: key differences); Dr. Dubravka Klasicek (Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, előadásának címe: Inheritance law in 21st century); Prof. Dr. Maria M. Pabón (Loyola University New Orleans, College of Law, előadásának címe: The Modern Family in the Law of the United States Part I and Part II); Dr. Vogel Barbara (ügyvéd, Magyar Áruküldők Egyesülete, előadásának címe: Fogyasztóvédelem a gyakorlatban - a webáruházakat érintő hatósági ellenőrzések).

2020. március 5-én Fogyasztóvédelmi alapvetések és az üzlethelyiségen kívüli kereskedelem címmel került megszervezésre tudományos esemény keretében tartott kiváló előadást Dr. Hajnal Zsolt, a Debreceni Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar Polgári Jogi Tanszékének egyetemi docense, a Fogyasztóvédők Magyarországi Egyesületének elnöke,

valamint Dr. Morvay György ügyvéd, a Közvetlen Értékesítők Szövetség Etikai Bizottságának tagja. (Az eseményről, ahogy a korábbi rendezvényeinkről is az alábbi oldalon olvasható rövid összefoglaló: <https://antk.uni-nke.hu/tanszekek/civilisztikai-tanszek/maganjogi-kutatomuhely>) A Magánjogi Kutatóműhely tagjainak az előadások által inspirálódott tanulmányait olvashatja a Tisztelt Olvasó a jelen kiadványban. A tanulmányokhoz fűzött jobbító javaslataiért ezúton is köszönetet mondok Prof. Dr. Papp Tekla tanszékvezető asszonynak.

A tanulmányok olvasásához kellemes időtöltést kívánok!

Budapest, 2020. október 27.

DÚL János*
szerkesztő

* Tudományos segédmunkatárs, Nemzeti Közsolgálati Egyetem, Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar, Civilisztikai Tanszék.

NYAKAS Györgyi*

A véleményvezérek reklámtevékenysége és szabályozási háttere

1. Bevezetés

Kutatásom témájának a véleményvezérek reklámtevékenységét választottam, mivel úgy gondolom, ez egy olyan terület, ami a mindennapjainkat már átszötte. Nemcsak egyre többen végzik ezt a tevékenységet, hanem létrejöttek influenszerkereső adatbázisok, sőt, a hirdető és az influenszerek között közvetítő ügynökségek is, tehát egy teljesen kiépült, 5-10 éves jelenségről van szó. Emellett azonban bizonyos fogyasztóvédelmi kérdések is felmerülnek, ezért vizsgálatom középpontjába azt a kérdést állítom, hogyan alakult ezeknek a reklámtevékenységeknek a jogi szabályozása, illetve miként jelenik meg ez a gyakorlatban.

A téma aktualitását adja az, hogy fogyasztói társadalmunkban a reklámok központi szerepet játszanak. Ezek többségével elsősorban már nem a hagyományos platformokon találkozunk, mint a TV, rádió, újság, hanem az interneten. Az online tér számos lehetőséget biztosít a hirdető számára, hogy akár személyre szabottan, akár különböző marketingfogásokkal elérjék a célközönséget. Erre jó példa a véleményvezérekkel, vagy influenszerekkel való hirdetés. Mivel általában elkötelezett követőbázissal rendelkeznek, ezért rajtuk keresztül célzottan és könnyen népszerűsíthető az adott termék vagy szolgáltatás. Ugyanakkor az újfajta reklámok tömeges megjelenése kihívás elé állítja a fogyasztókat; egy-egy ilyen új helyzetben ugyanis nehezebb felismerniük, hogy hirdetésről van szó, így a tudatos fogyasztói magatartás kialakítására egyre nagyobb hangsúlyt kell helyezni.

2. Véleményvezér, reklám és fogyasztó

Első körben tisztázni szeretném azokat a fogalmakat, amelyek a téma szempontjából relevánsnak bizonyulnak, azaz a véleményvezérek, a reklám és a fogyasztók körét fogom lehatárolni.

A véleményvezérek olyan, a közösségi médiában aktív személyek, akik képesek követőik véleményét formálni és döntéseiket befolyásolni. A stabil követőbázis, a velük kialakított bizalom, valamint az, hogy az influenszerek általában egyszerre több online felületen is jelen vannak (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube stb.), remek „reklámfelületet”

* Államtudományi osztatlan mesterképzési szak, IV. évfolyam. Tag, Nemzeti Közszerológiai Egyetem, Magyar Zoltán Szakkollégium.

jelentenek a vállalkozások számára.¹ Megkülönböztethetünk egymástól mikro-, makro- és megainfluenszereket, akiknek a követők/feliratkozók száma lényegesen eltérő lehet, de az alapján is kategorizálhatjuk őket, hogy milyen terméket érdemes velük hirdetni, vagyis a különböző iparágak alapján.² Ez a különböző célcsoportok elérése szempontjából lényeges.

A reklám törvényi fogalmát a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény 3. § d) pontja határozza meg, e szerint a gazdasági reklám olyan közlés, tájékoztatás, illetve megjelenítési mód, amely valamely birtokba vehető forgalomképes ingó dolog – ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket – (a továbbiakban együtt: termék), szolgáltatás, ingatlan, vagyoni értékű jog (a továbbiakban mindezek együtt: áru) értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás neve, megjelölése, tevékenysége népszerűsítésére vagy áru, árjelző ismertségének növelésére irányul. Ezt el kell határolni a politikai és a társadalmi célú hirdetésektől, amelyeknek nincs gazdasági céljuk, és külön szabályozásuk van.³ A gazdasági reklám elsődleges célja a vásárlásra ösztönzés, a hirdetők ezzel az eszközzel egyfajta vágyat igyekeznek kialakítani a termék megszerzése iránt.⁴ E tekintetben a reklámjogi és fogyasztóvédelmi szabályok széles köre igyekszik megteremteni a megfelelő szintű védelmet a fogyasztók számára.

A fogyasztók körének meghatározásában segítségünkre van egyrészt a Polgári Törvénykönyv, mely szerint fogyasztó a szakmája, önálló foglalkozása vagy üzleti tevékenysége körén kívül eljáró természetes személy⁵, másrészt a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVIII. törvény (továbbiakban: Fttv.) 2. § a) bekezdése, amely alapján a fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy. Ez a két jogszabály hasonlóan határozza meg, kik számítanak fogyasztóknak, és mint természetes személyek jelölik őket. Ugyanez nem mondható el a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvényről (a továbbiakban: Fgytv.), amely a természetes személyeken kívül további jogalanyokat is említ, többek között idesorolható a civil szervezet, az egyházi jogi személy, a

¹ Gazdasági Versenyhivatal: #GVH#Megfeleles#Velemenyvezer. https://www.gvh.hu/data/cms1037278/aktualis_hirek_gvh_megfeleles_velemenyvezer_2017_11_20.pdf, (2020. 10. 01.)

² <https://www.influencerkereso.hu/tudastar/influencer-marketing>, (2020. 10. 01.)

³ <https://reklamjog.hu/reklamszabalyok/altalanos/mi-minosul-reklamnak>, (2020. 10. 01.)

⁴ TOMKA Béla (2009): Európa társadalomtörténete a 20. században. Osiris Kiadó, Budapest. Digitális tankönyvtár. https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/2011_0001_520_europa_tarsadalomtortenete/ch08s04.html, (2020. 10. 01.)

⁵ 2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről (a továbbiakban: Ptk.) 8:1. § (1) bekezdés 3. pontja.

társasház, a lakásszövetkezet, a mikro-, kis- és középvállalkozás.⁶ Jelen dolgozat szempontjából elegendő a fogyasztókat mint természetes személyeket érteni.

Kiemelném továbbá a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK irányelvet, amely preambuluma (18) bekezdésében az Európai Unió Bíróságának fogalmát, az átlagfogyasztót veszi alapul, aki „*megfelelően tájékozott, figyelmes és körültekintő, figyelembe véve a társadalmi, kulturális és nyelvi tényezőket is.*” Majd ugyanebben a bekezdésben rögzíti a jogszabály azt, hogy „*A nemzeti bíróságok és hatóságok – az Európai Bíróság esetjogának figyelembevételével – saját mérlegelési jogkörükben határozzák meg az átlagfogyasztó adott esetben tanúsított jellegzetes viselkedését.*” Magyarországon az Európai Unió Bíróságának fogalmával összhangban az ésszerűen tájékozottan, adott helyzetben elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztó magatartását kell alapul venni, amennyiben pedig egy meghatározott fogyasztói csoportra irányul a kereskedelmi gyakorlat, akkor az adott csoport általánosan jellemző magatartását kell figyelembe venni.⁷ Így például a GVH gyakorlata szerint ésszerűen jár el, és racionális az a fogyasztó, aki nem kételkedik a reklámok szavahihetőségében, ugyanis nem szükséges elvárni tőlük, hogy ellenőrizzék azok valóságtartalmát.⁸

3. Fogyasztóvédelem, fogyasztóvédelmi politika és fogyasztóvédelmi jog

A fogyasztóvédelem legfőbb feladata a fogyasztók biztonságának megteremtése, valamint érdekeik és jogaik védelme.⁹

A fogyasztóvédelmi politika határozza meg az ehhez szükséges eszközrendszert, illetve azt, hogy a lehetséges megoldások közül melyik kerüljön alkalmazásra. Voltaképpen kétféle alternatíva létezik. Az egyik, miszerint a fogyasztókat „helyzetbe kell hozni”, képessé kell tenni őket, hogy megfelelő döntéseket hozzanak, és erősíteni kell a fogyasztói tudatosságot. A másik pedig, hogy az állam aktívan, jogi eszközök segítségével védje őket. Általánosságban elmondható, hogy a legtöbb országban mindkettő szerepet játszik, csak a hangsúlyok eltérőek.¹⁰

⁶ Vö. Fgytv. 2. § (a) pontja.

⁷ 2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról (a továbbiakban: Fttv.) 4. § (1) bek.

⁸ TÓTH András (2018): Fogyasztóvédelem a digitális korban. In: Homicskó Árpád (szerk.): *Egyes modern technológiák etikai, jogi és szabályozási kihívásai*. Károli Gáspár Református Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar, Budapest. 204.

⁹ SZEKERES Diána (2011): A fogyasztói jogérvényesítés és a fogyasztóvédelem extrajudiciális eszközei. In: ADÁM Antal (szerk.): *PhD tanulmányok 10. PTE ÁJK Doktori Iskola*, Pécs. 423. http://real.mtak.hu/32648/1/fogyasztoi_jogervenyesites_SZD_scan_ocr_u.pdf, (2020. 10. 01.)

¹⁰ TÓTH Tihamér (é. n.): *Fogyasztóvédelmi közjog. Egyetemi jegyzet és szöveggyűjtemény*. 21. <https://jak.ppke.hu/uploads/articles/12239/file/Fogyik%C3%B6zjogjegyzet%20-%20T%C3%B3th%20Tiham%C3%A9r.pdf>, (2020. 10. 01.)

A fogyasztóvédelmi jog célja, hogy kiegyenlítse a fogyasztók és a piaci szereplők közt fennálló egyensúlyhiányos állapotot. A fogyasztók gyengébb pozíciója alapvetően az információhiányból ered, ezáltal a magánjogi viszonyokban megjelenő mellérendeltség egyfajta alá-fölérendeltségi helyzetbe fordul át. Ezt az állapotot kívánja a jogalkotó helyreállítani.¹¹

3.1. A vonatkozó jogi környezet

Az Európai Unió és Magyarország is egyre nagyobb figyelmet fordít a fogyasztók védelmére és ennek jogi eszközeinek megerősítésére, megfelelően a 21. század kihívásainak. Az egységes szerkezetbe foglalt Európai Unióról szóló Szerződés és az Európai Közösséget létrehozó Szerződés 95. cikkének (3) bekezdésében is megjelenik a fogyasztóvédelem, és kiemelt céllá válik a magas szintű védelmének kialakítása. Magyarország Alaptörvénye szintén rögzíti a fogyasztók jogainak védelmét, és a fogyasztói jogok mint alkotmányos jogok jelennek meg.¹²

A UCP irányelv, vagyis a már korábban említett tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK irányelv a magyar szabályozásban 2008-ban jelent meg, és került átültetésre a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény elfogadásával.¹³ Az irányelv a B2C (Business to Consumer) kapcsolatokat szabályozza, és célja többek között a magas szintű fogyasztóvédelem elérése, a tisztességes kereskedelmi gyakorlatok fejlődésének elősegítése, illetve a tagállamok szabályozásainak közelítése, mindezt a fogyasztók tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal szembeni védelmének teljes harmonizációjával kívánja elérni.¹⁴

Az irányelv, és így az Fttv. melléklete is tartalmazza azt a 31 pontból álló felsorolást, amely rögzíti a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat. Ezek között található a 11. pontban azt a gyakorlatot, amely összefüggésbe hozható a véleményvezérek reklámtevékenységével, eszerint „[a]z írott vagy elektronikus médiában szerkesztői tartalom használata az áru értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására

¹¹ HAJNAL Zsolt (2010): A fogyasztóvédelem alanya: a fogyasztó. In: SZIKORA Veronika (szerk): *Magyar fogyasztóvédelmi magánjog - Európai kitekintéssel*. Fogyasztóvédők Magyarországi Egyesülete, Debrecen. 39.

¹² PAPP Tekla (2012): A fogyasztó fogalmával kapcsolatos anomáliák a magyar magánjogban. *Acta Universitatis Sapientiae Legal Studies*. 2012/2. 249. <http://www.acta.sapientia.ro/acta-legal/C1-2/legal12-6.pdf>, (2020. 10. 01.)

¹³ PÁZMÁNDI Kinga: A reklám fogyasztóvédelmi jogi megítélése. In: SZIKORA Veronika (szerk): *Magyar fogyasztóvédelmi magánjog - Európai kitekintéssel*. Fogyasztóvédők Magyarországi Egyesülete, Debrecen. 255.

¹⁴ Jelentés a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK irányelv és a megtevesztő és összehasonlító reklámra vonatkozó 2006/114/EK irányelv átültetéséről, végrehajtásáról és érvényesítéséről. (2008/2114(INI))
<https://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0514+0+DOC+XML+V0/HU#title1>, (2020. 10. 01.)

ügy, hogy ezért a vállalkozás ellenszolgáltatást nyújtott, ez azonban nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból vagy a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi vagy akusztikus elemekből (szerkesztői tartalomnak álcázott reklám)”. Tehát amennyiben az elektronikus médiában úgy tesznek közzé hirdetést, hogy annak hirdetésjellege nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból, akkor az a fogyasztó megtévesztésére alkalmas, és tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak számít, amely pedig tilos.¹⁵ Ezekben az esetekben a Gazdasági Versenyhivatal jogosult eljárni.

4. A Gazdasági Versenyhivatal fellépése a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámok ellen

A Hivatal 2016-ban három nagy követőtáborral rendelkező véleményvezér kommunikációs tevékenységét kezdte vizsgálni. Mindhárom esetben megállapításra került, hogy olyan reklámokat is közzétettek, amelyeknél elmaradt a reklámjelleg megjelölése, és a fogyasztók figyelmét nem hívták fel megfelelően arra, hogy nem egy semleges véleményt olvasnak, hanem szponzorált tartalomról van szó.¹⁶

Mindennek azért van kiemelt jelentősége, mert az influenszerek nagy befolyással vannak a fogyasztók vásárlási döntéseire, így amennyiben számukra nyújtott ellenszolgáltatás fejében helyezik el közösségi média felületeiken ezeket a hirdetéseket, akkor a fogyasztók tisztességes tájékoztatása érdekében kötelesek ezt feltüntetni, mégpedig egyszerű és közérthető módon úgy, hogy ez egyértelműen kitűnjön a többi bejegyzés közül. Fontos elkülöníteni a független és a fizetett tartalmakat, utóbbi esetében ugyanis nem egy semleges vélemény, hanem gazdasági érdek áll a háttérben, amire ha nem hívják fel a fogyasztók figyelmét, az megtévesztő lehet, és üzleti döntéseiket nem megfelelően fogják meghozni.¹⁷

A 2016-ban indított ügyek mindhárom esetben kötelezettségvállalással zárultak, mivel a GVH álláspontja az volt, hogy könnyebben védhető a közérdek az iránymutatások által, mint versenyfelügyeleti eljárások során. A kötelezettségvállalások vonatkoztak a véleményvezérek kommunikációs gyakorlatának megváltoztatására, a véleményvezérekkel kötött marketingcélú együttműködésre vonatkozó szerződési gyakorlatra, továbbá két ügyben oktatási célú kommunikációs tevékenységet is vállaltak. Ezeknek a kötelezettségvállalásoknak az volt a

¹⁵ Vö. Fttv. 3. § (1) bek.

¹⁶ https://www.gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/2019_es_sajtokozlemenyek/influencer-marketinggel-kapcsolatos-kotelezettsegeket-kert-szamon-a-gvh, (2020. 10. 01.)

¹⁷ Gazdasági Versenyhivatal: #GVH#Megfeleles#Velemenyezer. https://www.gvh.hu/data/cms1037278/aktualis_hirek_gvh_megfeleles_velemenyezer_2017_11_20.pdf, (2020. 10. 01.)

célja, hogy a fogyasztók, a hirdető, az egyéb üzleti partnerek, illetve más influenszerek is iránymutatást kapjanak, kialakítva egy megfelelő piaci gyakorlatot ezek segítségével. A kötelezettségvállalások utólagos vizsgálata azóta lezárult, ahol nem sikerült maradéktalanul betartani azokat, ott a mulasztások miatt (két ügyben is) pénzbírságot szabott ki a Hivatal.¹⁸

A GVH a megelőzés érdekében további lépéseket is tesz. *#GVH#Megfeleles#Velemenyvezer* címmel készített tájékoztatója részletesen leírja a véleményvezérek körét, tevékenységét, hol, hogyan és milyen formában megfelelő a reklám, a hirdetés, a szponzorált tartalom közzététele, továbbá felhívja a figyelmet a felelősség kérdésre, mivel adott esetben nem csak a közzétevő, tehát a véleményvezér felelőssége állapítható meg, hanem a hirdető és a közreműködő vállalkozásoké is. Ez a tájékoztató a helyes piaci gyakorlatok kialakításában nyújt segítséget.

Emellett a Hivatal 2019-ben képviseltette magát az Influencer Festivalon is, ahol szintén a betartandó szabályokra és azok fontosságára hívta fel a figyelmet a fogyasztóvédelmi iroda vezetője. Említhető még a GVH edukációs kampánya, amelyet 2015-ben indított *Gondolja végig higgadtan* címmel, ennek keretein belül adta ki azt a tájékoztató anyagot is, amely *Ismert személyek a reklámokban*¹⁹ elnevezéssel a fogyasztói tudatosságot igyekszik fejleszteni. 2016-ban a kampány folytatódott *Ne legyen könnyű préda* szlogennel, amely a fogyasztók mellett a vállalkozásoknak is igyekszik segítséget és hasznos információkat nyújtani.²⁰

5. Külföldi kitekintés

A hazai gyakorlat hasonló más országokéhoz, ahol az illetékes hatóságok szintén igyekeznek kialakítani az erre a reklámtevékenységre vonatkozó kereteket, és támogatják azt különböző útmutatásokkal. Az Egyesült Államok Szövetségi Kereskedelmi Bizottsága például már 2009-ben tett közzé ilyen iránymutatást,²¹ és jelenleg is részletes tájékoztatást nyújt a honlapján,

¹⁸ Gazdasági Versenyhivatal: Influencer marketinggel kapcsolatos kötelezettségeket kért számon a GVH. https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/sajtokozlemenyek/2019_es_sajtokozlemenyek/sk_vj_5_2019_utovizsgalat_withlove&inline=true, (2020. 10. 01.); Gazdasági Versenyhivatal: 5 millió Ft-os versenyfelügyeleti bírság Rubint Réka és a The Body Shop influenszer-marketingje kapcsán vállalt kötelezettségek hiányosságai miatt.

https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/sajtokozlemenyek/2019_es_sajtokozlemenyek/sk_vj_49_2018_lezart_alakreform&inline=true, (2020. 10. 01.)

¹⁹ Gazdasági Versenyhivatal: Ismert személyek a reklámokban. https://gvh.hu/pfile/file?path=/fogyasztoknak/gondolja_vegig_higgadtan/gondolja_vegig_higgadtan_ismert_szemelyek_a_reklamokban&inline=true, (2020. 10. 01.)

²⁰ Gazdasági Versenyhivatal: Beszámoló az Országgyűlés részére 2016. 21. http://www.ort.hu/wp-content/uploads/2019/02/gvh_ogy_pb_2016.pdf, (2020. 10. 01.)

²¹ BAK László (2018): Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok az adatalapú gazdaságban. *Versenytitkőr*, Különszám VII. 9.

illetve kiadvánnyal és videókkal segíti a véleményvezéreket, hogy a vonatkozó jogszabályoknak megfelelhessenek.²²

Az angol verseny- és piacfelügyeleti hatóság a reklámtevékenységgel foglalkozó bizottsággal karöltve szintén több oldalról igyekszik biztosítani a jogsértések elkerülését. Érdekes, hogy már létezik egy három modulból álló eLearning tananyag is, amely térítés ellenében elérhető. A tananyag foglalkozik a Reklámkódexszel, vagyis hogy a reklámszabályok hogyan kapcsolódnak és vonatkoznak a különböző közösségi médiákban közzétett tartalmakra, ezen kívül hogyan kell a fogyasztók számára felismerhetően reklámokat közzétenni, és végül a célközönségre vonatkozó szabályokkal, mint például a korhatáros termékek reklámszabályaival.²³

Norvégiában a fogyasztóvédelmi ombudsman foglalkozik ezzel a témával, és 2014-ben tette közzé első iránymutatását a témában.²⁴ Jelenleg a honlapon az általános szabályozáson kívül különböző példákon keresztül is szemléltetik, hogyan kell megjelölni a hirdetéseket blog, Instagram, Facebook, Snapchat és Twitter bejegyzések esetén.²⁵

6. Konklúzió

A Gazdasági Versenyhivatal viszonylag későn, 2016-ban kezdte vizsgálni a véleményvezérek közösségi médiában való reklámtevékenységeit. A Hivatal célja alapvetően preventív eszközökkel kezelni a helyzetet, és ezzel megfelelő magatartást kialakítani mindkét oldalon.

A kutatásban korábban említett fogyasztóvédelmi politikai eszköz, a „helyzetbe hozás” szükséges, hogy a fogyasztókat képessé tegyék megfelelő döntések meghozatalára, emellett azért is előtérbe kerülhet, mert az illetékes szervnek nincs kapacitása egy ilyen tömegjelenségnél minden esetet ellenőrizni, illetve eljárást lefolytatni.

További szempont lehet – amennyiben sikerül – tudatos fogyasztói magatartást kialakítani a megváltozott, digitális kornak megfelelően, úgy nem szükséges újabb és újabb jogszabályokat alkotni annak érdekében, hogy védjék a fogyasztókat, és elkerülhető az esetleges túlszabályozás problémája.

Összességében elmondható, hogy a GVH több irányból igyekszik támogatni a jó gyakorlat kialakítását, így az első eljárásai, kampányai, kiadványai és iránymutatásai mind azt

²² <https://www.ftc.gov/tips-advice/business-center/guidance/disclosures-101-social-media-influencers>, (2020. 10. 01.)

²³ <https://www.caplearning.org.uk/social%20media>, (2020. 10. 01.)

²⁴ BAK (2018), 9.

²⁵ <https://www.forbrukertilsynet.no/english/guidelines/the-consumer-ombudsmans-guidance-on-labelling-advertising-in-social-media>, (2020. 10. 01.)

a célt szolgálják, hogy elősegítse a jogkövető magatartást, illetve a fogyasztók megfelelő üzleti döntéseket hozhassanak, mindez pedig összhangban áll a más országok által képviselt trendekkel.

Felhasznált és ajánlott irodalom

- [1.]BAK László (2018): Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok az adatalapú gazdaságban. *Versenytükör*, Különszám VII. 4-15.
- [2.]BUVÁR Ágnes (2019): A tipikus reklámok reprezentációjának hatása a szponzorált tartalmak felismerésére és értékelésére. *Médiakutató*. Tavasz. 47-59.
- [3.]FERENCZ Adrienn (2020): Az influenszerek – avagy a véleményvezérnek álcázott humán reklámhordozók tevékenységének jogi vetületei. *Jogi Fórum*. <https://www.jogiforum.hu/hirek/41309>, (2020. 10. 01.)
- [4.]HAJNAL Zsolt (2010): A fogyasztóvédelem alanya: a fogyasztó. In: SZIKORA Veronika (szerk): *Magyar fogyasztóvédelmi magánjog – Európai kitekintéssel*. Fogyasztóvédők Magyarországi Egyesülete, Debrecen. 39-52.
- [5.]MÁRKUS Mónika – SZÜCS Edit – TAKÁCS Tímea – MATKÓ Andrea (2014): A reklámok befolyásoló hatása. *Debreceni Műszaki Közlemények*. 2014/2. 1-20. https://dea.lib.unideb.hu/dea/bitstream/handle/2437/211998/file_up_matko.pdf?sequence=1&isAllowed=y (2020. 10. 01.)
- [6.]MISKOLCZI BODNÁR Péter (2019): Kodifikálható-e a fogyasztóvédelem? In: GÁRDOS-OROSZ Fruzsina – MENYHÁRD Attila (szerk.): *Az új Polgári Törvénykönyv első öt éve*. Társadalomtudományi Kutatóközpont Jogtudományi Intézet, Budapest. 251-266.
- [7.]PAPP Tekla (2012): A fogyasztó fogalmával kapcsolatos anomáliák a magyar magánjogban. *Acta Universitatis Sapientiae Legal Studies*. 2012/2. 249-257. <http://www.acta.sapientia.ro/acta-legal/C1-2/legal12-6.pdf>, (2020. 10. 01.)
- [8.]PÁZMÁNDI Kinga (2010): A reklám fogyasztóvédelmi jogi megítélése. In: SZIKORA Veronika (szerk): *Magyar fogyasztóvédelmi magánjog – Európai kitekintéssel*. Fogyasztóvédők Magyarországi Egyesülete, Debrecen. 251-288.
- [9.]SZEKERES Diána (2011): A fogyasztói jogérvényesítés és a fogyasztóvédelem extrajudiciális eszközei. In: ÁDÁM Antal (szerk.): *PhD tanulmányok 10. PTE ÁJK Doktori Iskola*, Pécs. 423-447. http://real.mtak.hu/32648/1/fogyasztoi_jogervenyesites_SZD_scan_ocr_u.pdf, (2020. 10. 01.)

- [10.] TÁRCZY Edit Zsuzsanna (2011): A UCP Irányelv története. *De iurisprudentia et iure publico*. 2011/4. 159-173.
- [11.] TÓTH András (2018): Fogyasztóvédelem a digitális korban. In: HOMICSKÓ Árpád (szerk.): *Egyes modern technológiák etikai, jogi és szabályozási kihívásai*. Károli Gáspár Református Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar, Budapest. 199-217.
- [12.] TÓTH Tihamér: Fogyasztóvédelmi közjog. Egyetemi jegyzet és szöveggyűjtemény.
<https://jak.ppke.hu/uploads/articles/12239/file/Fogyik%C3%B6zjogjegyzet%20-%20T%C3%B3th%20Tiham%C3%A9r.pdf>, (2020. 10. 01.)
- [13.] ZAVODNYIK József (2013): Az általános szerződési feltételek és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok. *Versenytükör* 2013/2. 34-53.

Internetes források

- [1.] Be Social: Magyar tinik a Neten.
https://besocial.hu/magyar_tinik_a_neten/be_social_Magyar_Tinik_a_Neten_2019_02_13_grafikonok.pdf, (2020. 10. 01.)
- [2.] <https://www.caplearning.org.uk/social%20media>, (2020. 10. 01.)
- [3.] Competition&Markets Authority: Social media endorsements: being transparent with your followers. <https://www.gov.uk/government/publications/social-media-endorsements-guide-for-influencers/social-media-endorsements-being-transparent-with-your-followers>, (2020. 10. 01.)
- [4.] Federal Trade Commission: Disclosures 101 for Social Media Influencers.
https://www.ftc.gov/system/files/documents/plain-language/1001a-influencer-guide-508_1.pdf, (2020. 10. 01.)
- [5.] Forbrukertilsynet: The Consumer Authority's guidance on labelling advertising in social media. <https://www.forbrukertilsynet.no/english/guidelines/the-consumer-ombudsmans-guidance-on-labelling-advertising-in-social-media>, (2020. 10. 01.)
- [6.] Gazdasági Versenyhivatal: #GVH#Megfeleles#Velemenyezer.
https://www.gvh.hu/data/cms1037278/aktualis_hirek_gvh_megfeleles_velemenyezer_2017_11_20.pdf, (2020. 10. 01.)
- [7.] Gazdasági Versenyhivatal: 5 millió Ft-os versenyfelügyeleti bírság Rubint Réka és a The Body Shop influenszer-marketingje kapcsán vállalt kötelezettségek hiányosságai miatt.
<https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/sajtoszoba/sajtokozlomenyek/sajtokozlomenyek/2>

- [019 es sajtokozlemenyek/sk_VJ_49_2018_lezart_alakreform&inline=true](#), (2020. 10. 01.)
- [8.] Gazdasági Versenyhivatal: Beszámoló az Országgyűlés részére 2016. http://www.ort.hu/wp-content/uploads/2019/02/gvh_ogy_pb_2016.pdf, (2020. 10. 01.)
- [9.] Gazdasági Versenyhivatal: Ismert személyek a reklámokban. https://gvh.hu/pfile/file?path=/fogyasztoknak/gondolja_vegig_higgadnan/gondolja_vegig_higgadnan_ismert_szemelyek_a_reklamokban&inline=true, (2020. 10. 01.)
- [10.] Gazdasági Versenyhivatal: Influencer marketinggel kapcsolatos kötelezettségeket kért számon a GVH. https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/sajtokozlemenyek/2019_es_sajtokozlemenyek/sk_vj_5_2019_utovizsgalat_withlove&inline=true, (2020. 10. 01.)
- [11.] Gazdasági Versenyhivatal: Újabb véleményvezér ügye zárult kötelezettségvállalással. https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/sajtokozlemenyek/2017_es_sajtokozlemenyek/sk_112_2016_lezart_fogy_megtev_alakreform_avanzo&inline=true, (2020. 10. 01.)
- [12.] <https://www.influencerkereso.hu/tudastar/influencer-marketing>, (2020. 10. 01.)
- [13.] <https://reklamjog.hu/reklamszabalyok/altalanos/mi-minosul-reklamnak>, (2020. 10. 01.)
- [14.] TÁRCZY Edit Zsuzsanna (2009): Egyes problémák a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok uniós szabályozásával kapcsolatban. In: STIPTA István (szerk.): *Collegium Doctorum Konferencia*. Bíbor Kiadó, Miskolc. <https://www.uni-miskolc.hu/~wwwdeak/Collegium%20Doctorum%20Publikaciok/T%E1rczy%20Edit.pdf>, (2020. 10. 01.)
- [15.] TOMKA Béla (2009): Európa társadalomtörténete a 20. században. Osiris Kiadó, Budapest. Digitális tankönyvtár. https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/2011_0001_520_europa_tarsadalomtortenete/ch08s04.html, (2020. 10. 01.)

Sivák Veronika*

Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Feketelista

1. Bevezetés

Dolgozatomban a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok témakörét és az ehhez kapcsolódó feketelistát fogom bemutatni. Először egy rövid történelmi kitekintést olvashatunk, amely a fogyasztóvédelem fejlődésén vezet végig az ókori Rómától egészen a szocializmus időszakáig, a hangsúlyt a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megjelenési formáira, azok szabályozására fektetve. Ezután megnézzük, mit is takar pontosan a feketelista, mi számít tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak? Az egyes tiltott gyakorlatokat – a még könnyebb érthetőség érdekében – hétköznapi példákkal szemléltetem. Ezt követően áttérünk a fogyasztóvédelem jelenlegi hazai intézményrendszerére: milyen esetek kerülnek ezen szervek elé, hogyan zajlik az eljárás, az egyes eljáró hatóságokhoz egy-egy valós példát is társítva, ezáltal egy jóval gyakorlatiasabb szempontból megvilágítva ezt az izgalmas témakört.

A téma kutatásához az otthoni bezártság miatt az internet által kínált lehetőségeket volt alkalmam igénybe venni: az online fellelhető szakirodalmat, egyetemi jegyzeteket, doktori értekezéseket, az eljáró hatóságok honlapjait, illetve a releváns jogszabályokat használtam fel a dolgozat elkészítéséhez. Igyekeztem érthetően fogalmazni, és különböző érdekességekkel még sokszínűbbé tenni dolgozatomat, hogy akár még a téma iránt egyébként nem érdeklődő olvasó figyelmét is felkelthessem.

2. Történelmi visszatekintés

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok azokat a jogszabályellenes magatartási szabályokat foglalják magukba, amelyek alkalmasak a fogyasztó döntésének torzítására, illetve a fogyasztót arra készítetik, hogy olyan döntést hozzon meg, amelyet megfelelő tájékoztatás mellett egyébként nem tett volna meg.

Már az ókori Rómában fellelhetők azon jogalkotói törekvések, amelyek a kereskedelmi kapcsolatokban a gazdasági pozícióját tekintve gyakran „gyengébb” felet, a vevőt kívánták megvédeni a hivatásos kereskedőkkel szemben. A piacok felügyelete is ezt a törekvést szolgálta: az ókori római városokban működő piacokon a kereskedők csak ellenőrök felügyelete

* Államtudományi osztatlan mesterképzési szak, III. évfolyam. Tag, Nemzeti Közszerződési Egyetem, Magyar Zoltán Szakkollégium.

mellett árusíthattak, ugyanis a vevők nem nagyon bíztak a kereskedőkben, az ellenőrök jelenléte pedig védelmet nyújtott. Az első „fogyasztóvédelmi jogintézmények” között említhetjük a *caveat emptor* elvét, amely a vevő körültekintő eljárásának követelményét, ezzel összefüggésben pedig a látható és rejtett hibák jelentőségét fogalmazta meg. A *dicta et promissa* a jótállás előképeként ragadható meg: az eladó önként vállalt ígéretet az áru tulajdonságait illetően. A piacot is ellenőrző városi tisztviselők, az *aedilisek* taxatívén felsorolták azokat a hibákat, amelyekért az eladó objektíve köteles volt helytállni. Ezeken a jogintézményeken túl a vevőt választási jog illette meg az igényérvényesítési lehetőségeket illetően: ezt szolgálta az elállás (*actio redhibitoria*) és a vételár-csökkentés (*actio quanti minoris*) intézménye.²⁶

A középkorban a fogyasztói érdekvédelemben a céhek jártak elől. A céhek szigorú szabályokkal védték minőségre épülő piacaikat, vevőiket, ügyfeleiket.²⁷ A céhekkal és azoknak tagjaival szemben támasztott követelmények – amelyeket a céhlevelekbe foglaltak – mellett a vevők biztonságban érezhették magukat. Például a pozsonyi pékek 1376-ban kelt céhlevelében találjuk azt a szabályozást, hogy a maguk közül kiválasztott hét mester és egy városi küldött polgár felügyeli azt, hogy „jól és rendes mértékkel süssenek”. Az előírásoknak nem megfelelően elkészített pékárut a kórházban lévő szegényeknek juttatták el.²⁸

Az újkorban a tömegtermelés elindulásával az állam a fogyasztók érdekeit még inkább védő törvényeket alkotott. Nagy-Britanniában a XIX. században például a súly- és mértékügyi törvények szerint a kenyeret és a szentet súlyra kellett értékesíteni. Ekkor lépett életbe a védjegy-törvény is. A XX. század legelején Frederick Winslow Taylor nyomán jelent meg a minőségellenőrzés. Az iparosodott társadalmakban világszerte megjelentek a kereskedelmet szabályozó törvények: az 1893-as brit kereskedelmi törvény a vevők és az eladók jogait, illetve kötelezettségeit határozta meg; Franciaországban olyan törvények léptek életbe, amelyek a kereskedelmi csalásokat voltak hivatottak büntetni; 1914-ben az Amerikai Egyesült Államokban elfogadták a kereskedelmi törvényt, valamint megalakították a Kereskedelmi Bizottságot, amely felelősségre vonhatta a tisztességtelen versenyzőket alkalmazó cégeket.²⁹

A magyar szabályozás történetéből kettő törvénycikket érdemes kiemelni: az egyik az 1884. évi XVII. törvénycikk, amely az Ipartörvény nevet viselte, amelynek 58. §-a tiltotta a

²⁶ NAGY Éva (2012): *A vevő-fogyasztó tradicionális jogai ingó adásvétel hibás teljesítése esetén*. PhD-értekezés. Szeged. 12.

²⁷ HOFFMANN Istvánné (2004): A fogyasztói érdekvédelem fejlődéstörténete. *Fogyasztóvédelmi Szemle* 2004/1.

²⁸ Nemes hagyományok. *Fogyasztóvédelmi Szemle* 2010/3.

²⁹ HOFFMANN Istvánné (2009): A termelő és az értékesítő közös feladata a fogyasztói érdekek szolgálata. *Magyar Tudomány* 2009/6. 683.

tömeges vételre ingerlő eladási módok – mint például végeladás, árverés, kiárusítás – tisztességtelen felhasználását. A másik a tisztességtelen versenyről szóló 1923. évi V. törvénycikk, amely az üzleti tisztességet sértő 5 tényállást nevesített. A tényállások közül témámhoz illeszkedően három minősíthető relevánsnak, amelyeket röviden ki is fejtek.

- Szédelő feldícsérés (reklámszédelés): Árú forgalombahozatalánál nem szabad a kelendőség fokozására alkalmas olyan adatokat híresztelni, amelyek a valóságnak meg nem felelnek és megtévesztésre alkalmasak. A valóságnak megfelelő adatot sem szabad úgy híresztelni, hogy annak a szokásos figyelem mellett a valóságnak meg nem felelő értelmet lehessen tulajdonítani.³⁰
- Bitorlás és utánzás: ezen tényállás azokat a magatartásokat tiltja, amikor egy vállalat olyan nevet, ismertető jelet használ, amely összetéveszthető más versenyvállalatával, illetve áru nem hozható forgalomba olyan jellegzetes külsőben vagy elnevezéssel, amely egy másik versenyvállalathoz egyértelműen köthető.³¹
- Hírnévrontás és hitelrontás
- Hólabda-szerződés: Nem szabad úgynevezett hólabda (hydra-, jogosító bárca-, lavina-) szerződést kötni, amelynél fogva a vevő vagy valamely szolgáltatás megrendelője csak abban az esetben szerzi meg vagy kapja meg az árút vagy a szolgáltatást, ha meghatározott számú további vevőket vagy megrendelőket gyűjt és ha ez nem sikerül, a szerződés kikötése szerint joghátrány éri. Az ilyen szerződés, valamint az ennek alapján a vevő vagy a megrendelő részéről harmadik személyekkel kötött további szerződések semmisek; a kifizetett vételárt vagy ellenszolgáltatást vissza kell adni és az eladó vagy a szolgáltatásra kötelezett fél felel az okozott károkért.³²
- Az üzleti vagy üzemi titok elárulása vagy jogosulatlan felhasználása.

A törvénycikkben meghatározott tényállások (kihágások és vétségek) legszigorúbb büntetéseként a kereskedéstől vagy iparúzéstól való eltiltás jelenik meg.

A szocializmus időszakában a fogyasztónak egy egészen másfajta kiszolgáltatottságáról beszélhetünk: nem a kereskedői erőfölény, hanem a szocialista gazdaságra jellemző hiány miatt.³³ Hiánygazdaságban nem az eladó próbálja meggyőzni a vevőt a vásárlásról, hanem a vevőre hárul a tranzakció összes költsége, hiszen többnyire a vevő vár az árura, illetve a vevő kénytelen különféle erőfeszítéseket tenni az eladó megnyerése érdekében, ideértve akár a

³⁰ Vö. 1923. évi V. törvény 2-6. §

³¹ Vö. 1923. évi V. törvény 7-9. §

³² 1923. évi V. törvény 14. §

³³ BENCSIK András (2012): *A fogyasztói jogok tartalmának és érvényesülésének közjogi keretei Magyarországon*. Doktori értekezés, Műhelyvita-anyag. Pécs. 26-27.

korruptiót vagy az áru minőségére vonatkozó kompromisszumokat.³⁴ De természetesen ebből az időszakból is maradtak ránk olyan szabályozások, melyek a fogyasztók érdekeit törekedtek körülbástyázni. A belkereskedelemtől szóló 1978. évi I. törvény általános alapelve akképp fogalmazott, miszerint a gazdálkodó szervezetek feladata, hogy a fogyasztók érdekeinek megfelelően járjanak el az áruforgalmi folyamat minden szakaszában. Megjelenik a minőségvédelem, a kártérítés intézménye, az úgynevezett vásárlók könyve (az üzlettel kapcsolatos észrevételek, panaszok). A fogyasztói érdekvédelem intézményrendszere az alábbi 3 szerv tevékenységén nyugodott: Országos Kereskedelmi Főfelügyelőség (OKF), Kereskedelmi Minőségellenőrző Intézet (KERMI), Fogyasztók Országos Tanácsa (FOT).

3. A hatályos szabályozási környezet

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok listáját, az úgynevezett feketelistát a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (továbbiakban Fttv.) tartalmazza. Mielőtt rátérnék az Fttv. szabályozási megoldásaira, szükségesnek tartom, hogy bővebben kitérjek az Európai Unió fogyasztóvédelmet érintő joganyagára, amelyből az Fttv. is táplálkozik. 2005-ben született meg az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról. Az irányelv legfőbb célja, – amit a bevezetésben is olvashatunk – hogy közelítse a tagállamok azon jogszabályait, amelyek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatra vonatkoznak. Az uniós jogalkotó szervek úgy ítélték meg, hogy a tagállamok szabályozási megoldásai olyan feltűnő eltéréseket mutatnak, amelyek jelentősen torzíthatják a gazdasági versenyt, és akadályokat gördíthetnek a belső piac zökkenőmentes működése elé. E megoldások a jogalkalmazó feladatát is megnehezítik, hiszen az eltérések bizonytalanságot idézhetnek elő abban, melyik nemzeti szabályozást kell alkalmazni, ha a fogyasztó gazdasági érdekei sérülnek egy tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat következtében. Az irányelv mindezeket a hiányosságokat hivatott orvosolni, és arra kötelezi a tagállamokat, hogy az irányelv rendelkezéseit építsék be saját nemzeti szabályozásukba. Így vált az irányelv a magyar joganyag részévé az Fttv. megalkotása által, amely teljes mértékben átveszi az irányelv szabályozási logikáját, illetve egyben tartalmazza az úgynevezett feketelistát, amely az irányelv I. mellékleteként szerepel. Az Fttv. megoldásait és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat értékelési rendszerét – amelyek az irányelvet tükrözik – a későbbiekben fogom kifejteni.

³⁴ KORNAI János (1989): *A hiány*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest. 138.

3.1. A kereskedelmi gyakorlat

Mindenekelőtt azonban fontos tisztázni azt, mi számít kereskedelmi gyakorlatnak, e fogalmat az Fttv. adja meg: a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja.³⁵ Fogyasztónak pedig kizárólag a „laikus” magánszemélyek számítanak a törvény értelmezésében: az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy.³⁶ Azon fogyasztó magatartása a mérvadó, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el. Vagyis az „egyszerű” fogyasztótól elvárható, hogy tájékozódjon, azonban az már nem, hogy ellenőrizze a kereskedelmi kommunikációban³⁷ szereplő információ helytállóságát.

Az Fttv. összetett, többlépcsős értékelési rendszert honosított meg:

1. Általában tiltja a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot.³⁸
2. Kiemeli a megtévesztő és az agresszív kereskedelmi gyakorlatokat.³⁹
3. Külön mellékletben sorolja fel a már említett feketelistás kereskedelmi gyakorlatokat.

A törvény 3. §-ának (2) bekezdése tartalmazza az úgynevezett generálklauzulát: egyrészt az a kereskedelmi gyakorlat számít tisztességtelennek, amelynek megvalósítója nem a szakmai gondosság követelményének megfelelően jár el, másrészt, amely torzítja a fogyasztói magatartást vagy alkalmas a fogyasztói magatartás torzítására. A megtévesztő vagy agresszív kereskedelmi gyakorlat megvalósítója a fogyasztót olyan döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként a fogyasztó nem hozott volna meg. Például a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója a döntés szempontjából fontos árujellemzők tekintetében valótlan tényt állít, vagy valós tényt megtévesztésre alkalmas módon tár a fogyasztó elé (megtévesztés) vagy pszichés/fizikai nyomásgyakorlással korlátozza a fogyasztó áruval kapcsolatos döntési szabadságát. A törvény 3. §-ának (2) és (3) bekezdésében meghatározott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatoktól eltérően a feketelistában meghatározott magatartások a törvény erejénél fogva tisztességtelennek minősülnek, vagyis a jogsértés megállapításához nincs szükség egyéb feltételek teljesülésére.

³⁵ Fttv. 2. § d) pontja.

³⁶ Fttv. 2. § a) pontja.

³⁷ Fttv. 2. § e) pontja: a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől.

³⁸ Fttv. 3. § (1) bek.

³⁹ Fttv. 3. § (3) bek.

3.2. Egyes tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok

Az Fttv. melléklete 31 tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot nevesít, amelyeket e helyen nem fogok felsorolni és kifejteni. Most csak az Európai Unió hivatalos honlapján⁴⁰ felsorolt, leggyakrabban előforduló tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok (*unfair commercial practices*) lajstromát fogjuk áttekinteni, az Fttv. mellékletében meghatározott fogalmakkal együtt, az egyes tényállásokat hétköznapi példával is szemléltetve.

1. *Bait advertising* – csalogató reklám: Áru meghatározott áron való vásárlására felhívás annak elhallgatásával, hogy a vállalkozásnak alapos oka van azt feltételezni, hogy az adott vagy azt helyettesítő árut a kínált áron nem fogja tudni – az árura, a vonatkozó kereskedelmi kommunikáció hatókörére és az ajánlati árra figyelemmel – megfelelő időtartamig és mennyiségben szolgáltatni vagy más vállalkozástól beszerezni.⁴¹ Magyarul a kereskedelmi gyakorlatot folytató (eladó) a termékeit/szolgáltatásait nem hirdetheti nagyon alacsony áron abban az esetben, ha nincsen elegendő tartaléka. Egy példával még inkább megérthetjük a csalogató reklám fogalmát: egy légitársaság reklámjában az a hirdetés jelenik meg, hogy Párizsba most mindössze 1000 Ft-ért repülhetünk, ám amint foglalni szeretnénk, azt a hibaüzenetet kapjuk, hogy nincs több elérhető ülőhely a feltüntetett áron. Az esetről értesítjük a fogyasztóvédelmi hatóságot, amely megerősíti, hogy a társaságnak valóban megfelelő számú ülőhelyet kéne biztosítania az adott áron.
2. *Manipulation of children* – gyermekek manipulálása: Reklámban gyermekkorúak közvetlen felszólítása a reklámozott áru megvételére, illetve igénybevételére vagy arra, hogy győzzék meg szüleiket vagy más felnőttet, hogy vásárolja meg számukra a reklámozott árut.⁴² Tétélezzük fel, hogy a kedves Olvasó gyermeke azzal a szeretetteljes kéréssel fordul Önhöz, hogy vegyen meg neki egy babát, amely a gyermek kedvenc rajzfilmjének egyik karakterét jeleníti meg. A tisztelt szülő rögtön megérti gyermeke kérését, amikor meglátja az alábbi felugró reklámot: „A népszerű rajzfilm karakterének figurája már a játékboltokban! – Kérd meg szüleidet, hogy vegyék meg Neked!” Ezzel a reklámmal a termékét hirdető cég tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot valósított meg.

⁴⁰ https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/unfair-treatment/unfair-commercial-practices/index_en.htm, (2020. 10. 01.)

⁴¹ Fttv. Melléklet 5. pontja.

⁴² Fttv. Melléklet 28. pontja.

3. *False claims about cures* – gyógymódokról történő hamis állítások: Annak valótlan állítása, hogy az áru alkalmas betegségek, illetve az emberi szervezet működési zavarai vagy rendellenességei gyógyítására.⁴³ Ilyennek tekinthető például az a termék, amely a haj látványos megnövekedését ígéri 3 héten belül arra hivatkozva, hogy a termék „klinikailag tesztelt”, hatása pedig „tudományosan bizonyított”, holott szó sincs erről. Félrevezetett vásárlók tömegei reklamálnak a termék ígért hatásának elmaradása miatt. A vásárlók a fogyasztóvédelmi szervhez fordulnak, ahol azt a tanácsot kapják, miszerint csatlakozzanak a terméket hirdető vállalkozás ellen induló eljáráshoz.
4. *Pyramid scheme* – piramis-elv: Piramis-elvre épülő olyan eladásösztönző rendszer létrehozása, működtetése vagy támogatása, ahol a fogyasztó azzal a lehetőséggel számol, hogy – elsősorban további fogyasztóknak a rendszerbe való beléptetéséből, és kevésbé az áruk értékesítéséből vagy fogyasztásából eredően – valamilyen juttatásban részesülhet.⁴⁴ Tehát nem minden piramis-elvre épülő eladásösztönző rendszer működése jogszabályellenes, hiszen rengeteg ilyen működik világszerte jogszerű keretek között (gondoljunk csak a különböző kozmetikai termékeket árusító láncokra), hanem azok, amelyeknél a munkavállaló elsősorban nem azért kap juttatást, mert eladta a vállalkozás termékeit, hanem azért, mert minél több társát vonta be az üzletbe.
5. *False offers of prizes, gifts* – nyeremény, ajándék hamis felajánlása: Olyan hamis benyomás keltése, hogy a fogyasztó már megnyert, meg fog nyerni, vagy meghatározott cselekmény megtétele révén fog megnyerni egy nyereményt (díjat, jutalmat vagy azzal egyenértékű egyéb előnyt), miközben valójában nincs ilyen nyeremény, vagy a nyeremény érvényesítése, illetve igénybevétele a fogyasztó számára meghatározott pénzösszeg megfizetéséhez vagy költségek viseléséhez kötött.⁴⁵ A vállalkozók, kereskedők nem kínálhatnak fel nyereményt vagy ajándékot, amennyiben a felajánlás után a fogyasztót fizetésre kötelezik.
6. *Phony „special” advantages* – hamis „különleges” előnyök: A fogyasztók törvényes jogainak olyanként való bemutatása, mintha azok a vállalkozás ajánlatának sajátosságai lennének.⁴⁶ A vállalkozás nem kínálhat a fogyasztónak olyan speciálisnak tűnő jogokat, amelyek a fogyasztót egyébként is megilletik. Például a fogyasztó egy számítógépet szeretne venni az interneten keresztül, ahol az alábbi speciálisnak tűnő ajánlatra bukkan:

⁴³ Fttv. Melléklet 17. pontja.

⁴⁴ Fttv. Melléklet 14. pontja.

⁴⁵ Fttv. Melléklet 31. pontja.

⁴⁶ Fttv. Melléklet 10. pontja.

„2 év javítási vagy kicserélési garancia”. Az illető emiatt az „ajánlat” miatt ezt a számítógépet vásárolja meg, holott az minden fogyasztó törvényes joga, hogy a terméken minimum 2 év garancia legyen.

7. *False use of limited offers* – korlátozott ideig rendelkezésre álló termékek/szolgáltatások: A fogyasztó azonnali döntéshozatalra készítése céljából annak valótlan állítása, hogy az áru csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, vagy bizonyos feltételek mellett csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, és ezáltal a fogyasztó megfosztása a tájékozott döntéshez szükséges időtől és alkalomtól.⁴⁷ Például egy bicikli féláron való meghirdetése a vállalkozás weblapján azzal a kikötéssel, hogy az ajánlat 24 órán belül lejár. A fogyasztónak az idő korlátozottsága miatt azonnal döntenie kell, ezért más eladónál nem néz szét az árak összehasonlítása miatt, hanem kihasználja ezt az egyszeri alkalmat. Egy héttel később azonban azt tapasztalja, hogy a honlapon ismét megjelent ez a „kihagyhatatlan” ajánlat.
8. *Persistent unwanted offers* – kéretlen ajánlatok: az európai uniós jogszabályok alapján a vállalatok nem küldhetnek rendszeres és kéretlen ajánlatokat táveladásra alkalmas módon. Telefonon, távmásolón (telexon), elektronikus levelezés, illetve azzal egyenértékű egyéni kommunikációs eszköz vagy más távközlő eszköz útján ismétlődően és nem kívánt módon a fogyasztó sürgetése, kivéve, amennyiben ez a vállalkozás szerződéses kötelezettsége teljesítéséhez szükséges.⁴⁸

Az előbb felsorolt, pontokba szedett feketelistás gyakorlatokat az Európai Unió 2005/29/EK irányelve (a továbbiakban: UCP) és az Fttv. is tartalmazza. A UCP megalkotásával az Európai Unió egyik fő célkitűzése a tagállamok különböző gyakorlatának és szabályozásának összehangolása volt.

4. Az eljárásra jogosultak, a hazai intézményrendszer

Az Fttv. három hatóságot nevez meg, amelyek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése esetén eljárnak: a fogyasztóvédelmi hatóság, a Magyar Nemzeti Bank, illetve a Gazdasági Versenyhivatal.⁴⁹ A törvény a Magyar Nemzeti Bankot és a Gazdasági Versenyhivatalt kivételes esetekben eljáró hatóságokként említi, alapvetően a fogyasztóvédelmi hatóság jár el. A Magyar Nemzeti Bank jár el akkor, amennyiben az érintett kereskedelmi gyakorlat a vállalkozás olyan tevékenységével függ össze, amelyet a Bank

⁴⁷ Fttv. Melléklet 7. pontja.

⁴⁸ Fttv. Melléklet 26. pontja.

⁴⁹ Fttv. 10. § (1)-(3) bek.

felügyel. A Gazdasági Versenyhivatal azokban az esetekben érintett, amikor a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. A törvény az eljárás közös szabályait sorolja fel, majd kitér az egyes, már említett hatóságok eljárásának különös rendelkezéseire.

Ha a fogyasztó bármilyen fogyasztóvédelmi problémával szembesül, jogorvoslatért a fogyasztóvédelmi hatósághoz fordulhat, de a hatóság hivatalból is eljárhat. A fogyasztóvédelmi hatóság a vállalkozás piaci magatartását vizsgálja fogyasztóvédelmi szempontból. Az eljárás során többek között ellenőrzi a forgalmazással, a szolgáltatásnyújtással, a gyermek- és fiatalkorúak védelmével és a megtévesztéssel kapcsolatos ügyeket. A fogyasztó egyedi ügyét a békéltető testület oldja meg. Amennyiben a hatóság jogsértő magatartást észlel, a jogsértő állapot megszüntetésének elrendelésétől kezdve a fogyasztóvédelmi bírság kiszabásáig terjedő jogkövetkezményeket állapíthat meg. A bírság összege több tényezőtől függ, mint például a vállalkozás éves nettó árbevételének nagysága, vagy a fogyasztók széles körének okozott jelentős vagyoni hátrány. Mindent összevetve a bírság összege e tényezők tükrében 15 ezer forinttól egészen 2 milliárd forintig terjedhet.

Egy nagyon is időszerű esetben a fogyasztóvédelem az alább leírtak szerint járt el: egy vállalkozás közel 15 ezer forintos áron hirdetett koronavírus elleni autófertőtlenítést egy Vecsésen kihelyezett molinón és az egyik közösségi oldalon. A cég ellen megtévesztés miatt fogyasztóvédelmi hatósági eljárás indult. Az Innovációs és Technológiai Minisztérium (ITM) jelzésére a hatósági ellenőrök helyszíni ellenőrzést végeztek Vecsésen, a molinó azonban akkorra már eltűnt. Mivel a szakemberek a közösségi oldalon közzétett bejegyzést lementették, annak alapján a cég ellen megtévesztés miatt fogyasztóvédelmi hatósági eljárás indul. A hatályos szabályozás szerint az eljárás akár többszáz ezer forintos bírság kiszabásával is zárulhat.⁵⁰

A Gazdasági Versenyhivatal az ügynevezett versenyfelügyeleti eljárás alapján folytat vizsgálatot. Az eljárás fogyasztói bejelentés alapján, összefonódás-bejelentés alapján vagy hivatalból indulhat. A versenyfelügyeleti eljárás megindítását a közérdek hatékony védelmének is indokolnia kell. Az eljárás a szakmai irodák vizsgálóinál indul. Amennyiben a vizsgáló nem szünteti meg az eljárást, az ügy a versenytanácshoz kerül. A versenytanács csak abban az esetben tart tárgyalást, ha azt az ügyfél kifejezetten kéri, vagy azt a versenytanács szükségesnek látja. A versenytanács határozatában többek között elrendelheti a törvénybe ütköző állapot megszüntetését vagy a jogsértő tájékoztatással kapcsolatban helyreigazító nyilatkozat

⁵⁰https://fogyasztovedelem.kormany.hu/#/koronavirus_nyereszkeskedore_csapott_le_a_fogyasztovedelem, (2020. 10. 01.)

közzétételét, de akár versenyfelügyeleti bírságot is kiszabhat. A következő esetben a Gazdasági Versenyhivatal a Béres Gyógyszertár Zrt. magatartását vizsgálta tisztességtelen kereskedelmi gyakorlattal összefüggésben. A határozat szerint a vállalat a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott azzal, hogy két termékével kapcsolatos szórólapon, plakáton, televíziós reklámban, mozi szponzorációban, valamint YouTube hirdetésben közvetlenül gyermekkorúakat szólított fel a termékek megvásárlására. Ezzel megvalósította az Fttv. mellékletének 28. pontjában foglalt tényállást (lásd fentebb). Az eljáró versenytanács 21 millió Ft versenyfelügyeleti bírság megfizetésére kötelezte a Bérést.⁵¹

A Magyar Nemzeti Bank (ahogy a Fttv. nevesíti: Felügyelet) által működtetett független szakmai testület, a Pénzügyi Békéltető Testület jár el a fogyasztó és a pénzügyi szolgáltató között felmerült vitás ügyben, amennyiben a pénzügyi szolgáltatót a Magyar Nemzeti Bank felügyeli, és a vitás ügy szolgáltatás igénybevételére vonatkozó jogviszonnyal, szerződés megkötésével és teljesítésével kapcsolatos ún. pénzügyi fogyasztói jogvita. A fogyasztónak először a pénzügyi szolgáltatónál kell panaszt benyújtania. Amennyiben a fogyasztó 30 napon belül nem kap választ, vagy nem elégedett a pénzügyi szolgáltató válaszával, a testülethez fordulhat kérelme benyújtásával. Ezzel megindul az eljárás, amelynek eredményeképp a fogyasztó egyezséget köthet a pénzügyi szolgáltatóval, de a testület kötelezést tartalmazó határozatot is hozhat.⁵²

Az alábbi esetben a Magyar Nemzeti Bank kezdeményezett versenyhivatali eljárást, miután azt tapasztalta, hogy az ügy nem az ő hatáskörébe tartozik. A Bank felügyeleti keretrendszerén belül megvalósuló fogyasztóvédelmi célvizsgálat során azt kívánta megvizsgálni, hogy az Invest and Trade Pénzügyi Tanácsadó és Marketing Kft. a működése során megsérti-e a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvényt. A vizsgálat során kiderült, hogy a társaság telefonon keresztül ismétlődően és nem kívánt módon a fogyasztó sürgetése mellett termékei lényeges jellemzőiről nyújtott valótlan és megtévesztésre alkalmas információkat, megvalósítva ezzel a Fttv. mellékletének 26. pontjában foglalt tényállást. A vállalat által alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtségére tekintettel fennáll a gazdasági verseny érintettsége, emiatt a Bank a Gazdasági Versenyhivatallal történő egyeztetést követően intézkedett a versenyhivatali eljárás megindítása érdekében.⁵³

⁵¹ https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2019/vj-6201948, (2020. 10. 01.)

⁵² Vö. Fttv. 23. §

⁵³ <https://www.mnb.hu/sajtoszoba/sajtokozlomenyek/2017-evi-sajtokozlomenyek/az-mnb-versenyhivatali-eljarast-kezdemenyezett-az-invest-and-trade-kft-befektetesi-ugynok-kapcsan>, (2020. 10. 01.)

5. Európai uniós kitekintés

A következőkben néhány olyan esetet szeretnék említeni, amelyek a tisztességtelen kereskedelem területéhez tartoznak, és sokszor magának a jogalkalmazónak is komoly fejtörést okoztak.

Az Európai Bíróság C-435/11. ügyben hozott ítéletében azt vizsgálja, hogy a hamis információt tartalmazó katalógus megtévesztő kereskedelmi gyakorlatnak számít-e abban az esetben, ha a katalógust kiadó, utazási irodákat működtető társaság eleget tett a szakmai gondosság követelményének. Az ügy szerint a Team4 Travel több szállodával is kötött férőhelyre vonatkozó szerződéseket kizárólagossági alapon. Hasonlóan tett a CHS versenytárs társaság is, amelynek következtében párhuzamos foglalások is történtek. A Team4 Travel az általa kiadott katalógusban azt állította, hogy a szerződést kötött szállodákba csak rajtuk keresztül lehet foglalni. A társaság arra hivatkozott, hogy nem tudott a CHS foglalásairól a katalógus kiadásának időpontjában. A Bíróság a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében úgy határozott, ahhoz, hogy egy kereskedelmi gyakorlatot tisztességtelennek lehessen nyilvánítani, nem szükséges azt is megvizsgálni, hogy a kérdéses kereskedelmi gyakorlat ellentétes-e szakmai gondosság követelményével is.

Egy másik ügyben az Európai Bíróság azt vizsgálta,⁵⁴ hogy az osztrák nemzeti jog általános tilalma a bónuszokkal történő eladásra ellentétben áll-e a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel, és ezzel összefüggésben tisztességtelen-e az a kereskedelmi gyakorlat, mely során az Österreich című napilap 2007. november 25-től 2007. december 6-ig meghirdette „az év focistájának” megválasztását, és az olvasókat felhívta a promóciós játékban való – az interneten vagy a napilapban szereplő szavazókupon segítségével történő – részvételre. A játékban való részvétellel vacsorát lehetett nyerni a megválasztott focistával. A felperes Mediaprint szerint ezzel tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot valósított meg a napilap, mert a nyeremény megszerzésének a lehetősége az újság megvásárlásához kötött, amely sérti az osztrák nemzeti jogot. A Bíróság úgy határozott, hogy az irányelvvel ellentétes a nemzeti rendelkezés, mert nem csupán a fogyasztók védelmére irányul, hanem más célokat is követ (például gyengébb versenytárs védelme). A nyereményjátékban való részvétel az újság megvásárlásához kapcsolása nem számít tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak csupán amiatt, hogy a játékban való részvétel lehetősége döntő indoka volt az újság megvételének.

⁵⁴ C-540/08.

A piramis elvre épülő eladásösztönző rendszer egy laikus számára akár könnyen összetéveszthető lehet az úgynevezett multi-level marketinggel. A piramis rendszerbe beszállókat azzal sikerül „bevonani”, hogy nagy profitot ígérnek nekik viszonylag rövid idő alatt. Legtöbbször azonban a piramisrendszerbe való belépéskor kifizetett díj nem térül meg, az újonnan beszállók veszteséget tapasztalnak pont amiatt, mert mondjuk nem is létezik az adott termék vagy szolgáltatás. A piramis elvre épülő rendszerek két fajtáját különböztetjük meg: van az úgynevezett naked („meztelen”) piramis rendszer, illetve a termék alapú (products-based) rendszer. A világ országainak nagy része tiltja a piramis elven működő eladásösztönző rendszereket, ezzel is a fogyasztók védelmében járva el.

A piramis elvre épülő eladásösztönző tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatra is találunk példát az Európai Bíróság jogalkalmazásában.⁵⁵ A kérelmet a belga nemzeti lottó (Loterie Nationale – Nationale Loterij NV) terjesztette elő a Lucky 4 All belga nyilvános lottójátékokban való kollektív részvétel kialakítása tárgyában. A rendszer célja, hogy ha a játékosok együtt játszanak, azzal kölcsönösen növelik a nyerési esélyüket. A Lucky 4 All rendszer szerinti játékosok teljes csoportja nyolc szintből álló piramist alkot, és egyszerre 9841 kombináció megjátszását teszi lehetővé. Minden új belépőnek 10 eurót kell befizetnie, majd minden hónapban további 43 eurót, amelyért lottószelvényeket kap. A játékosok egy online űrlapot tölthetnek ki, amely heti 10 számkombináció kiválasztását teszi lehetővé. A játékosok egy teljes csoportja akár a már említett 9841 kombinációt is megjátszhatja ugyanabban az időben. Nyeremény esetén az összeg 50%-át a nyertesnek fizetik ki, 40%-ot pedig a nyertes kombináció feletti 8 szint között osztanak szét, a maradék 10%-ot pedig visszaforgatják. Az antwerpeni bíróság úgy találta, hogy a piramis elv első két feltétele teljesül, vagyis a Lucky 4 All rendszer alkalmas arra, hogy a játékosokat azzal vegye rá a belépésre, hogy nagyobb nyerési esélyt ígér, és ez akkor valósul meg, amennyiben újabb játékosok lépnek be a rendszerbe. A harmadik feltétel teljesülésének meglétében volt bizonytalan a bíróság, amely feltétel azt írja elő, hogy a meglévő tagoknak kifizetett kompenzációt az újonnan belépők hozzájárulása fedezi. A kérdés, hogy a befizetett díjak és a kifizetett jutalmak között közvetlen pénzügyi kapcsolatnak kell-e fennállnia? Az Európai Bíróság a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról szóló irányelv alapján arra jutott, hogy az újonnan becsatlakozók által fizetett „fő” vagy „elsődleges” minősítése nem zárja ki a közvetett pénzügyi kapcsolat lehetőségét, illetve a közvetlen pénzügyi kapcsolat kizárólagossága esetén a piramis elv abszolút tilalma könnyen kijátszhatóvá válna. Tehát valamely kereskedelmi gyakorlat még abban az esetben is „piramiselvre épülő

⁵⁵ C-667/15. ügy

eladásösztönző rendszernek” minősíthető, ha csak közvetett kapcsolat áll fenn az ilyen rendszerbe újonnan belépők által fizetett pénzügyi hozzájárulás és a már meglévő tagoknak kifizetett jutalom között.⁵⁶

Egy másik piramis elv-gyanús esetben⁵⁷ az Európai Bíróság nem állapította meg tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat meglétét. A 4finance litván vállalkozással szemben a vilniusi regionális közigazgatási bíróság 8000 litván litas összegű bírságot szabott ki, mert a 2010. október 26. és 2011. február 15. között tartó időszakban olyan reklámkampányt folytatott, amellyel olyan piramiselvre épülő eladásösztönző rendszert hozott létre, amely a fogyasztók számára lehetővé tette, hogy olyan jövedelemre tegyenek szert, amely elsősorban más fogyasztóknak a rendszerbe való beléptetéséből ered, nem pedig a termékek eladásából vagy fogyasztásából – legalábbis a közigazgatási bíróság szerint. A döntés ellen a 4finance fellebbezett a litván legfelsőbb közigazgatási bírósághoz, amely az Európai Bíróság elé tárta a kérdést. A reklámkampány lényege az volt, hogy a vállalkozás minden új ügyfélnek 20 litván litas összegű jutalmat ajánlott fel minden egyes további ügyfél beléptetéséért. Ahhoz, hogy a 4finance ügyfele legyen, az új ügyfélnek a 4finance weboldalán történő regisztráció során 0,01 litván litas összegű regisztrációs díjat kellett fizetnie. A vállalkozás arra hivatkozott, hogy a szimbolikus összegű regisztrációs díj kifizetése azért szükséges, hogy ez alapján azonosíthassák be az új ügyfeleket. A Bíróságnak az elé tárt ügy alapján arra kellett megkeresnie a választ, hogy valamely kereskedelmi eladásösztönző rendszer milyen feltételek mellett tekinthető piramis elvűnek az irányelv értelmében, hogy az irányelv megköveteli-e azt a feltételt, hogy a fogyasztónak díjat kell fizetnie az előny érdekében, és ha igen, akkor minden összeg – a mértékétől függetlenül – ilyen díjnak tekinthető-e, illetve, hogy egy rendszer piramis elvűvé való nyilvánítása megköveteli-e azt, hogy a fogyasztó által megszerezhető jutalmat részben vagy nagyrészt a más fogyasztók által később befizetett díjakból finanszírozzák. A Bíróság azt az ítéletet hozta, hogy mivel nincs összefüggés a befizetett díjak és a kifizetett jutalmak között – ugyanis a már meglévő tagoknak fizetett jutalmakat csupán igen csekély mértékben finanszírozták az újonnan belépőktől kért pénzügyi hozzájárulásból – ezért a 4finance eladásösztönző rendszere nem tiltható meg. A piramis elvre épülő eladásösztönző rendszer ebből kifolyólag csak akkor minősül minden körülmények között tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak, ha ez a rendszer a fogyasztótól pénzügyi hozzájárulást követel meg

⁵⁶ Koen T'Syen: European Union: ECJ Rules On Definition Of Pyramid Promotional Schemes. 2017. 02. 17.) <https://www.mondaq.com/trade-regulation-practices/567114/ecj-rules-on-definition-of-pyramid-promotional-schemes>, (2020. 10. 01.)

⁵⁷ C-515/12.

– bármely legyen is annak összege – annak fejében, hogy olyan jutalmat szerezhessen, amely elsősorban más fogyasztóknak a rendszerbe való belépéséből ered, nem pedig a termékek eladásából, illetve fogyasztásából.⁵⁸

6. Összefoglalás

Mint olvashattuk, a fogyasztóvédelem szükségességének gyökerei az ókorig visszanyúlnak, de egységes szabályozás csak alig több mint egy évtizede született. 2005-ben az Európai Unió szükségét látta a tagállamok szabályozásának összehangolására a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat illetően, amely egy kiemelten fontos terület a fogyasztók érdekeit tekintve, így megalkotta a UCP irányelvet.

Ez alapján született meg Magyarországon 2008-ban az Fttv., amelynek háromszintű szabályozása teljes körűen öleli fel a fogyasztóvédelem ezen szegmensét: általánosan tiltja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot, kiemeli a megtévesztő, illetve az agresszív kereskedelmi gyakorlatot, és mellékletében tételesen felsorolja a feketelistába tartozó gyakorlatokat.

Mint láthattuk, a törvény három eljáró hatóságot ismer, amelyek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat ellen felléphetnek. A példákban a gyakorlat szempontjából is megérthettük ezen hatóságok eljárásának menetét. Az esetekből az is kitűnik, nem egy ritka jelenséggel állunk szemben: a fogyasztó naponta eshet egy vállalkozás tisztességtelen gyakorlatának csapdájába. Fontos tehát a fogyasztó részéről a megfelelő körültekintés és tájékozódás megléte, jogalkotói-jogalkalmazói részről pedig az átfogó szabályozás és a jogsértő ellen kellőképp fellépő szervek, amelyekhez a fogyasztó bizalommal fordulhat.

Felhasznált és ajánlott irodalom

- [1.] AKINLADEJO, Olubusola H. – CLARKE, Marjorie – AKINLADEJO, Felix O. (2013): Pyramid Schemes and Multilevel Marketing (MLM): Two Sides of the Same Coin. *Journal of Modern Accounting and Auditing* 2013/5. 690-696. <http://www.davidpublisher.org/Public/uploads/Contribute/550a92514fb83.pdf>, (2020. 10. 01.)
- [2.] BÉKÉSI Attila (2008): *A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról.* Elemzés. https://www.parlament.hu/biz38/mb/dokumentum/tisztlen_ker.pdf, (2020. 10. 01.)

⁵⁸ C-515/12. 35. pontja

- [3.]BENCSEK András (2012): *A fogyasztói jogok tartalmának és érvényesülésének közjogi keretei Magyarországon*. Doktori értekezés, Műhelyvita-anyag. Pécs.
- [4.]GÖMÖRI Tamás: *A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló Irányelv átültetése a tagállamokban és hazánkban*.
- [5.]https://www.gvh.hu/data/cms1000452/gvh_vkk_tanulmányi_palyazat_g%C3%B6m%C3%B6ri_tam%C3%A1s.pdf, (2020. 10. 01.)
- [6.]HOFFMANN Istvánné (2004): *A fogyasztói érdekvédelem fejlődéstörténete. Fogyasztóvédelmi Szemle 2004/1*.
- [7.]HOFFMANN Istvánné (2009): *A termelő és az értékesítő közös feladata a fogyasztói érdekek szolgálata. Magyar Tudomány 2009/6. 680-684*.
- [8.]NAGY Éva (2012): *A vevő-fogyasztó tradicionális jogai ingó adásvétel hibás teljesítése esetén*. PhD-értekezés. Szeged. 12.
- [9.]Nemes hagyományok. *Fogyasztóvédelmi Szemle 2010/3*.
- [10.] TÁRCZY Edit Zsuzsanna (2012): *A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok*. PhD értekezés. Miskolc. https://www.uni-miskolc.hu/~wwwdeak/tarczye_ertmh.pdf, (2020. 10. 01.)
- [11.] TAYLOR, Jon M. (2000): *When Should an MLM or Network Marketing Program Be Considered an Illegal Pyramid Scheme?* Consumer Awareness Institute. <http://www.sequenceinc.com/fraudfiles/wp-content/uploads/2011/03/illegalpyramidscheme.pdf>, (2020. 10. 01.)
- [12.] VANDENBULCKE, Joyce (2018): *Lucky4all? Pyramid Schemes under the UCPD Observations on CJEU 15 December 2016, C-677/15 - Nationale Loterij. Journal of European Consumer and Market Law 2018/2. 74-78*.
- [13.] https://limo.libis.be/primo-explore/fulldisplay?docid=LIRIAS1844965&context=L&vid=Lirias&search_scope=Lirias&tab=default_tab&lang=en_US&fromSitemap=1, (2020. 10. 01.)
- [14.] VERES Zoltán (2018): *A pénzügyi fogyasztóvédelem egyes alapkérdései. Jogdogmatikai, történeti, rendszertani alapok jogalkalmazási és metajurisztikai kitekintéssel*. PhD értekezés. [https://jak.ppke.hu/uploads/articles/12332/file/Veres_Z_dolgozatv\(1\).pdf](https://jak.ppke.hu/uploads/articles/12332/file/Veres_Z_dolgozatv(1).pdf), (2020. 10. 01.)

Internetes források

- [1.]https://fogyasztovedelem.kormany.hu/#/fogyasztovedelmi_hatosag, (2020. 10. 01.)

- [2.] https://www.gvh.hu/fogyasztoknak/mikor_forduljon_a_gvh-hoz/tisztessegtelen_kereskedelmi_gyakorlatok/tisztessegtelen_kereskedelmi_gyakorlatok, (2020. 10. 01.)
- [3.] <http://www.juris.u-szeged.hu/download.php?docID=57191>, (2020. 10. 01.)
- [4.] <https://www.mnb.hu/bekeltetes/hogyan-kezdemenyezheti-az-eljarast>, (2020. 10. 01.)
- [5.] <https://www.mnb.hu/felugyelet/felugyeleti-keretrendszer/ellenorzesi-terv-es-jelentes>, (2020. 10. 01.)

CSIBOR Ferenc*

A távollévők között kötött és az üzlethelyiségen kívül kötött szerződések fogyasztói elállási és felmondási jogának védelme a bírói gyakorlatban

1. Bevezetés

Jelen munka célja bemutatni a távollévők között kötött fogyasztói szerződés és az üzlethelyiségen kívül kötött fogyasztói szerződés esetén a fogyasztókat megillető elállási és felmondási jog védelmét az elmúlt évek bírói gyakorlatában.

A napjainkban hatályos magyar jogrendben a fent megjelölt két szerződéstípusra vonatkozó részletes szabályozást a 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól (a továbbiakban „Korm. rendelet”) tartalmazza.

A Korm. rendeletben többek között meghatározásra kerül a két szerződés fogalma, valamint szabályozásra kerül a fogyasztókat megillető tájékoztatás, továbbá az elállási és felmondási jog. A Korm. rendelet szabályozásának részletesebb leírása előtt röviden bemutatásra fognak kerülni a két szerződéstípus főbb fogalmi elemei, valamint a hozzájuk fűződő uniós szabályozás.

2. Fogalmi bevezetés

A távollévők között kötött szerződések legfontosabb jellemzője, amely elkülöníti a szerződések ezen kategóriáját a többi lehetséges szerződéstípustól, a tény, miszerint a szerződés olyan felek között kerül megkötésre, akik nincsenek jelen egy térben a szerződés megkötésének pillanatában. A szerződések megkötése valamely távollévők közötti kommunikációt lehetővé tévő eszköz igénybevétele által válik lehetségessé. Ezen eszközök alkalmazása során a nem egy térben jelen lévő felek képessé válnak ajánlattételre történő felhívás, ajánlat, elfogadó nyilatkozat megtételére. A távollévők között kötött szerződés jellemzői közül kiemelendő továbbá, hogy ilyen jellegű szerződés termék értékesítésére, valamint szolgáltatás nyújtására köthető.

Az üzlethelyiségen kívül kötött szerződések kategóriája legegyszerűbben úgy írható le, hogy a szerződés megkötéséhez vezető jognyilatkozatok olyan helyen kerülnek lebonyolításra, amely nem az adott kereskedő állandó üzlete (vagyis az általa végzett kereskedelmi

* Államtudományi osztatlan mesterképzési szak, III. évfolyam. Tag, Nemzeti Közszerződési Egyetem, Magyary Zoltán Szakkollégium.

tevékenység folytatására használt épület vagy épületrész). Fontos azonban megjegyezni, hogy ezen meghatározás alól kivételt képez a vásáron, piacon, valamint közterületen végzett értékesítő tevékenység. Az üzlethelyiségen kívül kötött szerződéseket lehetséges csoportosítási módja, hogy a vállalkozás, vagy a fogyasztó kezdeményezte-e a szerződéskötést.⁵⁹

3. Az Európai Unió vonatkozó szabályozása

A távollévők között kötött szerződésekre vonatkozó szabályozást eredetileg az Európai Parlament és a Tanács által 1997. március 20-án elfogadott 97/7/EK irányelv tartalmazta.⁶⁰ Az üzlethelyiségen kívül kötött szerződésekre vonatkozó első európai szintű szabályozás a Tanács 1985. december 20-án elfogadott 85/577/EGK irányelve volt.⁶¹ Mindkét irányelv hatályon kívül helyezésre került az Európai Parlament és a Tanács 2011/83/EU irányelve a fogyasztók jogairól (a továbbiakban „irányelv”) hatályba lépésével.

Az irányelv célja a meglévő uniós fogyasztóvédelmi jog korszerűsítése, kiegészítése, valamint a jogterületen belüli jogharmonizáció volt. Az uniós fogyasztóvédelmi jog revíziójának fő indoka a területhez tartozó szabályozás unión belüli, tagállamok között széttagoltságának problémája volt. (Megjegyzendő, hogy az uniós joganyagban belül hasonló széttagoltság jellemezte a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokhoz fűződő szabályozást, a teljes jogharmonizáció irányába mutató törekvések ellenére.)⁶² A széttagoltság megakadályozta, hogy a kereskedők és a fogyasztók teljes mértékben élvezhessék a belső piac nyújtotta előnyöket.

Az irányelv egyik legfontosabb változtatása a korábbi szabályozáshoz képest, hogy a fogyasztó rendelkezésére álló elállási időszakot 8 napról 14 napra növelte meg. Ezen felül az irányelv a távollévők között kötött szerződések és az üzlethelyiségen kívül kötött szerződések esetében részletesen szabályozott tájékoztatási kötelezettséget írt elő, amelynek nem követését szankciók sújtják.⁶³ A tájékoztatási kötelezettség kapcsán kiemelő, hogy az adott szerződés addig nem köti a fogyasztót, amíg a kereskedő nem nyújtott közérthető tájékoztatást az irányelvben felsoroltokról.⁶⁴

⁵⁹ PAPP Tekla (2019): *Atipikus szerződések*. HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft., Budapest. 100-103.

⁶⁰ KENDE Tamás szerk. (2016): *Bevezetés az Európai Unió politikáiba*. Digitális kiadás. Wolters Kluwer Kft., Budapest. https://mersz.hu/hivatkozas/wk41_392_p1#wk41_392_p1, (2020. 10. 01.)

⁶¹ KENDE 2016. https://mersz.hu/hivatkozas/wk41_388_p1#wk41_388_p1, (2020. 10. 01.)

⁶² TÁRCZY Edit Zsuzsanna (2012): A UCP irányelv és implementálása a nemzeti jogrendszerekbe. *Miskolci Jogi Szemle* 2012/1.; TÁRCZY Edit Zsuzsanna (2011): Unfair Commercial Practices in Some Member States of the EU. In: SÁRY Pál szerk.: *Sectio juridica et politica*. Tomus XXIX/2. Miskolc University Press, Miskolc. 623-642.

⁶³ KENDE 2016. https://mersz.hu/hivatkozas/wk41_392_p13#wk41_392_p13, (2020. 10. 01.)

⁶⁴ TÁRCZY Edit Zsuzsanna (2012): Milyen változásokat hoz a fogyasztók jogairól szóló irányelv (a tájékoztatás és az elállás vonatkozásában)? *Fogyasztóvédelmi Szemle* 2012/2. http://www.fvszemle.hu/aktualis_szam/2012_majus/kilato/fogyasztoi_iranyelv/, (2020. 10. 01.)

A részletes tájékoztatáson keresztül erőteljesebben képes megvalósulni a fogyasztóvédelmi jog azon rendeltetése, hogy védelmezze a kiszolgáltató helyzetben lévő fogyasztót,⁶⁵ és helyreállítsa optimális döntési környezetét.⁶⁶ A fogyasztó alapvetően az információval való ellátottságon keresztül válik képessé igényeinek önálló érvényesítésére.⁶⁷

Érdeemes megemlíteni, hogy egy, a fogyasztók megfelelő módon történő tájékozódásával és tájékoztatásával szorosan összefüggő területet jelent a távközlési szabályozás, illetve az internetes reklámtevékenység szabályozása. E területek mélyrehatóbb jogi szabályozásának folyamatát az Unió már a 2000-es évek elején elkezdte.⁶⁸

4. A Korm. rendelet szabályozása

A Korm. rendelet értelmében távollévők között kötött fogyasztói szerződésnek minősül az a szerződés, amelyet a felek egyidejű fizikai jelenléte nélkül, távértékesítési rendszer keretében, távollévők közötti kommunikációt lehetővé tévő eszköz felhasználásával kötnek.⁶⁹

Ehhez viszonyítva az üzlethelyiségen kívül kötött fogyasztói szerződés legmeghatározóbb jellemzője, hogy a felek egyidejű fizikai jelenléte mellett a vállalkozó üzlethelyiségétől eltérő helyen kerül sor annak megkötésére. Fontos megjegyezni, hogy ebbe a kategóriába sorolandó az olyan szerződés is, amelyet a vállalkozás üzlethelyiségében vagy távollévők közötti kommunikációt lehetővé tévő eszköz alkalmazásával kötnek meg, azt követően, hogy a vállalkozás közvetlenül és egyénileg kapcsolatba lépett a fogyasztóval; emellett még az olyan szerződés is, amit a vállalkozás által szervezett olyan út során kötöttek meg, amelynek célja a termékek vagy szolgáltatások fogyasztó számára történő értékesítése vagy népszerűsítése.⁷⁰

E szerződések esetén a fogyasztót megillető elállási és felmondási jog kapcsán az alábbiak a legfontosabb tudnivalók: termék adásvételére irányuló szerződés esetén a fogyasztó a szerződés megkötésének napja, illetve a termék átvételének napja közötti időszakban

⁶⁵ HAJNAL Zsolt: A fogyasztói szerződések joga az Európai Unió jogában: közös alapok. *Debreceni Jogi Műhely* 2014/1–2.

http://www.debrecenijogimuhely.hu/archivum/1_2_2014/a_fogyasztoi_szerzodesek_joga_az_europai_unio_joga_ban_kozos_alapok/, (2020. 10. 01.)

⁶⁶ KARSAI Krisztina (2011): *Fogyasztóvédelem és büntetőjog*. HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft., Budapest. 30.

⁶⁷ FAZEKAS Judit (2007): *Fogyasztóvédelmi jog*. Complex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Kft., Budapest. 72.

⁶⁸ TÁRCZY Edit Zsuzsanna (2012): Távközlési, hírközlési szabályok az Európai Unióban, valamint az internetes szolgáltatók felelősségére vonatkozó szabályok az Egyesült Államokban. In: STIPTA István (szerk.): *Miskolci Doktoranduszok jogtudományi tanulmányai 11*. Gazdász-Elasztik Kft. 361-382.

⁶⁹ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 4. § 10. pontja.

⁷⁰ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 4. § 14. pontja.

gyakorolhatja ezeket a jogokat. Ezt követően a termék, illetve több termék vagy több tételből álló termék esetén az utolsó darab, meghatározott időszakban rendszeresen szolgáltatott termék esetén pedig az első szolgáltatás átvételének napjától számított 14 napon belül gyakorolhatja. Szolgáltatás nyújtására irányuló szerződés esetén ez a jog a szerződés megkötésének napjától számított 14 napon belül illeti meg a fogyasztót.⁷¹ A jogok azt jelentik, hogy a felsorolt esetekben a megjelölt határidőn belül a fogyasztó indoklás nélkül elállhat a szerződéstől, vagy felmondhatja a szerződést.⁷²

A fogyasztó ezt a jogát a határidőn belül tett nyilatkozat útján gyakorolhatja, amelyet továbbít a vállalkozás felé.⁷³ Ekkor a fogyasztó kötelessége a terméket haladéktalanul, de legkésőbb az elállás közlésének napjától számított 14 napon belül visszajuttatni a vállalkozásnak.⁷⁴ Ilyenkor a vállalkozás köteles legkésőbb az elállásról való tudomásszerzés napjától számított 14 napon belül visszatéríteni a fogyasztó által ellenszolgáltatásként megfizetett teljes összeget.⁷⁵ A megtérítést visszatarthatja addig, amíg a fogyasztó a terméket vissza nem szolgáltatta, vagy a visszaküldést nem igazolta.⁷⁶

A szerződés megkötése előtt a vállalkozás köteles a fogyasztót világos és közérthető módon tájékoztatni az őt megillető felmondási és elállási jog gyakorlásának Korm. rendeletben meghatározott módjáról.⁷⁷

5. A joggyakorlat rövid bemutatása

A Korm. rendelet szabályozásának kifejtését követően az alábbiakban bemutatásra kerülnek azok a bírósági ítéletek, amelyekben a fogyasztókat megillető elállási és felmondási joggal szemben gyakorolt tisztességtelen vállalkozói gyakorlat kapcsán született ítélet. Fontos kihangsúlyozni, hogy a bemutatásra kerülő bírósági ítéletek azon elemeiről lesz itt szó, amelyek kifejezetten az elállási és felmondási joghoz fűződnek.

Az első ítélet a Fővárosi Törvényszéken született 2016 novemberében. Az ügyben az ügyész kérte az ingatlanközvetítéssel foglalkozó alperesi társaság által üzlethelyiségen kívül kötött szerződése során alkalmazott általános szerződési feltételek tisztességtelenségének a kimondását. Az általános szerződési feltételek egyik kikötése így szólt: „Ön a szerződést nem mondhatja fel, ha a közvetítői szolgáltatást 14 napon belül teljesítjük.” A bíróság

⁷¹ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 20. §

⁷² 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 22. §

⁷³ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 24. § (1) bek.

⁷⁴ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 23. § (1) bek.

⁷⁵ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 24. § (1) bek.

⁷⁶ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 23. § (4) bek.

⁷⁷ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 11. § (1) bek. j)-l) pontja.

megállapította, hogy a Korm. rendelet alapján a fogyasztó csak akkor esik el a felmondási jogától, ha ő maga kérte a 14 napnál korábbi teljesítést.⁷⁸ Az idézett ÁSZF-szakasz ezzel szemben nem tesz különbséget a fogyasztó által kért és az általa nem kért 14 napnál korábbi teljesítés esetei között.

Az alperes az ítélet ellen fellebbezést terjesztett elő. Az általános szerződési feltételek támadott szakasza kapcsán arra hivatkozott, hogy a fogyasztóval megkötésre kerülő szerződésben az nyilatkozik arról, hogy kéri-e a teljesítés 14 napon belüli megkezdését. Ha ezzel kapcsolatban nemleges nyilatkozik, akkor nem fordulhat elő, hogy 14 napnál korábban megkezdjék a teljesítést. A másodfokú bíróság az elsőfokú ítéletet helybenhagyta. Döntését azzal indokolta, hogy az ilyen módon megfogalmazott tájékoztatás nem érthető és nem világos a fogyasztó számára, így nem felel meg a Korm. rendeletben foglalt kritériumoknak.⁷⁹

A Gyulai Törvényszék 2017 áprilisában hozott ítéletét megelőző peres eljárásban az alperes által alkalmazott általános szerződési feltételeknek két olyan szakaszával kapcsolatban is kérve lett a tisztességtelen jelleg kimondása, amelyek a fogyasztó elállási jogát szabályozzák. Az első szakasz meghatározta, hogy a megrendelés visszavonására csak a futárszolgálat részére történő átadás előtt van lehetőség. A második szakaszban az elállás kapcsán az ekkor már nem hatályos 17/1999. (II. 5.) Korm. rendeletre hivatkoztak, valamint a szolgáltatónak az áru kézhezvételétől számított 30 napos határidő került meghatározásra az áru ellenértékének visszatérítésére.

Az utóbbi rendelkezéseket a bíróság semmisnek nyilvánította nem hatályos jogszabályra történő hivatkozás miatt. Emellett a szolgáltató visszatérítési kötelezettségénél a fogyasztó számára hátrányosan tér el a Korm. rendeletben foglaltaktól, ugyanis abban az elállásról való tudomásszerzéstől számított 14 napon belüli határidő kerül megszabásra.⁸⁰ A megrendelés visszavonását a futárszolgálat részére történő átadásig megengedő rendelkezés kapcsán a bíróság úgy értékelte, hogy az az ajánlat visszavonási jogának időben történő meghosszabbítása, azaz a meglátása szerint a Korm. rendeletről a fogyasztó javára tér el.

Az ítélettel szemben a felperes fellebbezést nyújtott be, kifejtette, hogy az ajánlat elfogadásával a szerződés létrejön, ezután az ajánlat visszavonása kizárt, és csak a szerződéstől való elállás lehetséges. A másodfokú bíróság megállapította, hogy a szerződési feltételekben alkalmazott „megrendelés visszavonása” kifejezés jogilag nem értelmezhető; továbbá kimondta, hogy a szerződési feltétel tisztességtelen, mivel a Korm. rendelet alapján a fogyasztó

⁷⁸ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 26. §

⁷⁹ Fővárosi Ítéletábrla 14.Gf.40.141/2017/3/III.

⁸⁰ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 24. § (1) bek.

az elállási jogot a szerződés megkötése és a termék átvétele közötti időszakban gyakorolhatja.⁸¹ Ezzel szemben a szerződési feltétel értelmében a termék futárszolgálat részére történő átadását követően az átvételéig nincs lehetőség az elállásra.⁸²

A Fővárosi Ítéltábla 2017 májusában kelt ítéletének alapjául szolgáló perben a felperes kérte az általános szerződési feltételek tisztességtelenségének megállapítását. A szerződési feltételek elállási jogot tartalmazó része tartalmazza az alábbi kikötést: „ha az árut az elállási jog gyakorlására biztosított 14 napos határidő lejártát követő első munkanapon nem juttatja vissza, és nem is adja postára, azt a vevő ráutaló magatartásaként úgy tekinti, hogy a vevő elállását visszavonta”. Az elsőfokú bíróság a keresetet elutasította, ítéletét azzal indokolta, hogy a szerződés a fogyasztónak 14 napos megfelelő határidőt biztosít arra, hogy elállás esetén határidőn belül gondoskodjon a termék visszaküldéséről. A felperes az ítélettel szemben fellebbezést terjesztett elő.

A másodfokú bíróság az elsőfokú ítélet fellebbezett részét megváltoztatta. Megállapította, hogy a szerződési feltételek a fogyasztó hátrányára térnek el a Korm. rendeletről: míg a szabályozás úgy szól, hogy a fogyasztónak az elállás közlésétől számított 14 nap áll a rendelkezésére a termék visszaküldésére,⁸³ addig az az általános szerződési feltételek között erre csak 14+1 nap van biztosítva, amin belül el kell küldeni az elállási nyilatkozatot, és a terméket is vissza kell szolgáltatni.⁸⁴

6. Három eset, ahol fontos kérdést jelentett a termék felbontás utáni visszavitele

A következő ítéletet a Veszprémi Törvényszék hozta meg 2017 decemberében. A perindítás célja a lábbelik és bőrárúk kiskereskedelmével is foglalkozó alperes által alkalmazott általános szerződési feltételek tisztességtelenségének megállapítása volt. A támadott rész, amely a fogyasztót megillető elállási jogot szabályozza, így szólt: „ha a megrendelt terméket az átvételt követően felbontja, akkor nem illeti meg a jelen pontban szabályozott elállási jog”.

Az eljáró bíróság a fenti kikötés tisztességtelenségének megállapítására irányuló keresetnek helyt adott. Ítéletében kitért arra, hogy a Korm. rendelet olyan zárt csomagolású termékek tekintetében tesz kivételt az elállási jog alól, amelyek visszaküldése egészségvédelmi vagy higiéniai okokból kifolyólag kibontásukat követően nem lehetséges,⁸⁵ viszont az alperes

⁸¹ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 20. § (3) bek.

⁸² Szegedi Ítéltábla Gf.III.30.163/2018/5.

⁸³ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 24. § (1) bek.

⁸⁴ Fővárosi Ítéltábla 14.Gf.40.498/2017/4/II.

⁸⁵ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 29. § (1) bek. e) pontja.

által forgalmazott lábbelik nem esnek a termékek ezen körébe, továbbá a fogyasztó akkor tud meggyőződni a lábbeli mérethelyességéről, ha azt kibontja és felpróbálja.⁸⁶

Az alábbi peres ügyben szintén kulcskérdés volt, vajon adott termék esetében indokoltan lehet-e arra hivatkozni, hogy egészségvédelmi vagy higiéniai okokból az átadást követő felbontás után küldhető vissza. Az alperes által alkalmazott általános szerződési feltételek vonatkozó része szerint a „Vevő tudomásul veszi, hogy ha a telephelyen élelmiszer (vitamin) terméket, átvesz, azt az átvétel után nem hozhatja vissza, nem szolgáltathatja vissza az eladó cég részére.” Keresetében a felperes arra hivatkozott, hogy a Polgári Törvénykönyvben megfogalmazott kellékszavatossági jogoktól a fogyasztó hátrányára tér el. A keresetet az elsőfokú bíróság ítéletében elutasította, jogi indokolásában a Korm. rendeletben foglalt egészségvédelmi vagy higiéniai okokból az átadást követő felbontás után nem visszaküldhető termékek kivételére hivatkozott.

A felperes fellebbezésében azzal érvelt, hogy a Korm. rendelet nem alkalmazható, mert a górcső alá vont szerződéseket rendszerint üzlethelyiségben kötik; emellett a Korm. rendelet az átadást követő felbontáshoz köti a termék visszaküldésének kizárását, ezzel szemben a szerződési feltételek tárgyalt rendelkezése nem tartalmazza ezt a kikötést. Másodfokon a Fővárosi Ítéltábla a fellebbezett rendelkezést megváltoztatta. Megállapította, hogy a szerződésben a felek aláhúzással feltüntetik, hogy azt üzlethelyiségben kötik-e, emellett utalást tartalmaz arra, hogy a Korm. rendeletnek megfelelően kell azt alkalmazni, továbbá osztotta a felperes által a fellebbezésében kifejtetteket. Ennek ellenére nem lehet egyértelműen megállapítani, hogy az általános szerződési feltételek adott szakasza által vajon a fogyasztó elállási jogát akarja-e korlátozni a vállalkozó, vagy az a minőségi, mennyiségi vita rendezéséhez kapcsolódik. Végül a jogszabályba ütközést, ezáltal az érvénytelenséget a Polgári Törvénykönyvben foglalt kellékszavatossági szabályoktól a fogyasztó hátrányára való eltérés kapcsán állapította meg az eljáró ítéltábla.⁸⁷

Végül a harmadik peres eljárás során, ahol problémát jelentett a fogyasztó elállási jogának a korlátozása a termék felbontását követően, a webáruházat üzemeltető alperes által használt általános szerződési feltételek több része kapcsán kérte a felperes azok érvénytelenségének megállapítását. A termék felbontásával összefüggésben így rendelkezik az ÁSZF: „Elállás esetén a termék bontatlan vagy bontott állapotban érkezik vissza a webáruházhoz, de annak csomagolásával együtt. A csomagolásnak alkalmasnak kell lennie a továbbértékesítésre, az esetleges szennyeződésektől és a normál felbontáson kívüli egyéb

⁸⁶ Veszprémi Törvényszék I.P.21.170/2017/5.

⁸⁷ Fővárosi Ítéltábla 14.Gf.40.300/2018/4.

sérülésektől mentesnek.” Ezzel kapcsolatban a bíróság első fokon akképp foglalt állást, hogy a Korm. rendelet taxatív módon felsorolja azokat az eseteket, amikor a fogyasztó nem élhet az elállási jogával, itt a csomagolás hiánya önmagában nem minősül kivételnek. Emellett a fenti rendelkezés nem a fogyasztó, hanem a vállalkozás javára tér el a Korm. rendeletről, hogy a csomagolás megléte által az tovább értékesíthesse a terméket. A bíróság megjegyezte továbbá, hogy a fogyasztó csak akkor képes meggyőződni a termék azonosságáról, ha azt kibontja. Ezekre hivatkozással a rendelkezés tisztességtelensége meg lett állapítva. Az általános szerződési feltételek egy másik eleme, amelyről az elsőfokú bíróság kimondta, hogy tisztességtelen: „A visszatérítés nem vonatkozik a termék vásárló részére történő kiszállítási költségekre.”

Az alperes mindkét ítélettel szemben fellebbezést nyújtott be. A csomagolás meglétének követelménye kapcsán a Polgári Törvénykönyv azon szabályozására hivatkozott, amely kimondja, hogy a fél akkor jogosult az elállásra, ha az általa kapott szolgáltatás egyidejű visszaadását felajánlja.⁸⁸ Kijelentette, hogy a csomagolás a termék szerves része, és annak hiányában nem kerülhet sor teljeskörű visszaszolgáltatásra. Kifejtette, hogy a fogyasztó a csomagolást csak a termék megvizsgálásához szükséges mértékben sértheti, azon túlmenően már szándékos károkozásról lehet beszélni. A kiszállítás díjának vissza nem térítését azzal indokolta, hogy a termék kiszállítását futárszolgálat igénybevételével végzik, így annak költsége is azt illeti meg, ezáltal a költséget a futárszolgáltatásnak kell visszatérítenie.

A másodfokon eljáró Fővárosi Ítéltábla osztotta az elsőfokú bíróság álláspontját, a fellebbezést elutasította. Kimondta, hogy mivel a fogyasztó elállási joga garanciális követelmény az ilyen jellegű szerződések esetében, ezért azt a vállalkozás további feltételekhez nem kötheti. A vásárló részére történő kiszállítás kapcsán azt az álláspontot foglalta el, hogy nem terhelheti elállás esetén a fogyasztót, függetlenül attól, hogy a vállalkozás fuvarozási szolgáltatást igénybevételével gondoskodik róla. A vállalkozás 2014. június 13. és 2018. január 1. között érvényes általános szerződési feltételei a termék árának visszatérítésére 30 napos határidőt szabott meg, a Korm. rendeletben foglalt 14 napos határidő helyett. Az elsőfokú bíróság ezt is tisztességtelennek nyilvánította, az alperes ezen ítélettel szemben nem nyújtott be fellebbezést.⁸⁹

⁸⁸ 2013. évi V. törvény 6:213. § (1) bek.

⁸⁹ Fővárosi Ítéltábla 14.Gf.40.492/2018/5/II.

7. Olyan esetek, amikor a bíróság a vállalkozás javára döntött

Egy másik ügyben a felperes kérte az alperes által alkalmazott általános szerződési feltételek több pontjával kapcsolatban a tisztességtelenség megállapítását. Ezek között szerepelt az is, amely a fogyasztót kötelezi a szerződésben kikötött közvetítői díj 30 százalékának megfizetésére, ha az úgy él felmondási jogával, hogy kérte a szerződés teljesítésének 14 napon belüli megkezdését.

A Korm. rendelet az ehhez hasonló esetekre kimondja, hogy a fogyasztó köteles a felmondás vállalkozással való közlésének időpontjáig teljesített szolgáltatással arányos díjat a vállalkozás számára megfizetni.⁹⁰ Ennek ellenére az elsőfokú bíróság megállapította a tisztességtelenséget. Az ítéletet azzal indokolta, hogy az alperes alaptalanul hivatkozik a Korm. rendeletre, mivel az általános szerződési feltételekből nem lehet kikövetkeztetni, hogy a megállapodás üzlethelyiségen kívül kötött szerződésre vonatkozna.

Az ítélet a fellebbezést követően megváltoztatásra került. A Fővárosi Ítéltábla megállapította, hogy az általános szerződési feltételek azon mellékletének, amely a vitatott kikötést tartalmazza, a fejlécéből egyértelműen kiderül, hogy üzlethelyiségen kívül kötött szerződés megkötésére vonatkozik a megállapodás. Ebből kifolyólag a megbízási díj 30 százalékának megfizetési kötelezettségét a jogszabálynak megfelelően határozták meg. Ennek ellenére jelen ügyben is hangsúlyosan jelenik meg a fogyasztók védelme, még ha nem is konkrétan a Korm. rendelet alapján őket megillető felmondási jog kapcsán.

Az első fokú bíróság a kereset általános szerződési feltételek más részeit érintő pontjainak helyt adott, és megállapította azok tisztességtelenségét. Az alperest erről szóló közlemény közzétételére kötelezte, amit üzlethelyiségében való kifüggesztéssel kellett közzé tennie. A másodfokú bíróság viszont helyt adott a felperes keresetének, és az interneten való közzétételre kötelezte. Döntését azzal indokolta, hogy a fogyasztó jellemzően nem az alperes irodájában, hanem saját otthonában, vagy más helyen köti meg vele a megbízást. Így az irodában történő közzététel nem biztosítja a megfelelő és minél szélesebb körű tájékoztatást. Itt hivatkozott a Korm. rendeletben meghatározott tájékoztatási kötelezettségre is.⁹¹ Hozzátette, a nyilvánosságra hozatal szempontjából annak van jelentősége, hogy a fogyasztók minél könnyebben és minél szélesebb körben értesüljenek.⁹²

Végül egy olyan ítélet következik, amelyben a Korm. rendelet szabályozására való hivatkozással a fogyasztó által fizetett összeget nem kellett a vállalkozásnak visszatérítenie. Az

⁹⁰ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 26. § (1) bek.

⁹¹ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 11-12. §

⁹² Fővárosi Ítéltábla 14.Gf.40.041/2018/6.

ügy alapjául az szolgál, hogy a fogyasztó az adásvételi szerződés megkötését követő 10. napon gyakorolni akarta a Korm. rendeletben foglalt elállási jogot. A vállalkozás ezt megtagadta, arra hivatkozva, hogy a szerződést üzlethelyiségben kötötték, ezért a Korm. rendelet nem vonatkozik rá. Az elsőfokú bíróság akképp rendelkezett, hogy a szerződés nem minősül üzlethelyiségben kötött szerződésnek, mivel a vállalkozás a kereskedelmi hatóság részére az üzemeltetési szándékát nem jelentette be.

A másodfokú bíróság megváltoztatta az ítéletet. Kiemelte, hogy a Korm. rendelet az üzlethelyiséget úgy definiálja, mint bármely olyan ingatlan, ahol a vállalkozás a tevékenységét állandó jelleggel folytatja.⁹³ Ennek a kritériumnak eleget tesz az az ingatlan, ahol az adásvételi szerződés megkötésére sor került, így mivel nem üzlethelyiségen kívül kötötték, a fogyasztót nem illeti meg a Korm. rendelet szerinti elállási jog.⁹⁴

8. Konklúzió

Meglátásom szerint az utóbbi évek bírói gyakorlata képes volt hatékony védelmet nyújtani a fogyasztókat megillető elállási és felmondási joggal kapcsolatban. Azokban az esetekben, amikor a fogyasztó hátrányára tértek el a Korm. rendeletben foglaltaktól, a tisztességtelenséget megállapították, még ha a fellebbezést követő másodfokú eljárás folyamán is, egyrészt azon esetekben, amikor a felmondási joghoz kapcsolódó határidőket a fogyasztóra nézve hátrányos módon szabályozták, és akkor is, amikor a Korm. rendelet alapján nem elvárt további feltételekhez kötötték (például a csomagolás további értékesítésére alkalmas módon való visszaküldése).

Az utolsó két bemutatott ítélet rámutat arra, hogy ez a gyakorlat természetesen azon esetekre nem terjed ki, amikor nem megalapozottan kérik a tisztességtelenség megállapítását, legyen szó üzlethelyiségben megkötött szerződés esetén gyakorolni kívánt elállásról, vagy az elállás esetén jogosan megkövetelt díjról.

Felhasznált irodalom

[1.] HAJNAL Zsolt: A fogyasztói szerződések joga az Európai Unió jogában: közös alapok.

Debreceni Jogi Műhely 2014/1–2.

http://www.debrecenijogimuhely.hu/archivum/1_2_2014/a_fogyasztoi_szerzodesek_joga_az_europai_unio_jogaban_kozos_alapok/, (2020. 10. 01.)

⁹³ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 4. § 13. pontja

⁹⁴ Fővárosi Ítéltábla 4.Pf.20.447/2017/4.

- [2.]FAZEKAS Judit (2007): *Fogyasztóvédelmi jog*. Complex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Kft., Budapest.
- [3.]KARSAI Krisztina (2011): *Fogyasztóvédelem és büntetőjog*. HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft., Budapest.
- [4.]KENDE Tamás szerk. (2016): *Bevezetés az Európai Unió politikáiba*. Digitális kiadás. Wolters Kluwer Kft., Budapest. https://mersz.hu/dokumentum/wk41__1/, (2020. 10. 01.)
- [5.]PAPP Tekla (2019): *Atipikus szerződések*. HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft., Budapest.
- [6.]TÁRCZY Edit Zsuzsanna (2012): Milyen változásokat hoz a fogyasztók jogairól szóló irányelv (a tájékoztatás és az elállás vonatkozásában)? *Fogyasztóvédelmi Szemle* 2012/2.
http://www.fvszemle.hu/aktualis_szam/2012_majus/kilato/fogyasztoi_iranyelv/, (2020. 10. 01.)
- [7.]TÁRCZY Edit Zsuzsanna (2012): Távközlési, hírközlési szabályok az Európai Unióban, valamint az internetes szolgáltatók felelősségére vonatkozó szabályok az Egyesült Államokban. In: STIPTA István (szerk.): *Miskolci Doktoranduszok jogtudományi tanulmányai II*. Gazdász-Elasztik Kft. 361-382.
- [8.]TÁRCZY Edit Zsuzsanna (2012): A UCP irányelv és implementálása a nemzeti jogrendszerekbe. *Miskolci Jogi Szemle* 2012/1.
- [9.]TÁRCZY Edit Zsuzsanna (2011): Unfair Commercial Practices in Some Member States of the EU. In: SÁRY Pál szerk.: *Sectio juridica et politica*. Tomus XXIX/2. Miskolc University Press, Miskolc. 623-642.

GARAMVÖLGYI Dávid*

A devizahitelek problematikája

1. Bevezetés

Ha ma Magyarországon valaki meghallja a devizahitel szót, könnyen görcsbe rándulhat a gyomra. Ez a szó beleivódott az emberek tudatába a média és általunk vagy ismerőseink által. Az országban szinte nincs olyan ember, aki ne találkozott volna olyan háztartással, ahol gondot jelentett, vagy jelent a devizahitel által okozott törlesztőrészlet fizetése. A devizakölcsönök olyan országos, társadalmi problémává alakultak az évek során, amiket a háztartások egy része mind a mai napig nem tudott kiheverni. Számos család vesztette el miatta az ingatlanát, vállalkozások mentek tönkre. Emellett súlyos gazdasági károkat okozott, az adósok egy része jelenleg is fizeti az azóta többségében már forintra átváltott devizaalapú hitelét.

Jellemzően a 2000-es évek elején, közepén kötötték az emberek ezeket a szerződéseket, hiszen akkoriban a devizahitelek felvétele sokkal kedvezőbbnek számított más hitelkonstrukciókkal szemben. Azóta elsősorban a 2008-as globális gazdasági válság következményeképp a hitelek törlesztőrészletei sokszorosukra nőttek – nem ritka a kétszeres, háromszoros törlesztőrészlet sem – elsősorban a drasztikus méretű árfolyammozgás miatt. A devizahitelről szóló addigi pozitív vélemények rendkívül gyorsan átalakult negatív, szkeptikus hangvételűvé. Számos hitelfelvevő úgy érezte, hogy a saját bankja becsapta és átverte. A lakosság nem volt tisztában az árfolyamingadozás jelentette kockázattal, és nem engedhették meg maguknak a többszörös törlesztőrészletek fizetését sem. Emiatt számos kilakoltatás is történt az elmúlt években.

Az írásom célja annak bemutatása, hogyan alakult ki a devizahitel okozta válság Magyarországon, milyen intézkedések, cselekvések voltak mind a jogalkotó, mind a bankok, mind pedig a lakosság felől. Foglalkozom továbbá azzal is, hogyan kezelték és próbálták meg feloldani a válság okozta megnövekedett terheket a lakossági törlesztőrészletek tekintetében.

Természetesen nem lehet a devizahiteles szerződéseket kollektíven elbírálni, ugyanis ezeket a kötelmeket külön-külön kell megvizsgálni. Mivel ezeknek a szerződéseknek vannak közös részei, közös tartalmi elemei, ezért szinte ugyanazok a szabályok kötik a szerződő feleket, mint más hasonló devizahiteles szerződéseknél.

* Államtudományi osztatlan mesterképzési szak, III. évfolyam. Tag, Nemzeti Közszolgálati Egyetem, Magyar Zoltán Szakkollégium.

2. A devizahitel értelmezése

Ahhoz, hogy meghatározhassuk a devizahitel fogalmát, először meg kell értenünk a hitel lényegét: a hitel alapvetően egy kölcsönszerződés, amely szerint, a Polgári Törvénykönyvről szóló 2013. évi V. törvény alapján, a hitelező meghatározott pénzüsszeg fizetésére, az adós a pénzüsszeg szerződés szerinti későbbi időpontban a hitelezőnek történő visszafizetésére és kamat fizetésére köteles.⁹⁵

A szerződésben a felek szabadon rendelkezhetnek a kirovó, illetve a lerovó pénznem meghatározásáról, ezért lehet egyáltalán devizahiteles szerződést megkötni. A (leendő) adós felveheti a kívánt hitelösszeget például euróban, amit forintban fog törleszteni, ha a bankkal a szerződésben úgy állapodtak meg. A tartozás mértékét a kirovó összeg határozza meg, hiszen ez alapján kell fizetni a lerovó összegben amennyit kell a tartozás teljesítéséhez fizetni.⁹⁶

A jog egymástól különböző módon határozza meg a devizahitel, a deviza alapú hitel és a devizában nyilvántartott kölcsön fogalmát, amelyet a 83/2010. (III. 25.) Korm. rendelet tartalmaz. A jogalkotónak a válság kialakulása után szükségszerű volt az addig meg nem határozott fogalmak pontos tisztázása érdekében meghatározni ezeket a kategóriákat, fogalmi elemeket.⁹⁷ Eszerint a devizahitel forinttól eltérő pénznemben folyósított és törlesztett hitel,⁹⁸ a deviza alapú hitel pedig devizában nyilvántartott, de forintban folyósított vagy törlesztett hitel.⁹⁹

Amennyiben devizahitelről beszélünk, úgy a hitel összege külföldi valutában van kiadva a hitelt felvevő adósnak, továbbá a törlesztés is a devizában zajlik. A deviza alapú hitelnél pedig mind a folyósítás, mind pedig a törlesztés forintban történik, de a kölcsön nyilvántartása valutában van. A deviza alapú hitelezésnél tehát az aktuális törlesztőrészletet az árfolyammozgás szerint állapítják meg, és ennek alapján fizeti az adós forintban a törlesztőrészletet.

Tehát a devizahitel adósa szükségszerűen kiteszi magát az árfolyamkockázatnak, vállalnia kell azt a bizonytalanságot, hogy a törlesztőrészlet fizetésekor mekkora értékű forintot kell fizetni a deviza kiegyenlítésére. A szerződés megkötése szempontjából közömbös, hogy az adós jól méri-e fel a jövőbeni valutaárfolyam alakulását, hiszen akár „jobban”, akár „rosszabbul” jár, a szerződést teljesíteni kell a *pacta sunt servanda* elve szerint.

⁹⁵ Ptk. 6:383. §

⁹⁶ GÁRDOS István – NAGY András (2013): A devizahitel jogi alapkérdései. *Hitelintézeti Szemle* 2013/5. 371-374.

⁹⁷ KRISTON Edit (2014): A devizahitel-szerződések és a polgári jog. Szakdolgozat. 5-6. <http://midra.uni-miskolc.hu/document/16447?docID=16447&setFontSize=big>, (2020. 10. 01.)

⁹⁸ 83/2010. (III. 25.) Korm. rendelet 2. § (1) bek. 1. pontja

⁹⁹ 83/2010. (III. 25.) Korm. rendelet 2. § (1) bek. 2. pontja

3. A devizahitelezés okai

A 2000-es évek elejére, közepére Magyarországon és a legtöbb volt szocialista országban stabilizálódtak a gazdasági mutatók. A javuló életkörülmények és a fellendülés hitelek felvételét jelentette nemcsak hazánk, hanem a környező közép-kelet-európai országok számára. A folyamatos integráció Nyugat-Európa felé lehetővé tette a pénzügyi közvetítőrendszerek megjelenését, a külföldi devizaalapú hitel felvételét a magyar háztartások számára.¹⁰⁰

Ha meg akarjuk találni a devizahitelezés okait, rendkívül sok indokot, érvet találhatunk mellettük. A leggyakrabban hangoztatott érv a devizahitelezés elterjedése mellett az, hogy a forint alapú hitelekkel szemben a devizahitelek sokkal alacsonyabb kamatokkal rendelkeztek, emiatt a törlesztő részlet is alacsonyabb volt a szerződés megkötésekor. Így alappal gondolhatta azt az adós, hogy „jobban jár”, amennyiben devizában veszi fel a hitelt, nem pedig forintban.

A devizahitelezés legerősebb valutája Magyarországon a svájci frank volt. A laikus hitelfelvevők joggal bízhattak a svájci frank tartósságában, hiszen Svájc évszázadok óta nem viselt háborút, gazdag és fejlett pénzügyi szektorral rendelkezik, illetve a svájci bankok világszerte ismertek, és évek óta stabil volt az ország valutája.¹⁰¹

A válság súlyosságához hozzájárult, hogy legnagyobb mértékben a svájci frank valutája emelkedett a forintéhoz képest, és Magyarországon a hiányos pénzügyi kultúrával rendelkező hitelfelvevők adósodtak el leginkább Közép-Kelet-Európában. Mélyítette a válságot, hogy a lakossági hiteleket az adósok nagy többsége 10-30 évre vette fel. Fontos leszögezni, hogy az akkori ismeretek és jövőbeni kilátások mellett racionális döntés volt a hitelfelvevők részéről a deviza alapú hitel felvétele, hiszen alacsonyabb törlesztőrészlettel rendelkeztek ezek a kölcsönök, mint a forint alapú társaik. Senki nem láthatta előre, miképpen fognak alakulni a világgazdaság történései. Természetesen a kockázat megvolt, de ezzel, ahogy a történetek során kiderült, senki nem számolt.

4. A felelősség kérdése

A lakossági devizahitelezés során rendkívül fontos szerepet tölt be a fogyasztóvédelem. A pénzügyi termékek fogyasztóinak és értékesítőinek ismeretei között komoly különbség

¹⁰⁰ LENTNER Csaba (2015): A lakossági devizahitelezés kialakulásának és konszolidációjának rendszertani vázlata. *Pénzügyi Szemle* 2015/3. 307-311.

¹⁰¹ KOLOZSI Pál Péter – BANAI Ádám – VONNÁK Balázs (2015): A lakossági deviza-jelzáloghitelek kivezetése: időzítés és keretrendszer. *Hitelintézet* 2015/3. 60-67.

tapasztalható. Fogyasztóvédelmi szemmel a devizahiteleket több lehetséges szemmel vizsgálhatjuk:

1. A pénzügyi termék kockázatának megakadályozása (a termék tiltása, korlátozása).
2. A kockázatok következményeinek feltárása (tájékoztatás, informálás).
3. Az előbbieket ellenőrzése (hatósági eljárások).
4. A fogyasztóvédelmi anomáliák szankcionálása (büntetés, reparálás).¹⁰²

A pénzügyi termék kockázatának megakadályozása a banki szektor felől értelmetlen lenne, hiszen az ő céljuk minél több hitel folyósítása a lakosság felé. A bankok önszántukból nem fogják tehát visszafogni a hitelezést, mert ez számukra nem racionális döntés. A jogalkotók utólagosan szigorították a devizahitel felvételét a jövedelemarányos törlesztéssel és a hitelfedezeti arány bevezetésével.¹⁰³

A további három megközelítés pedig nem elsősorban deviza alapú hitelre vonatkozó specifikus hibák. Ezek a hitelezés folyamatának általános és visszatérő problémái. Az ok, ami miatt elsősorban a devizahitelekkel társítjuk ezeket az, hogy elsősorban itt vált valósággá az a kockázat, amit az adósok vállaltak. Az elterjedt és kedvező devizahitelek villámgyors átalakulása kedvezőtlen törlesztőrészekre még soha nem látott mértékben érintette a magyar társadalmat.

Gyakori kritika az adósok részéről az, hogy a bankok nem megfelelően tájékoztatták őket a lehetséges kockázatokról, a banki ügyintézők azonban tájékoztatták az ügyfeleket a szerződés megkötésekor a lehetséges árfolyamváltozásról, ugyanakkor senki nem láthatta előre, hogy a 2008-as gazdasági világválság milyen mértékben változtatja meg az addig kiszámítható devizapiacot. Az informálás legkritikusabb része azonban a bank felől az árfolyamkockázatokon túli terhek ismertetése. A kamatváltozások és a valuta adás-vétel közötti különbségek rögzítésére vonatkozó költségelemek, egyértelmű leírása, megfogalmazása.

5. A szerződés érvénytelensége

Mondhatjuk-e általánosságban a devizahiteles szerződésekre, hogy érvénytelenek? Természetesen nem, hiszen minden szerződés megkötésének körülményei különböznek, ezáltal nehéz általánosságban beszélni róluk. Ehhez viszonyítva a hitelezési gyakorlat bizonyos

¹⁰² FARKAS István (2017): A devizahitelezés problémája, és ami mögötte van. *Acta Humana – Emberi Jogi Közlemények* 2017/5. 35-50.

¹⁰³ 32/2014. (XI.10.) MNB rendelet a jövedelemarányos törlesztőrészlet és a hitelfedezeti arányok szabályozásáról.

mértékben egységesen működik, így beszélhetünk kollektívan olyan elemekről, amik bizonyos kritikának nem felelnek meg.

A Polgári Törvénykönyv nem tartalmazza az érvénytelenség fogalmát, a jogalkalmazó pótolta ezt a hiányosságot, így az 1/2010. PK véleményben a következőket találjuk: „A szerződés érvénytelensége azt jelenti, hogy az ilyen ügyletnek nincs kötelelemkeletkeztető hatálya, az ilyen szerződés joghatás kiváltására alkalmatlan.”¹⁰⁴

A szerződés érvénytelenségének megállapításához az alábbi feltételek fennállta:

- a) létező szerződés a szerződő felek között,
- b) a szerződés ne legyen alkalmas a felek által kívánt joghatás kiváltására,
- c) valamely jogszabályban meghatározott ok miatt nem alkalmas a joghatás kiváltására.

Főszabály szerint a magyar polgári jogban részleges érvénytelenségről beszélünk. Eszerint, ha a szerződésről megállapítható, hogy részben érvénytelen elemeket is tartalmaz, akkor az egész szerződés csak akkor érvénytelen, ha az érvénytelennek minősített rész nélkül a szerződést megkötő felek nem kötötték volna meg a szerződést.¹⁰⁵

Mivel általános elv a kötelmi viszonyokban, az értékegyensúly, így az adósokban joggal merült fel, hogy a valutaárfolyam változása miatt, már nem egyenlők a viszonyok és a bankok javára tolódott el az egyensúly. Azonban megtámadni a szerződéseket emiatt nem lehet, mert a feltűnő értékegyenlőségnek fent kell állnia a hitelszerződés megkötés pillanatában is. Ez viszont természetesen nem állt fent, hiszen elszálló árfolyamok mellett az ügyfelek nem vesznek fel hiteleket.

6. A devizahitelek kezelése

A 2010 óta kormányon lévő FIDESZ-KDNP kommunikációja számos alkalommal elítélte a devizahiteleket, mint kölcsönöket. A kormánypártok felől több ígéret elhangzott, hogy rendezik a bajbajutott devizahitelesek kölcsöneit úgy, hogy azokat reális törlesztőrészletekkel lehessen törleszteni. 2010. augusztus 13-i hatállyal ki is hirdették a 2010. évi XC. törvényt, amelynek 81. §-a módosította az akkor hatályos Polgári Törvénykönyvet (1959. évi IV. törvény). A beiktatott rendelkezés alapján természetes személy – ide nem értve az egyéni vállalkozót – devizában nyilvántartott, vagy nyújtott (deviza alapú) kölcsönszerződéséből keletkező hitelezői követelés biztosítására, természetes személy tulajdonában álló ingatlanon, vagy ingatlanok

¹⁰⁴ 1/2010. (VI. 28.) PK vélemény az érvénytelenség jogkövetkezményeiről

¹⁰⁵ KRISTON 2014, 15-19.

természetes személy tulajdonában lévő tulajdoni illetőségére jelzálogjog nem alapítható, a felek ettől eltérő rendelkezése semmis.¹⁰⁶

A törvény lényege röviden összefoglalva az volt, hogy ne tegye lehetővé az ingatlan alapú jelzálogot, ezzel kiszűrve azt, hogy a lakossági kölcsönfelvevők elveszíthessék a lakhatásukat, ha fizetéseképtelenné válnak a bankokkal szemben. Az 1959. évi IV. törvény vonatkozó szakaszát végül hatályon kívül helyezték, mert nem volt teljes összhangban az európai uniós szabad tőkeáramlás előírásaival.¹⁰⁷

A devizahitelek tényleges forintosítására 2015 tavaszától kerülhetett sor. A svájci frank alapú devizahiteleket az akkori árfolyamon, 256,6 Ft-on, az euró alapú hiteleket pedig 309 Ft-on tudták az adósok átváltani forintra. Rövid időszak alatt a lakossági adósok a devizahiteleiket forintra tudták váltani, ezáltal rendkívüli nagymértékben lecsökkent a deviza alapú hitelek száma Magyarországon.¹⁰⁸

7. A magyar jogalkotás lépései a devizahitelválság károkozásainak csökkentése érdekében

A 2008-as gazdasági krízis bekövetkezése jogi szempontból azt a kérdést vetette fel leginkább, hogy a válság olyan esemény-e, amelyre előre nem látható és el nem hárítható jogeseményhez (*vis maior* esetkörébe) tartozó jogkövetkezményeket lehet-e alkalmazni. Hivatkozhatnak-e a bajba jutott devizahitel felvevők, hogy szüntessék meg a szerződéseiket azoknak ellehetetlenülésük miatt. Ugyanakkor beláthatatlan társadalmi és gazdasági következményekkel járt volna, ha a kialakult helyzet *vis maior* jelleggel bír. A szerződő felek, ha szabadulhattak volna a szerződéses kötelezettségek teljesítésétől, akkor az az egész bankszektort bedönthette volna, valamint sokkal súlyosabb gazdasági és ezáltal társadalmi válságot idézhetett volna elő, mint ami 2008 után kialakult.

Magyarországon a válság hatásainak mérsékléséhez, az adósok megsegítéséhez szükségessé vált az állami beavatkozás jogalkotás útján, azonban a szerződésekbe való beavatkozás komoly kihívás elé állítja a jogalkotót. A megkötött szerződések a létrehozásuk idejében hatályos magánjogi szabályozások alatt állnak, ezért azok utólagos módosítása

¹⁰⁶ 2010. évi XC. törvény 81. §; 1959. évi IV. törvény 261. § (4) bek. (hatályon kívül helyezve 2011. július 1-jétől).

¹⁰⁷ HUDECZ András (2012): Párhuzamos történetek a lakossági devizahitelezés kialakulása és kezelése Lengyelországban, Romániában és Magyarországon. *Közgazdasági Szemle* 2012/4. 387-389.

¹⁰⁸ KOLOZSI – BANAI – VONNÁK 2015, 60-87.

alkotmányjogi problémákat vetnek fel leginkább a visszaható hatályú jogalkotás általános tilalma miatt.¹⁰⁹

2010. március 1-jén lépett hatályba a hitelezés feltételeiről és hitelképességeiről szóló 361/2009. (XII. 30.) Korm. rendelet. A rendelet alapján a hitelnyújtó bank nem adhat hitelt kizárólag ingatlanfedezet figyelembevételével. A hitelbírálat során meg kell vizsgálnia a hitelt felvenni kívánó személy hitelképességét, amely a természetes személy háztartási jövedelmén kell, hogy alapuljon. A törvény tartalmazza a bankok tájékoztatási kötelezettségének körülírását, a szerződés tartalmi és formai követelményeit, továbbá a hitelezhetőségi limitet. A limit alapján az euróhiteleknél és az euró alapú hiteleknél nem lehet magasabb a havi törlesztőrészlet folyósítása a hitelezhetőségi limit 80 %-ánál. Más devizahiteleknél az első, tehát induló törlesztőrészlet a hitelezhetőségi limit 60 %-át nem lépheti túl.¹¹⁰

A 2011. évi LXXV. törvény a devizakölcsönök törlesztési árfolyamának rögzítéséről és a lakóingatlanok kényszerértékesítésének rendjéről, míg a 2011. évi CLXX. törvény pedig hitelszerződésből eredő kötelezettségeknek teljesíteni nem tudó természetes személyek lakhatásának biztosításáról rendelkezik. Utóbbi törvény lényegében meghatározza a Nemzeti Eszközkezelő Zrt. jogállását és feladatait, a Nemzeti Eszközkezelő megvásárolta a programban résztvevő adósok ingatlanjait, akik számára a lakhatás továbbra is biztosított kedvezményes áron. A későbbiekben pedig az ingatlanjaikat visszavásárolhatják, ha sikeresen törlesztették az adósságukat.

A Kúria a 2014. évi XL. törvény (ügynevezett elszámolási törvény) szerint kötelezik a deviza alapú kölcsönt szolgáltató bankokat, hogy el kell számolniuk az árfolyamrés semmisségével és az egyoldalú szerződésmódosításból származtatott többletbevételükkel. Elfogadásra került a 2014. évi XXXVIII. törvény is, amely kimondja az egyoldalú szerződésmódosítás szabályait. A bankok gyakorlata tisztességtelen volt, mert az ügyfelek beleegyezése és megkérdezése nélkül egyoldalúan módosították a kamatokat, aminek következtében a kamatemelések által keletkezett többletbevételt a bankoknak vissza kellett fizetniük az adósok számára.¹¹¹

A jogalkotás és a gazdasági szektor komoly kihívásokkal szembesült, hogyan és miképpen lehet megőrizni a szerződések érvényességét, kikényszeríteni azok teljesítését. Ezzel

¹⁰⁹ NOCHTA Tibor – PAPP Tekla (2018): *Üzleti kockázat a szerződéses viszonyokban*. Menedzser Praxis Szakkiadó és Gazdasági Tanácsadó Kft., Budapest. 23-29.

¹¹⁰ KORBA Szabolcs (2019): Lakossági devizahitelek és a gazdasági válság – jogi tapasztalatok. In: BODZÁSI Balázs (szerk.): *Devizahitelezés Magyarországon. A devizahitelezés jogi és közgazdasági elemzése*. Budapest Corvinus Egyetem, Budapest. 161-213.

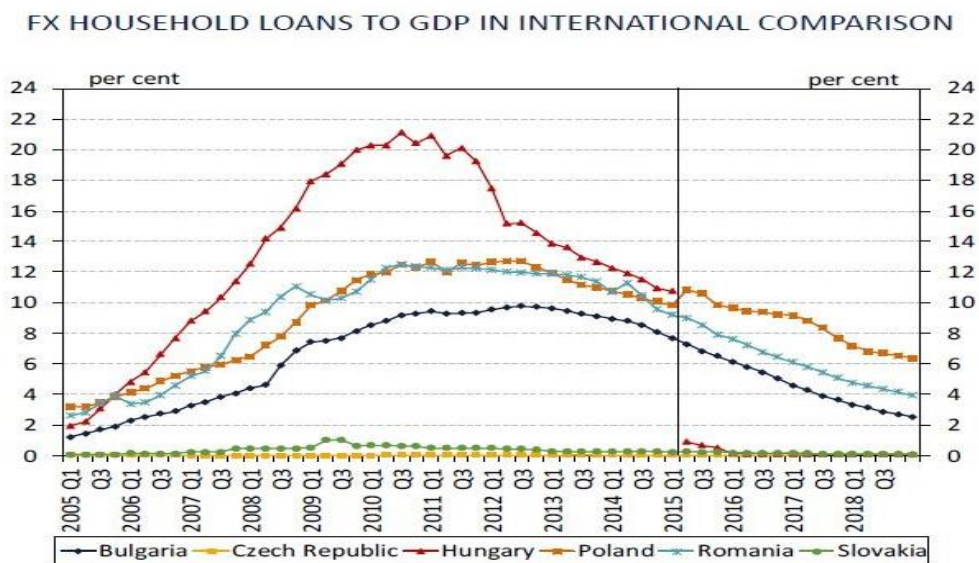
¹¹¹ NOCHTA – PAPP 2018, 23-32.

párhuzamosan a társadalom irányába is meg kellett őrizni a jogbiztonságot és bizalmat az intézmények felé.

8. Nemzetközi reakciók a devizahiteles válságra

A 2008-as gazdasági világválság által okozott devizahiteles válság nemcsak a magyar lakosságot érintette, hanem az Európai Unió egészét is. Fontos azonban kiemelni, hogy a közép-kelet-európai régióban sokkal nagyobb károkat okozott, mint más uniós tagországokban, ez pedig elsősorban a lakosság magas hitelállományának tudható be. A közép-kelet-európai régióból kiemelten Lengyelországgal és Romániával fogok foglalkozni.

Lengyelországban a devizahitelek aránya nem ért el akkora szintet, mint Magyarországé volt, azonban így is a teljes hitelállomány 33%-át tették ki. Itt a súlyosbító körülmény az volt, hogy a lakossági ügyfelek jellemzően lakáshitelként alkalmazták a devizahitelt sokszor 15-20 éves szerződésekben. A devizahitelnek való kitettséget a lakáshitelek terén jól mutatja, hogy 2008-ra 60%-ra nőtt az arány, így Lengyelországban komoly lakhatási kockázatot jelentettek a nem nemzeti pénznemben felvett hitelek, akár csak Magyarországon.¹¹²



Source | National central banks, Eurostat

Forrás: <https://www.penzugyiszemle.hu/konferenciak/devizahitel-kockazatok-kezelese-magyar-es-lengyel-tapasztalatok> (2020. 10. 01.)

A lengyel kormányzat a válságra válaszul elsősorban intézményi reformokat hirdetett meg, ezáltal a 2005-2013 közötti időszakban kötött szerződések lényegében érintetlenül

¹¹² HUDECZ 2012, 387-389.; HÜTTL, Pia (2015): *Foreign loan hangovers and macro-prudential measures in Central Eastern Europe*. Bruegel, <https://www.bruegel.org/2015/10/foreign-loan-hangovers-and-macro-prudential-measures-in-central-eastern-europe/>, (2020. 10. 01.)

maradnak. A jövő szerződéseit kívánták szabályozni: szigorították a hitelfelvételi szabályokat, megerősítették a pénzügyi ombudsman szerepét a szerződések terén. Azonban az intézményi reformok nem jelentettek megoldást a meglévő hitelek átstrukturálására, így számos lengyel háztartás viseli mind a mai napig a megnövekedett devizahiteleket.¹¹³

Románia eltérő utat járt be, mint Magyarország és Lengyelország a szocialista tömb felbomlása után. A gazdasági felzárkózása sokkal lassabb volt, mint a régió országaié, ezért a lakosság kisebb mértékben tudott hitelekhez hozzájutni és felvenni. A GDP-arányos eladósodottság 20%, de ezen belül a devizahitelek aránya 60%. Jól mutatja, hogy itt is komoly devizahiteles kitettségről lehet beszélni. Enyhítő körülmény az alacsony kitettség mellett, hogy míg a magyar lakosság jellemzően svájci frank alapú hitelt vett fel, addig a román lakosság euró alapút, aminek kisebb mértékben változott az árfolyama, mint a svájci franké.

A román nemzeti bank már 2003 körül belátta, hogy a devizahitelek irányában túlzottan magas kitettség komoly kockázatokat rejt magában, ezért igyekeztek szigorítani a hitelfelvételi kritériumokon. Elsősorban a román jegybankon keresztül kívánták a bankok hitelkínálatát csökkenteni: nagyobb mértékű devizatartalékot írtak elő, szigorúbb kockázatkezelést vezettek be, de a korlátozások végül elégtelennek bizonyultak, hiszen a román lakosság hiteligenye a 2008-as gazdasági válságra folyamatos mértékben növekedett.

A válságra reagálva a román hatóságok még tovább szigorították a devizahitelre jogosultak körét, és 5 évben maximalizálták a devizahitelek során általánosan eredetileg alkalmazott 20 éves futamidőt. Továbbá (magyar példára) nem vehetnek fel a román állampolgárok teljes mértékben deviza alapú hitelt, hanem valutától függően 60-80%-ban lehetnek deviza alapúak.¹¹⁴

Nem csak nemzetállami szinten történtek változások a jogrendszerekben. A globális pénzügyi rendszert megingató válság szükségszerűvé tette, hogy biztosítva legyen annak stabilitása, az Európai Unió jogalkotói is úgy látták szükségesnek, hogy szabályozzák a fogyasztói szerződéseket érintő jogalkotást. 2014. december 16-án előterjesztették az Európai Parlament elé a Közös Európai Adásvételi Jog tervezetét (*Common European Sales Law*,

¹¹³ BUSZKO, Michal – KRUPA, Dorota (2015): Foreign currency loans in Poland and Hungary – a comparative analysis. *Procedia Economics and Finance*. 124-136.

¹¹⁴ ALBULESCU, Claudiu Tiberiu (2010): Forecasting the Romanian financial system stability using a stochastic simulation model. *Romanian Journal of Economic Forecasting* 2010/1.

CESL). A tervezet szövegében hangsúlyosabb szerepet kapott a kereskedők és a fogyasztók közötti szerződéses reláció.¹¹⁵¹¹⁶

9. Összegzés

A devizahitelezés a magyar – és a közép-kelet-európai országok – lakossága számára olyan gazdasági krízist okozott és okoz, ami napjainkig érezteti hatását. A 2008-as gazdasági világválság begyűrűzése által kiváltott árfolyamingadozás felhívta a figyelmet a devizahiteles szerződésekre. Általánosságban elmondható a lakosságról, hogy ritkán olvassák el és értik meg a kötetmek tartalmát, még ha az adott szerződés gyökeresen írja át az életüket, akár 10-30 évre is. A hiányos pénzügyi kultúra és szabályok nem ismerete pedig elősegítette a kialakult helyzetet.

Ugyanakkor a lakosság „gondatlanságán” és szerény pénzügyi kultúráján kívül a bankokat is terheli a felelősség: a nem megfelelő tájékoztatás és az egyoldalú szerződésmódosítások által egyes szerződéseknél a bankok olyan hasznot szereztek, ami nem illette volna meg őket. A nem megfelelő tájékoztatás miatt a lakosság bizalma megrendült a pénzintézetek felé, és kihasználtak, átvertnek érezték magukat az ügyfelek.

Mivel a válság során megnövekedett árfolyamkülönbségek folytán a hiteleiket az adósok nem tudták törleszteni, ezért számos család lakhatása veszélybe került. Az állami beavatkozás egy idő után szükségszerűvé és elkerülhetetlenné vált. Ezért először korlátozásra került a devizahitelek felvétele, majd a Magyar Nemzeti Bank segítségével megtörtént a deviza alapú kölcsönök forintosítása.

Sokan lezártnak tekintik a devizaügyeket és a deviza alapú kölcsönök okozta válságot, de nem szabad elfelejteni, hogy a 2000-es évek elején, közepén felvett kölcsönöket a magyar háztartások nagyrésze mind a mai napig törleszti. A válság hatására olyan törés következett be a társadalomban, amit még évekig vagy akár évtizedekig tart kiheverni.

Felhasznált irodalom

- [1.]ALBULESCU, Claudiu Tiberiu (2010): Forecasting the Romanian financial system stability using a stochastic simulation model. *Romanian Journal of Economic Forecasting* 2010/1.

¹¹⁵ SVOBOSA, P. (2015): The Common European Sales Law - Will the Phoenix from the Ashes Again? *Zeitschrift für Europäisches Privatrecht* 2015/4. 689-692.; SZABÓ Sarolta (2014): A bécsi Vételi Egyezmény, mint nemzetközi Lingua Franca. *Doktori Értekezések* 3. Pázmány Press, Budapest. 47.

¹¹⁶ NOCHTA – PAPP 2018, 11-13.

- [2.]BUSZKO, Michal – KRUPA, Dorota (2015): Foreign currency loans in Poland and Hungary – a comparative analysis. *Procedia Economics and Finance*. 124-136.
- [3.]FARKAS István (2017): A devizahitelezés problémája, és ami mögötte van. *Acta Humana – Emberi Jogi Közlemények* 2017/5. 35-50.
- [4.]GÁRDOS István – NAGY András (2013): A devizahitel jogi alapkérdései. *Hitelintézeti Szemle* 2013/5. 371-374.
- [5.]HUDECZ András (2012): Párhuzamos történetek a lakossági devizahitelezés kialakulása és kezelése Lengyelországban, Romániában és Magyarországon. *Közgazdasági Szemle* 2012/4. 387-389.
- [6.]HÜTTL, Pia (2015): *Foreign loan hangovers and macro-prudential measures in Central Eastern Europe*. Bruegel, <https://www.bruegel.org/2015/10/foreign-loan-hangovers-and-macro-prudential-measures-in-central-eastern-europe/>, (2020. 10. 01.)
- [7.]KOLOZSI Pál Péter – BANAI Ádám – VONNÁK Balázs (2015): A lakossági deviza-jelzáloghitelek kivezetése: időzítés és keretrendszer. *Hitelintézeti Szemle* 2015/3. 60-67.
- [8.]KORBA Szabolcs (2019): Lakossági devizahitelek és a gazdasági válság – jogi tapasztalatok. In: BODZÁSI Balázs (szerk.): *Devizahitelezés Magyarországon. A devizahitelezés jogi és közgazdasági elemzése*. Budapest Corvinus Egyetem, Budapest. 161-213.
- [9.]KRISTON Edit (2014): A devizahitel-szerződések és a polgári jog. Szakdolgozat. 5-6. <http://midra.uni-miskolc.hu/document/16447?docID=16447&setFontSize=big>, (2020. 10. 01.)
- [10.] LENTNER Csaba (2015): A lakossági devizahitelezés kialakulásának és konszolidációjának rendszertani vázlata. *Pénzügyi Szemle* 2015/3. 307-311.
- [11.] NOCHTA Tibor – PAPP Tekla (2018): *Üzleti kockázat a szerződéses viszonyokban*. Menedzser Praxis Szakkiadó és Gazdasági Tanácsadó Kft., Budapest.
- [12.] SVOBOSA, P. (2015): The Common European Sales Law - Will the Phoenix from the Ashes Again? *Zeitschrift für Europäisches Privatrecht* 2015/4. 689-692.
- [13.] SZABÓ Sarolta (2014): A bécsi Vételi Egyezmény, mint nemzetközi Lingua Franca. *Doktori Értekezések* 3. Pázmány Press, Budapest.