

SZABÓ TAMÁS^[1] – PUP DORINA BRIGITTA^[2]
– PETELEI ILDIKÓ VIVIEN^[3]

Klikk, kosár, konfliktus – Az e-kereskedelem vitarendezési dimenziói és az óriásplatformok gyakorlata^{[1][2][3]}

ABSTRACT

The rapid development of international trade conducted on the World Wide Web has created new challenges in the handling of consumer disputes. Alternative dispute resolution mechanisms, with particular regard to online dispute resolution, offer an effective, fast, and cost-efficient alternative to court proceedings. Our study presents the functioning, legal basis, and practical experience of dispute resolution on the most popular e-commercial online platforms (VLOPs), and aims to provide a comprehensive overview of the options available to consumers for enforcing their claims. Its aim is to explore how these mechanisms contribute to the sustainable development of e-commerce and consumer protection.

Keywords: e-commerce ■ VLOPs ■ ADR ■ Temu ■ arbitration

I. BEVEZETÉS

Ahogy a köznyelv is tartja: az üzlet, az üzlet. Az emberiséggel egyidős tevékenység a kereskedelem, amely minden fejlettségi szinten új kihívások elé állítja mind a fogyasztókat, mind a jogalkotókat, hiszen változatos arcát mutatja az üzleti tevékenységeknek.

A modernizáció által kialakult, könnyen elérhető, és ezáltal népszerű *e-commerce*² a világot egészen széles körben hálózta be. Ez az országo-

[1] Egyetemi tanársegéd, Széchenyi István Egyetem, Deák Ferenc Állam- és Jogtudományi Kar, Modern Technológiai és Kiberbiztonsági Jogi Tanszék; szabo.tamas1@sze.hu. MTMT: 10085330 * ORCID: 0009-0007-9426-2712.

[2] Joghallgató, Széchenyi István Egyetem, Deák Ferenc Állam- és Jogtudományi Kar; pup.dorina02@gmail.com. MTMT: 36183509.

[3] Joghallgató, Széchenyi István Egyetem, Deák Ferenc Állam- és Jogtudományi Kar; peteleiildiko@gmail.com.

kon átívelő kereskedelmi tevékenység hatalmas méretűre duzzasztott néhány vállalatot, s ezzel egyidejűleg váltak a fogyasztók kiszolgáltatottabbá az érdekeik érvényesítése terén. A nemzetközi e-kereskedelem egyik legnagyobb kihívása, hogy a fogyasztó gyakran egy, a világ másik pontján székhellyel rendelkező vállalat együttműködésének van alárendelve. Hova tud fordulni a vásárló, ha gyorsan, olcsón és hatékonyan kíván problémájára megoldást találni? Milyen alternatív vitarendezési módok állnak rendelkezésre egy fogyasztói jogvita megoldására? Új utak nyílhatnak meg az online térben a hagyományos vitarendezés esetén? Esetleg egy teljesen digitális platformra lenne szükség? Ezekre a kutatási kérdésekre keressük a választ dolgozatunk keretében.

II. AZ E-KERESKEDELEM FOGALMA, FAJTÁI

Ahhoz, hogy az e-kereskedelem fogyasztóvédelmét tárgyalhassuk, először fontos definíciót találni magára a tevékenységre. Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás általánosságban távollévők között kötött szerződés egyik speciális fajtája.^[4] Szűkebb értelemben az e-kereskedelem az interneten és egyéb kommunikációs hálózatokon keresztül végrehajtott pénzügyi tranzakciókat jelenti, amelyek során áruk és szolgáltatások vásárlása és értékesítése, valamint pénzáttétel történik. Tágabb értelemben pedig az e-kereskedelem az üzleti kapcsolatok bármely formája, ahol a szereplők közötti interakció az internetes technológiák felhasználásával történik.^[5] Lényegében tehát minden, amelyet visszterhesen a világhálón folytatnak le. Fontos azonban sorra venni a jogügylet két oldalán álló félt, hiszen számos variáció és szereplő állhat az egyes pozíciókban. Megkülönböztethetünk tehát üzleti vállalkozások közötti (B2B), vállalkozások és fogyasztók közötti (B2C), fogyasztók közötti (C2C), fogyasztók és vállalkozások közötti (C2B), vállalkozások és közigazgatási szervek közötti (B2A), valamint fogyasztók és közigazgatási szervek (C2A) közötti kapcsolatot.^[6]

Fontos megemlítenünk az Európai Parlament és a Tanács 2019/1150 rendeletét, mely a platformok és a vállalkozások közötti kapcsolatokat (P2B) hivatott szabályozni. Célja, hogy hozzájáruljon az onlineplatform-gazdaságba vetett fogyasztói bizalom növeléséhez, tisztességes, átlátható online környezetet teremtsen, ezzel is védve az uniós fogyasztók jogos érdekeit a vállalkozásokkal szemben.^[7]

[4] Strihó, 2009, 131.

[5] Babenko et al., 2019.

[6] Jain – Malviya – Arya, 2021, 665-670. A magyar fordításuk sorrendben: Business to business, business to consumer, consumer to consumer, consumer to business, business to administration, consumer to administration. Emellett a legújabb trendnek nevezhető a direct to customer (D2C), azaz a közvetlenül a fogyasztóhoz szállító vállalatok, amelyek nem vesznek igénybe közvetítőket ahhoz, hogy a megrendelőhöz juttassák a terméket. D2C kereskedelmet folytatnak egyes designer márkák, manufaktúrák és termelők (ld. Yltävä, 2024).

[7] Az Európai Parlament és a Tanács 2019. június 20-i (EU) 2019/1150 rendelete, (3) preambulumbekezdés.

Dolgozatunkban a P2B mellett kiemelt fókuszot helyezünk a második (B2C) és a negyedik (C2B) esetre, azaz a vállalkozások és fogyasztók közötti kereskedelem relevanciájára. Ebben az esetben beszélhetünk fogyasztói jogvitákról, mivel a többihez képest jóval kiszolgáltatottabb helyzetben van a vevői pozícióban lévő fél.

Azon internetes oldalak (webshopok) közül, amelyeken magánszemélyek leggyakrabban bonyolítanak le vásárlásokat, két típust lehet említeni. Egyrészt, amikor a vállalkozás saját honlapot hoz létre és azon bonyolítja a szerződések megkötését. Ez irányulhat egy vagy több termék, vagy szolgáltatás értékesítésére is, ilyenek tekinthetjük például a Nike, az Euronics vagy éppen a Libri honlapját. A másik esetben ún. online piactéren keresztül történik az értékesítés. Utóbbi bizonyul a legnépszerűbbnek a fogyasztók körében, köszönhetően a széles, szinte mindenre kiterjedő kínálatnak és a precíz marketingstratégiáknak. Az online piacterek esetében az oldalt üzemeltető és márkájával fémjelző vállalat csupán platformot biztosít az eladók számára, az oldalakon megjelenő termékek jelentős részében azonban közvetlenül nem avatkozik be a gyártás során. Ebbe a kategóriába sorolhatóak olyan óriásvállalatok, mint az Amazon, az eBay, a Rakuten vagy az AliExpress. Kategóriától függetlenül mindkét esetben elektronikus kereskedelmi szolgáltatásról^[8] és elektronikus, fogyasztói szerződéskötésről beszélünk.^[9]

A világ rendkívül sokszínű, számos kultúrával és jogrendszerrel, amelyek fogyasztóvédelmi és igazságszolgáltatási rendszere nagyon különbözhet egymástól. Az árucikkek kiválasztása alkalmával pedig ritkán döntünk a vállalkozás székhelye szerint, választásunkban sokkal inkább az ár, a kínálat, és a megbízhatóság – vagy annak látszata – dominál. Az Európai Unió tagállamaiban egységes jogok illetik meg a fogyasztót, köszönhetően a területi szabályozás harmonizáltságának, azonban a EU-tagországokon, illetve Norvégián, Izlandon és Liechtensteinen kívül történő internetes vásárlás esetén már nem áll fenn ez az – ismerősenek mondható – védelem. A globalizáció miatt Európa nem elégíthet ki minden igényt, sőt eltöprel két, az ágazatot uraló nagyhatalom mellett. 2024-ben Ázsia vezette a világ e-kereskedelmét, második helyen pedig az amerikai régió található a bevételek szerinti összehasonlításban. Európa e-kereskedelmi bevétele pedig alig haladja meg az amerikai harmadát. Ha betekintünk 2025 legeredményesebben működő online kereskedelembe részt vevő vállalatai közé, a legnagyobb vitathatatlanul az Amazon, amelynek székhelye az Egyesült Államokban található, ezt követi a kínai Alibaba és Pinduoduo, majd a kanadai Shopify. A Kínához köthető Temu, illetve SHEIN shopping applikációkat összesen mintegy 779 millióan töltöt-

[8] Az elektronikuskereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvény 2. § 4. pontja szerint: olyan információs társadalommal összefüggő szolgáltatás, amelynek célja valamely birtokba vehető forgalomképes ingó dolog – ideértve a pénzt és az értékpapírt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket –, szolgáltatás, ingatlan, vagyoni értékű jog (a továbbiakban együtt: áru) üzletszerű értékesítése, beszerzése, cseréje vagy más módon történő igénybevétele.

[9] Barta, 2019, 369.

ték le 2024-ben, az Amazonnal ez a szám megközelíti az 1 milliárd felhasználót. Az eredmény földrajzi adottságok és a népességszám miatt sem meglepő, azonban ez a felállás érdekes kihívások elé állítja az Európai Unió állampolgárait, hiszen a világvezető vállalatai esetében nem élvezhetik az EU által biztosított fogyasztó-védelmi és vitarendezési módszereket.

Az e-kereskedelem tehát egy könnyen behatárolható terület, megítélése és hiáinak kiküszöbölése azonban nem mutatkozik ilyen egyszerűnek.

1. E-kereskedelmi kihívások és megoldásaik

Az e-kereskedelem számtalan előnyét lehet felsorolni a fogyasztó és a vállalkozás szemszögéből egyaránt. Ezek közül a legfontosabbak, hogy kevesebb költséget jelent, rugalmasan elérhető a nap 24 órájában, könnyű hozzáférést biztosít bárki számára, kényelmes böngészést és fizetést tesz lehetővé. A kínálat összehasonlítása sem okozhat problémát, hiszen a konkurens termékek minden információja rendelkezésünkre áll. Összefoglalva tehát: a legnagyobb előnye a vásárlási és eladási tevékenység felgyorsításában rejlik.^[10]

Tanulmányunk azonban nem a pozitívumokra koncentrál, hanem éppen ellenkezőleg. Fogyasztócentrikusan szemléli az e-kereskedelem negatív kimeneteinek helyreállítását, az egyes fogyasztói jogviták hatékony megoldását. Ezen jogvitáknak oka a fogyasztó elégedetlensége, vagy kereskedői szabályszegés, jogsértés miatt merülhetnek fel. A problémák sokrétűek, így különösen kiemelésre érdemes a termék leírástól való eltérése, továbbá az áru hiányos vagy sérült fizikai állapota. Ezt a helyzetet tovább árnyalja, hogy a kereskedelmi szereplő és a fogyasztó aszimmetrikus információval rendelkezik. Míg a fogyasztók csupán reklámokból és a weboldalon feltüntetett leírásból következtethetnek a termék tulajdonságaira, addig a kereskedő vállalkozás (eladó) komplexebb tudással rendelkezik, és limitálhatja, hogy ezen információkból mennyit oszt meg a vevővel. A nem elegendő mennyiségű vagy téves adatokon alapuló vásárlási döntések egyértelműen sértik a fogyasztók érdekeit. A kifogásolható, nem megfelelő kereskedelmi működés feltérképezése és kezelése nagy kihívást jelenthet a hatóságok számára, hiszen e tevékenység olyan nagy mértékű, hogy ellenőrzése szinte lehetetlen. Továbbá, ha észlelik is a hibát, gyakran az oldalak működtetői nincsenek regisztrálva semmilyen nyilvántartásba, engedély nélkül működnek, vagy nemzetközi összefogás volna szükséges és célravezető a probléma megszüntetéséhez. A fogyasztók jogai nyilvánvalóan csorbulnak ez esetben is.^[11]

A mai gazdaság- és kereskedelemszerkezetben az internetes kereskedelem előnyei túlsúlyban vannak a hátrányokhoz viszonyítva. Számos lehetséges probléma azonban egy jellemzőre vezethető vissza; a személytelen üzleti kapcsolat-

[10] Jain – Malviya – Arya, 2021, 668.

[11] Romdoni, 2024, 1-12.

ra. A személyes kontaktus hiányát az e-kereskedelemben a bizalomérzet hivatott pótolni. Az internetes vásárlások legtöbbet használt bizalmi modelljét Lee és Turban dolgozta ki, amelyhez korábbi kutatásokon alapultak, és online kereskedők információit vették alapul.^[12] Eszerint a legfontosabb tényezők a bizalom építésében az e-kereskedő és a virtuális közeg megbízhatósága, és a háttértényezők, azaz a harmadik fél általi tanúsítás és fizetési szolgáltatás hatékonysága, illetve a biztonsági infrastruktúra hatékonysága játszanak szerepet, melybe beletartoznak az e-kereskedelem felett álló intézmények,^[13] melyek képesek szabályozni, koordinálni és köteleességekkel illetni az e-kereskedelmi résztvevőket.^[14] Témánk szempontjából az utóbbira kell fókuszálnunk, hiszen ennek része a hatékony jogorvoslati lehetőségek biztosítása, amely nemcsak a fogyasztó magabiztosságát fokozza az online térben, hanem a vállalkozások számára is hosszú távú előnyöket jelent a vásárlók bizalma és hűsége elérésével. De hová lehet fordulni a termékkel való elégedetlenség, esetleg ahhoz kötődő károkozás esetén? Ezen szervezeteket és lehetőségeket tekintjük át a következő fejezetben.

III. AZ ÓRIÁSPLATFORMOK ÉS SAJÁT PANASZKEZELÉSÜK

Az óriásplatformok napjaink meghatározó digitális gazdasági szereplői. Képesek különböző felhasználói csoportok között kapcsolatot teremteni, illetve azt irányítani is. Az EU is felismerte a kiemelt szerepüket, hiszen megállapítják, hogy az online óriásplatformok fontos szerepet játszanak azáltal, hogy elősegítik a nyilvánosság körében zajló vitákat, a gazdasági ügyleteket, valamint az információk, vélemények és elképzelések nyilvános terjesztését.^[15] Jellemzően többoldalú piacokon működnek, ahol az értékteremtés a felhasználók közötti kapcsolatok és tranzakciók elősegítésén alapul. Működésük egyik kulcsfontosságú eleme a hálózati hatás, amely révén a platform értéke, profitja a felhasználók számának növekedésével párhuzamosan emelkedik.^[16] Az óriásplatformok piacialakító erővel is bír(hat)nak, hiszen társadalmi használatú okokra visszavezethetően sok esetben ők határozzák meg, hogy milyen piaci termék/szolgáltatás juthat el a felhasználóhoz. E marketinges kapuőr-státusszal strukturális befolyásuk van a piaci versenyre. A platformgazdaság további jellemzője az adatalapú működés. E folyamat során a vállalatok nagy mennyiségű felhasználói adatot gyűjtenek be és elemeznek, ezzel is hozzájárulva a szolgáltatások fejlesztéséhez és a sze-

[12] Csonka-Ambrus, 2020, 41.

[13] Ide lehet sorolni mások mellett pl. a Kereskedelmi Világszervezetet (WTO) illetve az ENSZ Kereskedelmi és Fejlesztési Konferenciáját (UNCTAD).

[14] Lee – Turban, 2001, 80.

[15] Az Európai Parlament és a Tanács 2022. október 19-i (EU) 2022/2065 rendelete, (75) preambulumbekezdés.

[16] Chen – Tian – Zhao, 2020, 1-12.

mélyre szabott felhasználói igények pontosabb megértéséhez, ezáltal is biztosítva versenyelőnyüket.^[17] Azonban, a kapuőri szerepükből is adódóan, társadalmi kockázatok forrásai lehetnek, ezért a panaszkezelési, vitarendezési mechanizmusaik megértése kiemelkedően fontos. Tanulmányunkban a legismertebb és legnagyobb óriásplatformok saját panaszkezelését ismertetjük, mivel ezek a szereplők nem csupán a globális e-kereskedelem – vállalatértékelésüket, valamint mérlegüket tekintve – meghatározó vállalatai, hanem a hazai fogyasztók körében is közkedvelt választásnak számítanak.^[18]

Az országokon átívelő adásvételi ügyletek biztonsága csak akkor valósítható meg a lehető legkiegítőbb mértékben, ha rendelkezésre állnak azon platformok, ahol a fogyasztók jogai alkalmazott elismerést nyernek. A hagyományos bírósági eljárások túl nehézkesnek bizonyulnak a határokon átnyúló online viták rendezésére, mivel kétséges, hogy egy külföldi online kereskedő sikerrel perelhető lesz a fogyasztó államának bírósága előtt, majd a döntés elismerhető és végrehajtható lesz olyan költségek mellett, amelyek a fogyasztó számára megfizethetők.^[19] A világ legnagyobb e-kereskedelmi résztvevői a vásárlói élmény növelése és a bizalom fokozása érdekében saját vitarendezési és panaszkezelési megoldásokat állítottak fel a fogyasztók számára, így nincs szükség külső beavatkozásra.

1. Amazon

„Tervünk, hogy létrehozzuk a világ leginkább fogyasztócentrikus vállalatát.”^[20] – állította Jeff Bezos, az Amazon.com Inc. (továbbiakban: Amazon) alapítója. A világ legnagyobb e-kereskedelmi vállalata az Egyesült Államokból bonyolítja tevékenységét, kínálatában szinte bármilyen termék megtalálható.^[21] Vásárlóbarát hozzáállásukat mintázza, hogy saját panaszbejelentési rendszerük van az oldalról vásárolt termékekkel kapcsolatos probléma esetén. Az A-to-Z Guarantee a weboldalról vásárolt termékek állapotáért és kiszállításáért vállal felelősséget, amelyet a hibától számított 90 napon belül kell jeleznie a fogyasztónak közvetlenül az Amazon.com-on keresztül, majd a cég – a bizonyítási folyamat után – a termék, a szállítás, illetve a visszaküldés árát is megtéríti a fogyasztónak.^[22] A garancia igénybevételel azonban a fogyasztó számára kizárt az ügy lezártáig hatóan más alternatív fórum, mint például bíróság vagy választottbí-

[17] Martens, 2020, 405-427.

[18] E-commerce Bridge: Az európai piacvezetők jelentése szerint a helyi szereplők száma növekszik, 2024.

[19] Milassin, 2014, 102.

[20] Brandt, 2011.

[21] 2024-ben több mint 300 millió felhasználója, nettó bevétele pedig a harmadik negyedévben 15,3 milliárd dollár volt. Részletesebben ld. Statup: Amazon Statistics.

[22] Shockness, 2023, 406.

róság igénybevétele.^[23] Külön rendelkezések irányadóak a kártérítési eljárásra vagyoni károk vagy személyi sérülések bekövetkezése esetén. Ez a feltételeket tekintve hasonlóan működik az előbb említett garanciához, azonban itt már tárgyalásokat folytat a vállalat a megfelelő kártérítés céljából. Az Amazonnak továbbá mérlegelési jogkörébe tartozik dönteni a harmadik fél gyártótól származó termék károkozása esetén a harmadik fél bevonásáról.^[24] A kompenzáció összege limitálva van a termék vételárának visszatérítésére, és további legfeljebb 1 millió dollár a hibás termék által közvetlenül okozott orvosi költségek, elmaradt munkabér és vagyoni kár fedezésére.^[25] Az Amazonon megtalálható termékek kb. 58%-a harmadik fél gyártótól származik, és az ezeket érintő igényeket is a fő platform intézi, azonban a sikeres panaszkezelés nem feltétlenül garantált.^[26] Így történt például a Bolger v. Amazon.com, LLC^[27] ügyben is, ahol a felperes, Angela Bolger egy laptop-akkumulátort rendelt az Amazonról, amely használat közben felrobbant, és ennek következtében súlyos égési sérüléseket szenvedett. Bolger termékfelelősség és jótállás megszegése miatt beperelte az Amazont, illetve további három alperest, amely a gyártásban részt vett. Az akkumulátor az Amazon raktárából, Amazon márkájú csomagolásban került kiszállításra, valamint a számla kiállítója is az Amazon volt, azonban a termék előállításában a cég nem vett részt. A gyártásban három vállalat vett részt, amelyből kettő (Lenoge, Herocell Inc.) elérhetetlennek bizonyult az eljárás során, a harmadik (Shenzhen Uni-Sun Electronics Co.) székhelye pedig a Kínai Népköztársaságban található, ezért a kereset kézbesítésének megkísérlésekor arról tájékoztatták a felperest, hogy ez akár két-három évig is eltarthat.^[28] Ezután az Amazon a per során arra hivatkozott, hogy sem a termékfelelősség, sem pedig más deliktális elem nem vonatkozik rá, hiszen tagadta, hogy gyártotta, forgalmazta vagy értékesítette volna az említett terméket, oldala csak „online piactérként” szolgál, és nem ő az eladó. Ennek az érvelésnek első fokon helyt adott a bíróság, és csak a másodfokú bíróság változtatta meg az ítéletet, kimondva, hogy az Amazon részt vett a forgalmazási láncban, amely miatt felelősséggel tartozik a hibás termékért.

Ez az eset kiválóan tükrözi, hogy a határokon átnyúló elektronikus kereskedelem tartogat kihívásokat, még akkor is, ha látszólag tökéletes panaszkezelést biztosít egy platform. Továbbá az is látható, hogy az online piacterek végtelen kínálata mögött gyakran megbújhatnak olyan vállalatok, amelyek silány termékük problémája miatt már nem, vagy csak nehezen vonhatóak felelősségre. Ennek oka, hogy ezen cégeknek nem érdeke a márkaépítés vagy a jó hírnév megszerzése, csak hogy a kínálathoz mérten olcsón eladják – az általában nem magas minőségű – termékeiket.

[23] A-to-Z Claims Process Terms and Conditions, 5. §.

[24] Shockness, 2023, 406.

[25] A-to-Z Claims Process Terms and Conditions, 3. §.

[26] Sprague, 2020, 255.

[27] Bolger v. Amazon.com, LLC, 267 Cal. Rptr. 3d 601, 604.

[28] Shockness, 2023, 396.

2. eBay

Bizonyos weboldalakon böngészve előfordulhat, hogy a rendelés leadásával már predesztinálva van a fogyasztó az esetleges jogvita megoldási mechanizmusára. Így van ez egy másik vezető amerikai vállalat, az eBay, Inc. (továbbiakban: eBay) esetében is. Az eBay egy kizárólag e-kereskedelemmel foglalkozó online piactér, amely platformot biztosít egyéneknek vagy vállalkozásoknak, hogy terméket nemzetközileg forgalmazzák.^[29] Az Amazonnal ellentétben nem saját rendszerrel, hanem egy speciális kikötéssel kívánja hatékonyan kezelni a fogyasztói jogvitákat az eladó és a vevő között, ennek módszere: a választottbírótság. Az eBay-ról rendelő fogyasztó ugyanis a Felhasználói Feltételek elfogadásával aláveti magát a „Választottbíróági megállapodásnak”,^[30] melynek lényege, hogy a fogyasztó és a vállalat, vagy bármely kapcsolódó harmadik fél között felmerült vita vagy követelés kizárólag végleges és kötelező érvényű választottbíróági úton rendezhető. Az eljárásra az Amerikai Választottbíróági Szövetség szabályai, a végrehajtásra pedig a kollíziós jog elveire tekintet nélkül a Szövetségi Választottbíróági Törvény, valamint kivételesen Utah állam joga az irányadó. A megállapodás tiltja a csoportos és reprezentatív jogérvényesítést (*class-action*), kizárólag egyéni alapon engedélyezi a jogorvoslatot. Az eljárás megindításához csupán egy – a weboldalról letölthető – értesítést kell küldeni ajánlott levélben a másik félnek. Ha a fogyasztó az Amerikai Egyesült Államok állampolgára, a lakóhelye szerinti megyében, a világ bármely pontján élő fogyasztó esetén Salt Lake County-ban (Utah államban), vagy más egyeztetett helyszínen zajlik az eljárás. A 25 000 USD-t meg nem haladó követelések ügyében a választottbíróság a benyújtott dokumentumok alapján dönt, az eljárás nyelve pedig kizárólag angol. Ezen kikötés alól csak abban az egy esetben lehet mentesülni, ha a fogyasztó a Felhasználói Feltételek első elfogadása után 30 napon belül lemondó nyilatkozatot küld levélben az eBay, Inc. címére, amelyben elutasítja a Választottbíróági megállapodást. Ezt azonban csak akkor teheti meg, ha egyúttal elfogadja, hogy a közte és az eBay között felmerülő követelést vagy jogvitát kizárólag valamely Utah állambeli állami vagy szövetségi bíróság rendezhet.^[31] Kétséges, hogy ezen vitarendezési szabályzatnak melyik eleme szolgálja a fogyasztó komfortját, azonban kiemelendő, hogy akár az eBay-jel, akár harmadik féllel szemben hatékony módszert alkot, hiszen kötelező érvényű és végrehajtható ítéletet eredményez az eljárás.^[32] Az eBay és az Online Ombuds Office^[33] már 2000-ben létrehozta a SquareTrade platformot, amely egy online vitarendezési eljárást

[29] Chen, 2005, 77.

[30] eBay Inc., User Agreement – 18. Agreement to Arbitrate, B. (1-7.)

[31] eBay Inc., User Agreement – B. Agreement to Arbitrate (1-7.), C. Judicial Forum for Legal Disputes.

[32] 2021-ig egyébként az Amazon is választottbíróági kikötéssel élt, azonban az ügyek nagy száma miatt váltott a korábban említett módszerére. Vö. Szalai Stephen, 2019, 241.

[33] A Steve Abernethy és Ahmed Khaishgi által közösen alapított SquareTrade az első online szolgáltatásként indult az e-kereskedelmi viták rendezésére, számos online piactérrel dolgozott együtt, eredeti szolgáltatása mára már megszűnt.

biztosított, főként tárgyalási és mediációs eszköztárral, ez a vállalatnál mai napig használatban van.^[34] Főként olyan esetekben nyújtott segítséget, amelyekben a feleknek nem sikerült kölcsönös megegyezésre jutni, majd az ügyeket a digitális megállapodások szerint véglegesítette. Napjainkban a SquareTrade beépült az eBay fenti rendszerébe, amely évente több mint 60 millió ügyet kezel.^[35]

3. AliExpress

Az online kereskedelmi szereplők összbevételei alapján az első helyen Ázsia áll, legnagyobb vállalatai a Kínai Népköztársasághoz köthetőek. Az alább tárgyalt cégek üzleti tevékenysége pedig az egész világra kiterjed. Ezek közül a két legértékesebb vállalat, az Alibaba Group és a PDD Holdings tulajdonában álló B2C e-kereskedelmi platformok vitarendezési mechanizmusát mutatjuk be.^[36]

Az Alibaba Group az amerikai Amazonhoz mérhető e-kereskedelmi vállalat, amelynek számos cég tartozik a tulajdonába, mint az Alibaba.com, a Taobao, illetve a dolgozatunk szempontjából releváns B2C-kereskedelmet bonyolító AliExpress, amely kínai kereskedőknek biztosít teret a globális piacon való részvételhez. Az AliExpress a Felhasználói Feltételeiben az eBayhez hasonlóan választottbírószági kikötéssel él, azonban sokkal engedékenyebb módon, mint az előbbieken. Ez esetben a Hongkongi Választottbírószági Központot jelölik ki vitarendezési fórumként, amely végleges és kötelező érvényű döntést hozhat az eladó és a vevők között felmerült jogvitákban.^[37] Ez azonban csak a vitarendezés utolsó lépcsőfoka lehet az AliExpress esetében, hiszen rendelkezésre áll az AliExpress Dispute Center, amely a nemzetközi vásárlók számára nyújt segítséget, először tárgyalás, majd közvetítés formájában. A vásárlások után a fogyasztók hibaészlelése esetén jelezhetik a vállalatnak a problémát. Erre határidő áll fenn, melynek terjedelme a termékek kézhezvételétől számított 15, bizonyos megrendelések esetén 90 nap, majd ezen időszak alatt kell közvetlenül a feleknek tárgyalásokat folytatni a fogyasztó igényéről. Ezek sikertelensége esetén kerülhet csak sor az előbb említett választottbírószági eljárásra. A platform pedig fenntartja jogát, hogy beavatkozzon az eljárásba, illetve jogorvoslattal élhessen a választottbírószági döntés ellen.^[38]

[34] Buhuri, 2024, 90.

[35] Batdulam, 2023, 245.

[36] Vezető e-kereskedelmi vállalatokról Kínában 2023-tól a piaci értékelés alapján ld. Statista.com: China leading e-commerce companies based on market value.

[37] AliExpress.com: Terms of Use. 12.7.

[38] Yanyan – Althabhwai, 2024, 5481.

4. Temu

2024-ben a világ vezető online piactereinek listáján a dobogó második fokát – az Amazon után – egy kínai vállalat, a PDD Holdings tulajdonában lévő Temu foglalja el.^[39] A dinamikus árazásáról és a villámakcióiról ismert online piactér ugyan nagyon friss, 2022 szeptemberében indult el, ám azóta meghódította az egész világot. 2024-ben több mint 544 millióan töltötték le a Temu: Vásárolj milliárdosként alkalmazást, ezzel magasan vezette a legnépszerűbb shopping app ranglistát.^[40] Az oldal havi látogatottsága eléri a 420 milliót, tehát alig két év alatt a legnagyobb vállalatok közé került. Az áruk többsége közvetlenül a Kínai Népköztársaságból kerül kiszállításra, kifejezetten nemzetközi e-kereskedelemlere koncentrált stratégiájával azon vevőket célozza, akik jobban preferálják a termék árát a szállítási költséggel szemben, amely utóbbi akár 6-22 napot is igénybe vehet.^[41] A Temu esetében több kérdéses üzleti gyakorlat is felmerül, mint például a kényszermunka alkalmazása, a szerzői jogok átláthatatlansága, illetve a beszállítók megfélemlítése, azonban ezeknek boncolgatása nem témája a dolgozatunknak.^[42] A vállalat fogyasztókkal szembeni magatartása abszolút bizalomra ad okot, ahogy ezt látogatottsága is mutatja. Amennyiben a megérkezett termékkel elégedetlen a fogyasztó, az előbb említett oldalak gyakorlatába is beletartozó visszaküldési és visszatérítési protokollt alkalmazza a Temu. Egyes termékeknél pedig vissza sem kell küldeni az árut, csupán bejelentés alapján jár a visszatérítés. Kutatásunk során az alább tárgyalt kérdőív vonatkozó részében jelzett gyakori észrevétel a Temu ügyfélszolgálatának dicséretére, mely szerint a legkisebb hiba esetén is kuponokat, kedvezményeket, illetve a hibás termék árának levásárolhatóságát eszközöli a weboldal, így elérve a fogyasztó elégedettségét. Ennek oka, hogy meglehetősen olcsó termékeket kínál eladásra, így nem fejt ki jelentős hátrányt ilyen kis összegek visszatérítése, valamint a fő üzleti cél is érvényesül: a további vásárlásra ösztönzés. Felmerül azonban a kérdés, hogy akkor is ilyen feltétlenül együttműködő vállalattal találkozik a fogyasztó, ha jelentősebb kár származik a vásárlásból? Fogyasztói külső igényérvényesítés esetén a Temu kivonja magát a folyamatból, nem vállal felelősséget az esetleges vitákban, és kizárólag az eladóra és a vevőre bízva a probléma megoldását, amely a nemzetközi e-kereskedelem nehézségei miatt kiszolgáltatottá teszi a fogyasztót. Ugyan választottbíróági kikötés nem található a Temu Felhasználási Feltételeiben az alkalmazandó jogra találunk kikötéseket.^[43] Amennyiben tehát az Európai Unió egyik állampolgárával kerülne jogvitába, a felhasználó országá-

[39] Az online kiskereskedőkről, amelyeknél a globális vásárlók 2024-ben a legutóbbi határokon átnyúló vásárlásaikat végezték, ld.: Statista.com: Digital retailers...

[40] Világszerte vezető vásárlási alkalmazások 2024-ben, a letöltések száma szerint: Statista.com: Most downloaded shopping apps online.

[41] Trisolvena – Masruroh – Ginting, 2024, 2774.

[42] Ld. bővebben: Center for Strategic & International Studies.

[43] Temu, Terms of Use. 17. 3. Choice of Law.

nak joga irányadó, minden más esetben pedig Írország vonatkozó jogszabályai alapján ítélendő meg a jogvitát. Az EU ODR platformja szintén megtalálható a Felhasználási Feltételekben, azonban tisztává teszi a platform, hogy nem köteles részt venni a fogyasztói jogviták az alternatív vitarendezési mechanizmusában.^[44]

A Temu előnye a legtöbb esetben a fogyasztók érdekeit szolgálják, azonban a kevésbé szabályozott piacokról beáramló árumennyiség veszélyeztetheti a szabályozottabb piacokon élő fogyasztókat. Így járnak az Európai Unió államaiban élő vevők is, akik a világ globális működése miatt olcsóbb, de kevésbé ellenőrzött gyártásban előállított, silányabb minőségű termékeket kapnak kézhez, mint az EU-s előírásoknak és szabályoknak megfelelő áruk esetén. Ezen állapotért pedig a Temu csupán a szolgáltatása erejéig okolható, hiszen a valódi kereskedők, gyártók teszik lehetővé az előállítást ilyen körülmények között. Az Európai Bizottság ezért 2024 őszén eljárást indított,^[45] legfőképp a Digital Services Act (DSA)^[46] Temu általi betartásának vizsgálatára. A vizsgálat konkrétan azon területekre irányul, amelyek kapcsolódnak a múltban köztudottan nem megfelelő terméket értékesítő kereskedőkkel való újbóli együttműködés, és a nem megfelelő áruk újbóli megjelenítésének korlátozására, valamint emellett kitér a szolgáltatás adiktív kialakítására és ennek következményeinek mérséklésére. A Temu weboldalnak az EU-ban havonta kb. 92 millió felhasználója van, amely indokoltá teszi a fogyasztók érdekében tett intézkedéseket az óriásplatform működési kultúrájának javítása céljából.⁷⁵

Kutatásunk ezen pontján arra az álláspontra helyezkedünk, hogy a világ vezető e-kereskedelmi platformjai nagy igyekezetet mutatnak a vásárlók panaszkezelési elégedettségének elérésére, így számos megoldást kínálnak a leggyakrabban előforduló problémáikra, amelyek a forgalmazott termékhez kapcsolódnak. Azonban az is észrevehető, hogy a bírósági utat kerülni próbálják és/vagy kizárják annak lehetőségét, vagy egyoldalúan más alternatívák kötelezővé tétele mellett döntenek. A rögzített eljárásrendekből arra lehet következtetni, hogy ezen platformok saját érdekeik mentén alakították ki az eljárásaikat. Azonban számos egyéb platform is létezik az online piacterek saját, belső vitarendezési eljárásain kívül.

[44] Temu, Terms of Use. 17.3 – 17.4 §-ok.

[45] Részletesen elérhető: European Commission: Commission opens formal proceedings against Temu under the Digital Services Act, 2024.

[46] A digitális szolgáltatásokról szóló rendelet (2022/2065) az Európai Unión belüli biztonságosabb online környezetre törekszik mind a fogyasztók, mind a vállalkozások számára. Meghatározza a közvetítő szolgáltatásokat nyújtó online piacterek felelősségét, illetve részletes szabályokat tartalmaz az olyan online óriásplatformokra és online keresőprogramokra, melyeket az EU-ban található 450 millió fogyasztó több mint 10%-a használ. Bővebben ld. EUR-Lex: Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council.

IV. FÜGGETLEN ONLINE VITARENDEZÉSI PLATFORMOK

A legnagyobb vállalatok ugyan rendelkeznek megoldással a fogyasztók panaszaira, azonban számos olyan online piactér működik, melyek kisebb méretük ellenére is számottevő e-kereskedelmi tevékenységet bonyolítanak, határokon átvívelően. Az ilyen weboldalak esetében nem biztos, hogy találunk önálló vitarendezési mechanizmusokat, így egy független, döntési kompetenciával rendelkező szereplő választása mutatkozik célszerűnek az igényét érvényesíteni kívánó fogyasztók számára. Ezek lehetnek nemzetközi lehetőséget biztosítók, vagy az állampolgárok és vállalkozások vonatkozásában rendelkezésre álló intézmények. Mivel a fogyasztók jórészt kis értékű rendelések miatt emelnek panaszt, az eljárásoknak sem szabad aránytalanul költségesnek, elhúzódónak, illetve nehezen hozzáférhetőnek lennie. A következőkben áttekintést kínálunk a legnépszerűbb e-kereskedelmi vitarendezési lehetőségekről.

A mesterséges intelligencia (AI, MI) megjelenése Kínában gyűrűzött be először a bírói tevékenységbe, méghozzá a kínai e-kereskedelemmel kapcsolatos fogyasztóvédelmi ügyekben. 2017-ben indult Hangzhou városában az első Internet Bíróság, melyből további két városban (Beijing, Guangzhou) található már az országban, melyek több mint 120 ezer ügyet oldottak meg alapítása óta.^[47] Az eljárás teljes mértékben online zajlik, mediációs tevékenységgel. A felek egy videóhívásba lépnek be, ahol egy MI bíróval találkoznak, amely a legfrissebb adatok alapján ítéli meg az adott követelést.^[48] Továbbá 2020-ban nyitotta meg hangzhoui Internet Bíróság a *Specialized Cross-border Trade Tribunal* részlegét, ahol kifejezetten határokon átvívelő kereskedelmi szerződéssel kapcsolatos jogvitákat, illetve nemzetközi e-kereskedelemből eredő igényeket lehet érvényesíteni. Az újítás Európától Ausztráliáig sok résztvevőt vonz, akár fogyasztói, akár vállalati minőségben.^[49] Összességében egy gyors és kényelmes eljárásnak mondható, azonban a nemzetközi kapcsolatok esetén az ázsiai kontinensen kívül honos fogyasztóknak ésszerűtlen döntés volna itt igényt érvényesíteni a nyelvi, illetve kulturális akadályok miatt. Ez a technológia önmagában újdonságnak számít a vitarendezés és a fogyasztóvédelmi jog világában, azonban a jövőben várhatóan több ehhez hasonló kezdeményezés bontakozik ki a világ vezető országaiban.

Az Európai Unió sem maradt a fogyasztói jogügyletek online rendezési mechanizmusa nélkül, hiszen a 2016-ban hatályba lépett 524/2013/EU rendelet létrehozta az Európai Online Vitarendezési Platformot. A platform az Unióban tartózkodási hellyel rendelkező fogyasztók, illetve az Unióban letelepedett kereskedők számára nyújt(ott) segítséget a köztük felmerülő online adásvételi vagy szolgáltatási szerződésből eredő kötelezettségekkel kapcsolatos jogviták

[47] Ld. bővebben: Sung, 2020.

[48] Ballesteros, 2021, 92.

[49] Li, T. – Li, D. – Zhao, 2024, 241.

rendezésében, elkerülve ezzel a hagyományos bírósági eljárást.^[50] Az eljárást egy kijelölt bekéltető testület bonyolítja, amely kilencven napon belül döntést hoz, amennyiben a felek nem tudnak az eljárás keretében megállapodni. Egy gyors és egyszerű eljárásról van szó, ahol a felek ismerős jogi környezetben érvényesíthetik igényeiket, azonban földrajzi szempontból behatárolt lehetőségről van szó.^[51] Azonban a platform nem váltotta be a népszerűségéhez fűzött reményeket,^[52] így működését a 2024/3228/EU rendelet megszünteti, így a platform csaknem tízéves működés után, 2025. március 20-ig fogadta a panaszokat.^[53] Ettől függetlenül álláspontunk szerint az Európai Uniónak továbbra is törekednie kell egy biztonságos, uniós állampolgárok számára bizalommal használható, modern platform kifejlesztésére. Edukációs tevékenysége a fogyasztóvédelem terén pedig pótolhatatlanul széles körben ismerteti meg a fogyasztókat és kereskedőket megillető jogokat, illetve terhelő kötelezettségeket.

Az e-kereskedelmi fogyasztói viták alternatív megoldásával azonban nem csupán az államok és nemzetközi szervezetek foglalkozhatnak, hanem a privát tulajdonban lévő, piaci szereplők számára is adott a lehetőség, hogy próbálkozzanak ilyen szolgáltatás nyújtásával. Példaként állítható az amerikai *Better Business Bureau* (BBB) nonprofit szervezet, amely számos fogyasztóvédelmi szolgáltatása mellett fogyasztói jogviták kezelésével is foglalkozik, amennyiben a problémás vállalat BBB-tag. Népszerű ODR platformja mediációval kívánja megoldani a felmerült konfliktust, az eljárás teljesen ingyenes, valamint meglehetősen hatásos.^[54] Globálisan ugyan jelentősége elhanyagolható – hiszen tevékenysége az Egyesült Államok és Kanada területére korlátozódik –, követendő példaként szolgálhat hasonló platformok létrehozásához. Privát, online vitarendezési platformok között említhetők továbbá a Modria, vagy a WeVaad Indiából, az elkövetkezendő időben pedig egyre inkább teret nyerhetnek a kényelmesen, gyorsan és hatékonyan használható ODR rendszerek.

A vitarendezési platformok a mai digitális korban egyértelműen hatékonyságvezéreltek. Így a digitális technológiákra építve, online működéssel olyan példákat mutattunk be, amelyek alkalmas eszközök, felületek lehetnek a fogyasztói panaszok formalizált rendezésére. Ezen felületek alkalmazása azonban

[50] Az Európai Parlament és a Tanács 524/2013/EU rendelete (2013. május 21.) a fogyasztói jogviták online rendezéséről, valamint a 2006/2004/EK rendelet és a 2009/22/EK irányelv módosításáról (fogyasztói online vitarendezési irányelv).

[51] Stekler, 2017, 1-13.

[52] A rendelet preambuluma szerint az OVR platformon panaszt benyújtók csupán 2%-a kapott pozitív választ a kereskedőktől, amely évi 200 ügyet jelent az egész Unióban. Emellett a véleményezés során a válaszadók többsége úgy vélte, hogy az OVR platformot jelentősen javítani kell, vagy meg kell szüntetni, mivel nem költséghatékony, így a platform nem felelt meg az előírt hatékonysági és eredményességi elveknek.

[53] Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2024/3228 rendelete az 524/2013/EU rendelet hatályon kívül helyezéséről, valamint az (EU) 2017/2394 és az (EU) 2018/1724 rendeletnek az európai online vitarendezési platform megszüntetése tekintetében történő módosításáról.

[54] Goyal, U. – Goyal, A., 2023, 13.

a széles körű ismertségen alapul, ezen területen pedig további lépéseket kell tenni, hogy a független online vitarendezési platformok ténylegesen első számú vitarendezési eszközök legyenek.

V. NEMZETKÖZI KERESKEDELMİ VÁLASZTOTTBÍRÓSÁGOK

A fentiekben kifejtett alternatív vitarendezési mechanizmusok közül kétségkívül a legnagyobb tekintéllyel a nemzetközi kereskedelmi választottbíróóságok döntéshozatala bír. A hosszú múltra visszanyúló szervezetek hatékony platformot jelentenek a jogérvényesítés területén. Legnagyobb előnyei közé tartozik, hogy a választottbírák különleges szakértelemmel rendelkeznek a nemzetközi kereskedelmi kapcsolatok terén, így egy diszkrét, viszonylag gyors eljárás keretében kerülnek a felek egy végrehajtható és jogerős ítélet birtokába. A határon átnyúló kereskedelmi kapcsolatokban a választottbíróóságok esetében a jogegység hátterét az ENSZ Nemzetközi Kereskedelmi Jogi Bizottsága (UNCITRAL) által meghozott, a Nemzetközi Kereskedelmi Választottbíráskodásról szóló 1985. évi Modelltörvénye (továbbiakban: Modelltörvény) nyújtja. A meghozott ítéletek végrehajtása és nemzetközi elismerése pedig az 1958-as New York-i Egyezmény jelent garanciát, melynek jelentősége, hogy az elismeréssel egy nemzeti jogrendszer részévé teszi a választottbíróósági határozatot, a végrehajtással pedig a határozatnak való megfelelést kényszerítheti ki a nyertes fél.^[55] Megállapítható tehát, hogy a nemzetközi kereskedelmi konfliktusok hatékony kezelésére kiváló megoldást jelent a választottbíróósági út.

A választottbíróóságok alkalmasságához a határokon átvívelő kereskedelmi vitarendezésben alig fér kétség, azonban a fogyasztók számára a kis pertárgyértékű ügyekben nem feltétlenül tekinthető arányos módszernek. Továbbá az e-kereskedelem esetében az interneten zajló szerződéskötés és a felek nyilatkozatainak értelmezése több erőforrást követelhet meg egy offline, hagyományos peres vagy peren kívüli vitarendezést alkalmazó intézmény előtt. Erre a problémára jelent megoldást a nemzetközi választottbíróóságok modernbb víziója: az online választottbíráskodás. Fogalmát tekintve az eljárás és a szabályok megegyeznek a hagyományos intézményével, azonban az információ közvetítése a felek, illetve a szervezet között elektronikus úton, például az erre alkalmas internetes rendszeren keresztül történik, így könnyítve a felek jogvitájának elintézését, és abban való részvételét. Az elgondolás előnye, hogy a felek kényelmesen, kevesebb költség és rövidebb idő ráfordításával érvényesíthetik fennálló igényeiket. Negatív oldalon pedig felmerül a – klasszikusnak mondható – adatvédelmi problémák, illetve az elektronikus választottbíróósági utat kikötő vállalatok

[55] Az ICCA Útmutatója az 1958. évi New York-i Egyezmény értelmezéséhez – kézikönyv bírák számára. International Council for Commercial Arbitration, 2020, 9.

hatalmi előnyének fenyegetése.^[56] A korábban említett Modelltörvény és New York-i Egyezmény szabályai lehetővé teszik létezésüket, habár explicit módon nem tartalmaznak az online választottbíróságra való utalást.^[57] Ugyan kizárólagosan e-választottbíróságokként működő intézmények még nem valósultak meg, a legnépszerűbb szervezetek közül páran már rendelkeznek online lehetőségekkel. Példaként említhető a párizsi székhelyű Nemzetközi Kereskedelmi Kamara (ICC) Választottbírósága, amely már 2006-ban létrehozta a NetCase rendszert, lehetővé téve a feleknek az ügyek monitorozását, illetve az online kommunikációt. Ezt 2022-ben felváltotta az ICC Case Connect, amely tovább könnyíti a teljes kommunikációt és a dokumentumok feltöltését. A felek eldönthetik, hogy milyen mértékben kívánják használni a rendszert az eljárás során, teljesen ingyenesen.^[58] Ezen kívül említhető a Stockholmi Kereskedelmi Kamara (SCC) 2019-ben hozta létre az SCC Platformot, amely a hatékonyság, egyszerűség, biztonság és átláthatóság elvének mentén biztosít online platformot a kérelem benyújtásától egészen az ítélet meghozataláig. A felek és a választottbírák a teljes eljárás alatt dokumentumokat küldhetnek egymásnak, továbbá kötetlenül kommunikálhatnak, ugyanis a rendszer adatvédelme katonai szintű biztonsággal ellátott.^[59] Az Amerikai Egyesült Államokban a fogyasztói és kereskedelmi választottbíróságok körében az egyik legnagyobb szereplő, az American Arbitration Association (AAA) a WebFile platformot, a Judicial Arbitration and Mediation Services (JAMS) pedig a JAMS Access platformot hozta létre, amelyek lehetővé teszik, hogy a felek bárhol és bármikor kezelhessék és megindíthassák az ügyeiket.^[60] A Kínai Nemzetközi Gazdasági és Kereskedelmi Választottbírószági Bizottság (CIETAC) már 2009-ben megalkotta az Online Választottbírószági Szabályzatot,^[61] amellyel megalapította saját ODR rendszerét, ahol a teljes eljárás online zajlik.^[62] A Kínai Népköztársaság továbbá nyitott a nemzetközi kapcsolatok megkönnyítésére, az E-kereskedelmi törvény^[63] 73. cikke szerint: „Az Állam támogatja a határokon átnyúló, a különböző országokkal és régiókkal folytatott kereskedelmi vitarendezési mechanizmusok kialakítását.”^[64] Mivel a legnagyobb e-kereskedelmi résztvevőnek Kínát tekinthetjük, így mindenképp pozitív gondolat az állam részéről megkövetelt külföldi fogyasztókkal való együttműködés.

[56] Buhuri, 2024, 89.

[57] A New York-i Egyezmény II. cikk (2) bekezdése kifejezi, hogy a felek által levélváltásban vagy telegrammal létrehozott szerződés is írásbeli megállapodásnak számít. Az UNCITRAL Modelltörvény 19. cikk (1) bekezdés pedig a felek eljárási szabadságát emeli ki.

[58] Lagiewska, 2024, 855.

[59] Lagiewska, 2024, 856.

[60] Buhuri, 2024, 5.

[61] China International Economic and Trade Arbitration Commission Online (CIETAC) Arbitration Rules.

[62] Wu, 2024, 73.

[63] E-commerce Law of the People's Republic of China, Article 73.

[64] Wu, 2024, 78.

Az említetteken kívül a világ legnevesebb kereskedelmi választottbírószámai, mint például a Szingapúri Nemzetközi Választottbírószági Központ (SIAC), a London Court of International Arbitration (LCIA), illetve a Hongkongi Nemzetközi Választottbírószági Központ (HKIAC) saját szabályzatában rendelkezik a kérdéstről, azonban saját ODR rendszerrel vagy kiegészítő platformmal nem rendelkezik.^[65]

A hagyományos választottbírószágok működése a magas színvonalú és professzionális, az intézmények hatékonyságához sem férhet kétség. Mégis fogyasztói oldalról egyértelműen kazuisztikusnak tűnhet a vitarendezés ezen módja, gondoljunk csak az igények nagyságára, az eljárás költségeire és az idegennyelvű eljárásra. Következtetésként elmondható, hogy az online megoldások azonban közelebb hozzátják a választottbírószág gondolatához a – egyébként is interneten vásárló – fogyasztót, így meggyőződésünk szerint a választottbírószágok nyitottsága a technológia felé fellendülést hozhatna az e-kereskedelmi ügyekben való igénybevételekben.

VI. ÖSSZEGZÉS

Modern világunkban fel kell készülni a változásokra, melyekhez folyamatosan alkalmazkodnunk kell. Ez a változás az internet és a digitalizációs technológiák térnyerését jelenti olyan hagyományos területeken, mint a vásárlás. Az e-kereskedelem térhódítása vitathatatlan, azonban szükséges, hogy ne csak a vásárlás élményét, hanem az abból keletkező viták rendezésére is hatékony, mindenki számára elérhető lehetőséget biztosítsanak az online platformok, hiszen e területen még fellelhetőek hiányosságok. Rámutattunk arra, hogy már a fogyasztói minőség megítélésében is eltérés mutatkozik a világ országai között, ebből, valamint a jogrendszeri különbségekből fakadóan pedig igény keletkezik egy egységes vitarendezési platformra, mely függetlenül a különféle fogalommeghatározásoktól – azoknak a lényegi elemeit összekapcsolva – egységes elbírálási lehetőséget biztosít minden fogyasztó számára. Habár a Temu, az Amazon és az eBay is sajátos megközelítéssel reparál ezen témakört illetően, mégis egyfajta kötöttséget érezhet a vásárló, hiszen nem ő választja meg, hogy milyen módon és hol is szeretné az igényét érvényesíteni. A már rendelkezésre álló lehetőségeken kívül fontos növelni a fogyasztói tudatosságot, amelyre az internet a különböző edukációs tartalmakkal remek platformot jelent. Kiemelt jelentőségű, hogy az egyes igényérvényesítési lehetőségeikről hiteles információkat kapjanak, mely a modern kor által biztosított lehetőségeket kihasználva, megvalósítható célkitűzés.

Tanulmányunkban arra kívántuk felhívni a figyelmet, hogy már egy kattintásból is könnyedén kialakulhat konfliktus, a megoldás útja azonban sokkal bo-

[65] Lagiewska, 2024, 856.

nyolultabb és bizonytalanabb, mint maga a vásárlás folyamata. Ezen megoldási perspektívát voltunk hivatottak szélesíteni, mivel hiszünk benne, hogy nemcsak a konfliktusnak, hanem a megoldásnak is egy kattintásra kell lennie.

HIVATKOZÁS (MLA)

- Szabó, Tamás, Dorina Brigitta Pup, and Ildikó Vivien Petelei. „Klikk, kosár, konfliktus – Az e-kereskedelem vitarendezési dimenziói és az óriásplatformok gyakorlata.” *Jog-Állam-Politika: Jog- és politikatudományi folyóirat*, vol. 18, no. 2, 2026, pp. 75-94. <https://doi.org/10.58528/JAP.2026.18-2.75>.

IRODALOM

- Babenko, Vitalina, Zdzisław Kulczyk, Irina Perevosova, et al. „Factors of the Development of International E-commerce under the Conditions of Globalization.” *SHS Web of Conferences*, vol. 65, 2019. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196504016>.
- Ballesteros, Teresa. „International Perspectives on Online Dispute Resolution in the E-commerce Landscape.” *International Journal on Online Dispute Resolution*, no. 2, 2021. <https://doi.org/10.5553/ijodr/235250022021008002002>.
- Barta Judit. „A weboldalon keresztül kötött fogyasztói adásvételi szerződések egyes kérdéseiről.” *Publicaciones Universitatis Miskolcensis: Sectio Juridica et Politica*, vol. 37, no. 1, 2019.
- Batdulam, Munkh-Erdene. „Developing the Legal Regulation of Online Dispute Resolution.” *Revista Brasileira de Alternative Dispute Resolution*, no. 5, 2023. <https://doi.org/10.52028/rbadr.v5i10.art11.nz>.
- Brandt, Richard L. *One Click: Jeff Bezos and the Rise of Amazon.com*. Portfolio Penguin, 2011.
- Buhuri, Kristi. „Arbitration in the Era of E-commerce: A Comprehensive Overview.” *World Journal of Advanced Research and Reviews*, no. 3, 2024. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2024.23.3.2628>.
- Chen, Edward T. „Leveraging IT for a Competitive Advantage – Case of eBay.” *Issues in Information Systems*, no. 2, 2005. https://doi.org/10.48009/2_iis_2005_77-82.
- Chen, Xiaohong, Wen Tian, and Xiaoyang Zhao. „The Literature Review of Platform Economy.” *Scientific Programming*, 2020, pp. 1–12. <https://doi.org/10.1155/2020/8877128>.
- Csonka-Ambrus Ágnes. „A fogyasztói bizalomérzet befolyásoló tényezői az e-kereskedelemben.” *Marketing & Menedzsment*, no. 3, 2020, p. 41. <https://doi.org/10.15170/mm.2020.54.03.04>.
- Goyal, Unnaty and Aaryushi Goyal. „The Evolution and Effectiveness of Online Dispute Resolution (ODR) Platforms: A Comprehensive Analysis of ADR in the Digital Age.” *Indian Journal of Integrated Research in Law*, vol. 3, no. 5, 2023. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5894483>.
- Jain, Vipin, Bindoo Malviya, and Satyendra Arya. „An Overview of Electronic Commerce (e-Commerce).” *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, vol. 27, no. 3, 2021, pp. 665–70. <https://doi.org/10.47750/cibg.2021.27.03.090>.
- Lagiewska, Magdalena. „New Technologies in International Arbitration: A GameChanger in Dispute Resolution?” *International Journal for the Semiotics of Law*, vol. 37, 2024. <https://doi.org/10.1007/s10672-024-10000-0>.

doi.org/10.1007/s11196-023-10070-7.

- Lee, Matthew K. O. and Efraim Turban. „A Trust Model for Consumer Internet Shopping.” *International Journal of Electronic Commerce*, vol. 6, 2001. <https://doi.org/10.1080/10864415.2001.11044227>.
- Li, Tao, Dongsong Li, and Xin Zhao. „Towards More Effective ODR for Cross-Border B2C E-commerce: Self Regulated or State-Run?” *Tsinghua China Law Review*, no. 2, 2024.
- Martens, Bertin. „Big Data and Big Tech: Understanding the Value of Information in Platform Capitalism.” *European Journal of Law and Economics*, vol. 50, no. 3, 2020, pp. 405–27. <https://doi.org/10.1007/s10657-020-09675-1>.
- Milassin László. „Fogyasztóvédelem és az online vitamegoldó eljárások.” *Iustum Aequum Salutare*, vol. 10, no. 1, 2014.
- Romdoni, Indi Auliya. „Legal Analysis of Consumer Protection in E-commerce Transactions.” *Justitia: Journal of Legal Studies*, vol. 2, no. 1, 2024. <https://doi.org/10.56457/jjih.v2i1.130>.
- Shockness, Spencer. „Prime & Punishment: Evaluating Amazon’s Liability for Defective Products from A-to-Z in AZ.” *Arizona State Law Journal*, no. 1, 2023.
- Sprague, Robert. „It’s a Jungle Out There: Public Policy Considerations Arising from a Liability-Free Amazon.com.” *Santa Clara Law Review*, vol. 60, no. 6, 2020, p. 255.
- Stekler Klára. *Az alternatív vitarendezés a XXI. században – különös tekintettel az Európai Unió online vitarendezési platformjára*. Budapest, 2017.
- Strihó Krisztina. „Elektronikus kereskedelem kontra fogyasztóvédelem.” *A szolgáltatások világa*, szerkesztette Hetesi Erzsébet, Majó Zoltán és Lukovics Miklós, JATEPress, 2009.
- Sung, Huang-Chih. „Can Online Courts Promote Access to Justice? A Case Study of the Internet Courts in China.” *Computer Law & Security Review*, vol. 39, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2020.105461>.
- Szalai, Stephen Imre. „The Prevalence of Consumer Arbitration Agreements by America’s Top Companies.” *UC Davis Law Review Online*, vol. 52, 2019.
- Trisolvena, Muhammad, Marwah Masruroh, and Yanti Mayasari Ginting. „Product Demand Forecast Analysis Using Predictive Models and Time Series Forecasting Algorithms on the Temu Marketplace Platform.” *International Journal of Software Engineering and Computer Science (IJSECS)*, vol. 4, no. 2, 2024, pp. 430–39. <https://doi.org/10.35870/ijsecs.v4i2.2774>.
- Wu, Yanlin. „A Review of Issues in the Development of Online Dispute Resolution (ODR) from the Perspective of E-Commerce Disputes.” *Journal of Social Sciences, Humanities and Literature*, vol. 7, no. 3, 2024. [https://doi.org/10.53469/jsshl.2024.07\(03\).10](https://doi.org/10.53469/jsshl.2024.07(03).10).
- Yanyan, Cao and Nabeel Mahdi Althabhwawi. „China’s Online Dispute Resolution Mechanism for Cross-Border E-Commerce: Challenges and Solutions.” *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, no. 2, 2024. <https://doi.org/10.57239/pjlss-2024-22.2.00408>.

JOGFORRÁSOK ÉS KONTRAKTUÁLIS SZABÁLYOK

- AliExpress. *AliExpress.com Terms of Use*. Updated 1 Mar. 2025, effective 1 Apr. 2025.
- Amazon. *A-to-Z Claims Process Terms and Conditions*. Section 5, 10 Aug. 2021, www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=GTUXEP9L4KCBFSLU. Accessed 26 Feb. 2025.
- „China International Economic and Trade Arbitration Commission (CIETAC) Online Arbitration Rules.” *CIETAC*, 2024.
- „E-commerce Law of the People’s Republic of China.” *Standing Committee of the 13th*

National People's Congress, Article 73, 31 Aug. 2018.

- eBay. *eBay Inc. User Agreement*. Section B (Agreement to Arbitrate) and Section C (Judicial Forum for Legal Disputes), 26 July 2024.
- „Az Európai Parlament és a Tanács 524/2013/EU rendelete (2013. május 21.) a fogyasztói jogviták online rendezéséről, valamint a 2006/2004/EK rendelet és a 2009/22/EK irányelv módosításáról (Fogyasztói online vitarendezési irányelv).” *Az Európai Unió Hivatalos Lapja*, L 165, 2013.
- „Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/1150 rendelete (2019. június 20.) az online közvetítő szolgáltatások üzleti felhasználói tekintetében alkalmazandó tisztességes és átlátható feltételek előmozdításáról.” *Az Európai Unió Hivatalos Lapja*, L 186, 2019.
- „Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2065 rendelete (2022. október 19.) a digitális szolgáltatások egységes piacáról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról (Digitális szolgáltatásokról szóló rendelet).” *Az Európai Unió Hivatalos Lapja*, L 277, 2022.
- „Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2024/3228 rendelete az 524/2013/EU rendelet hatályon kívül helyezéséről, valamint az (EU) 2017/2394 és az (EU) 2018/1724 rendeletnek az európai online vitarendezési platform megszüntetése tekintetében történő módosításáról.” *Az Európai Unió Hivatalos Lapja*, L 2024, 2024.
- Magyarország. „2001. évi CVIII. törvény az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről.” *Magyar Közlöny*, 2001.
- Temu. *Terms of Use*. Section 17.3, 2024.

ÍTÉLETEK JEGYZÉKE

- *Bolger v. Amazon.com, LLC*. 267 Cal. Rptr. 3d 601. California Court of Appeal, Fourth District, Division One. 2020. *Google Scholar*. Accessed 28 Apr. 2026.

EGYÉB FORRÁSOK

- „Amazon Revenue and Usage Statistics.” *Analyzify*, 26 Feb. 2025, [analyzify.com/statsup/amazon](https://www.analyzify.com/statsup/amazon). Accessed 26 Feb. 2025.
- „China: Leading E-commerce Companies Based on Market Value.” *Statista*, 1 Mar. 2025, www.statista.com/statistics/1398541/china-leading-ecommerce-companies-based-on-market-value/. Accessed 1 Mar. 2025.
- „D2C E-commerce: Topic Overview.” *Statista*, 15 Feb. 2025, www.statista.com/topics/8838/d2c-e-commerce/#topicOverview. Accessed 15 Feb. 2025.
- „Digital Retailers and Digital Buyers of Cross-border Digital Purchases.” *Statista*, 7 Mar. 2025, www.statista.com/statistics/878623/digital-retailers-digital-buyers-cross-border-digital-purchases/. Accessed 7 Mar. 2025.
- „European Commission Opens Formal Proceedings against Temu under the Digital Services Act.” *European Commission*, 8 Mar. 2025, ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_5622. Accessed 8 Mar. 2025.
- *Az ICCA útmutatója az 1958. évi New York-i Egyezmény értelmezéséhez: Kézikönyv bírák számára*. International Council for Commercial Arbitration, 2020.
- „Leading Large-cap E-commerce Companies by Market Cap Worldwide.” *Statista*, 4 Apr. 2025, www.statista.com/statistics/245340/leading-large-cap-e-commerce-compani-

es-market-cap/. Accessed 4 Apr. 2025.

- „Looking Beyond TikTok: Risks of Temu.” *Center for Strategic and International Studies*, 9 Mar. 2025, www.csis.org/analysis/looking-beyond-tiktok-risks-temu. Accessed 9 Mar. 2025.
- „Most Downloaded Shopping Apps Worldwide.” *Statista*, 8 Mar. 2025, www.statista.com/statistics/1428596/most-downloaded-shopping-apps-worldwide/. Accessed 8 Mar. 2025.
- „Worldwide E-commerce Revenue by Region.” *Statista*, 17 Feb. 2025, www.statista.com/forecasts/1117851/worldwide-e-commerce-revenue-by-region. Accessed 17 Feb. 2025.