

LABANCZ ANDREA *

A technológiai innováció hatása az e-kereskedelemre **

I. Bevezetés

Az információs és kommunikációs technológiák széles körű használata jelentősen alakítja a társadalmi-gazdasági szokásokat. Az informatikai alapokon nyugvó technológiai megoldások az Európai Unióban már egészen korán, a 20. század végétől kiemelt figyelmet érdemeltek.

A technológiai innováció fejlődésével az információs társadalom képe is megjelent. Az információs társadalom fogalmának megalkotására 1994-ben került sor a Bangemann Jelentésben. A Jelentés szerint az informatika és a hírközlés a modern gazdaság alapjaként az ipari forradalomhoz hasonló hatást generál; az új információs eszközök és szolgáltatások széleskörű hozzáférhetősége pedig hozzájárulhat a társadalom és a gazdaság minőségének javításához.¹ Az Európai Unióban jelenleg is meghatározó jelentőségű a technológiai alapokon nyugvó egységes piac kiépítésének koncepciója, amelynek a Digitális Egységes Piaci Stratégia ad keretet.

Fentiekkel összefüggésben, a tanulmány a technológiai innováció elektronikus kereskedelemre gyakorolt hatását vizsgálja. Ennek körében kiemelt figyelmet fordít az elektronikus kereskedelemhez kapcsolódó, azokat alakító technológiai megoldásokra és az egyes technológiai megoldásokra adott jogi válaszokra.

II. Innováció és technológia

Az innováció a latin *in-novare* kifejezésből származik, amelynek jelentése „újulásban, megújulásban.”²

* PhD hallgató, SZTE Állam- és Jogtudományi Kar

** A kutatást az EFOP-3.6.2-16-2017-00007 azonosító számú, *Az intelligens, fenntartható és inkluzív társadalom fejlesztésének aspektusai: társadalmi, technológiai, innovációs hálózatok a foglalkoztatásban és a digitális gazdaságban* című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap és Magyarország költségvetése társfinanszírozásában valósul meg.

¹ Bangemann Jelentés <http://www.mek.iif.hu/porta/szint/muszaki/szamtech/wan/hatasok/bangemmn.hun> (2019. 10. 27.)

² ROÓZ JÓZSEF – HEIDRICH BALÁZS: *Vállalati gazdaságtan és menedzsment alapjai* https://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop412A/0007_c1_1054_1055_1057_vallalatigazdtan_scorm/5_1_az_innovacio_fogalma_es_jellemzese_7hCGce53qgbtEGbL.html (2019. 10. 24.)

Az innováció fogalmát először *Schumpeter* osztrák közgazdász adta meg 1939-ben. Meghatározása szerint az innováció megvalósulhat új termék létrehozásával, új termelési eljárás bevezetésével, új piacokra történő nyitással, új nyersanyagforrások, félkésztermékek forrásainak feltárásával, valamint új ipari szervezet létrehozásával. A schumpeteri megközelítés szerint az innováció lényegében a meglévő források új alkalmazási metódusát jelenti.³

Az innováció témakörével több nemzetközi és uniós intézmény és dokumentum is foglalkozik. Az egyik legismertebb az OECD Oslo Kézikönyve, amely szerint az innováció egy új vagy továbbfejlesztett termék vagy folyamat (vagy ezek kombinációja), amely jelentősen különbözik az egység előző termékétől vagy szolgáltatásától és elérhető a potenciális felhasználók számára.⁴

Magyarországon az innováció fogalmát a tudományos kutatásról, fejlesztésről és innovációról szóló 2014. évi LXXVI. törvény adja meg, amely szerint az innováció *”a gazdasági tevékenység hatékonyságának, jövedelmezőségének javítása, a kedvező társadalmi és környezeti hatások elérése érdekében végzett tudományos, műszaki, szervezési, gazdálkodási, kereskedelmi műveletek összessége, amelyek eredményeként új vagy lényegesen módosított termék, eljárás, szolgáltatás jön létre, új vagy lényegesen módosított eljárás, technológia alkalmazására, piaci bevezetésére kerül sor, ideértve azokat a változásokat, amelyek csak adott ágazatban vagy adott szervezetnél minősülnek újdonságnak.”*⁵

Figyelemmel a fentiekben is citált innovációs megközelítésekre, könnyű belátni azt, hogy a technológia és innováció kapcsolatában az innováció megvalósításának egy eszközt a legutóbbi technológiai megoldások alkalmazása jelenti.⁶ Másképpen megfogalmazva, az innovációs folyamatban a technológia biztosítja az eszközt, amelynek eredményeképpen az invenció – termék, berendezés, eljárás, alkalmazás – létrejöhet.

Az ilyen, technológiai folyamatok tipikusan informatikai alapokon nyugszanak. Az informatikai eszközök, a számítógépek és a számítógépes hálózatok fejlődésével, az egyre nagyobb teljesítményű gépek megjelenésével az információközlés is mind könnyebben biztosított.⁷ Mindez lehetővé teszi az egyidejű, fizikai távolságtól független kapcsolatteremtés lehetőségét.⁸ Az informatika és a technológia fejlődése mára az egyes informatikai eszközök széles körben elterjedt használatát is lehetővé teszi, amely alapvető feltételét jelenti az elektronikus kereskedelem – mint az információs társadalom alapvető pillére – fejlődésének.

³ Vö. FEJES JÓZSEF: *Innovációs kalandozások az elmélettől a stratégiáig* <http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/1980/1/vt2015n6p58.pdf> (2019. 10. 27.)

⁴ The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, Oslo Manual 2018 – Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/9789264304604-4-en/index.html?itemId=/content/component/9789264304604-4-en&mimeType=text/html> (2019. 10. 27.)

⁵ 2014. évi LXXVI. törvény a tudományos kutatásról, fejlesztésről és innovációról 3. § 6. pont

⁶ DIACONU, MICHAELA: *Technological Innovation: Concept, Process, Typology and Implications in the Economy* https://www.researchgate.net/publication/227364059_Technological_Innovation_Concept_Process_Typology_and_Implications_in_the_Economy (2019. 10. 27.)

⁷ KONDRICZ PÉTER – TÍMÁR ANDRÁS: *Az elektronikus kereskedelem jogi kérdései*. KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest, 2000. 23. p.

⁸ KONDRICZ – TÍMÁR 2000, 23. p.

Az elektronikus kereskedelem egyre népszerűbbé válik – a magyarországi elektronikus B2C kereskedelem is emelkedést mutat. 2017-ben az Európai Unió országaiban élők 57 %-a vásárolt árut az interneten; ezek közül minden negyedik személy vásárolt egy másik ország online áruházából. 2018 első felében a lebonyolított forgalom 17%-kal nagyobb volt, mint 2017 hasonló időszakában.⁹ Az eNET minden tavasszal elkészített, a hazai internetes kereskedelemre vonatkozó átfogó elemzése szerint a hazai webáruházak belföldi online nettó forgalma 2018-ban már elérte a 669 milliárd forintot.¹⁰

III. Az elektronikus kereskedelem átfogó szabályozása

Az Európai Unióban a technológiai innováció pozitív tulajdonságainak kiaknázása érdekében került megalkotásra a Digitális Egységes Piaci Stratégia, amelynek céljai közé tartozik az internetes tevékenységet akadályozó tényezők megszüntetése, a megfelelő elektronikus kereskedelmi keretrendszer kialakítása, az internetes termékek és szolgáltatások elérhetőbbé tétele, a digitális hálózatok és szolgáltatások fellendülését elősegítő feltételek megteremtése, valamint az európai digitális gazdaság növekedési potenciáljának maximalizálása.¹¹ A digitális egységes piaci stratégia három pilléren épül: az internetes termékek és szolgáltatások az európai fogyasztók és vállalkozások számára történő elérhetőbbé tételére; a digitális hálózatok és szolgáltatások térnyerését elősegítő környezeti feltételek megteremtésére; valamint a digitalizációra mint a növekedés motorjára.¹²

Az európai digitális egységes piacon nagy szerepe van az elektronikus kereskedelemnek.

Az elektronikus kereskedelem szabályozásának uniós keretét a belső piacon az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem, egyes jogi vonatkozásairól szóló 2000/31/EK irányelv (Eker. irányelv) jelöli ki; hazánkban pedig az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvény rendelkezik az elektronikus kereskedelem szabályairól. Eszerint az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás *„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.”*¹³

Az elektronikus kereskedelemre vonatkozó szabályozás magában foglalja többek között az előzetes engedélyezésre, az elektronikus úton történő szerződés kötésre, a

⁹ Az Országgyűlés Hivatala – Határokon átnyúló online vásárlások korlátozása https://www.parlament.hu/documents/10181/1479843/Infojegyzet_2018_16_online_vasarlasok.pdf/30cb3840-ce50-2525-5301-54c111e7de3d (2019. 10. 27.)

¹⁰ eNet – Elektronikus kereskedelem <https://enet.hu/tag/e-kereskedelem/> (2019. 10. 27.)

¹¹ Európai digitális egységes piaci szakpolitika <https://www.consilium.europa.eu/hu/policies/digital-single-market/> (2019. 10. 27.)

¹² Európai Bizottság – Digitális Egységes Piac https://ec.europa.eu/commission/priorities/digital-single-market_hu (2019. 10. 27.)

¹³ 2001. évi CVIII. törvény az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről (Ektv.) 2. § a) pont.

szolgáltatói felelősségre, az adatvédelemre, valamint az elektronikus hirdetésekre vonatkozó szabályokat.¹⁴

Tekintettel arra, hogy a technológiai alapokon nyugvó elektronikus kereskedelem üzleti modelljében alapvetően több szereplő közötti interakció megy végbe, szükséges számba venni az ügylet alanyaira vonatkozó további szabályokat.

Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás értelmezhető a vállalkozások közötti (B2B), valamint a vállalkozás és fogyasztó közötti (B2C) kapcsolatokban is.¹⁵

A technológiai innováció fejlődésére reagálva, a Digitális Egységes Piaci Stratégia keretein belül az Európai Unióban 2020-ban hatályba lépő, felülvizsgált fogyasztóvédelmi rendelkezések nagyban járulhatnak majd hozzá az egyszerűbb és biztonságosabb elektronikus kereskedelem kialakulásához. A digitális tartalmakra és szolgáltatásokra vonatkozó irányelv az online fogyasztók számára nyújt majd átláthatóbb szabályokat. Az irányelvet az egyes *quasi* ingyenes szolgáltatások esetében is alkalmazni kell majd, amikor a fogyasztó személyes adataival fizet.¹⁶ Emellett, az uniós fogyasztóvédelmi szabályok hatékonyabb végrehajtása és korszerűsítése érdekében a 93/13/EGK irányelv (1993. április 5.), a 98/6/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv, a 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv, valamint a 2011/83/EU európai parlamenti és tanácsi irányelv módosításáról szóló irányelv-javaslat az Európai Unió fogyasztói jogok érvényesítése terén ígér változást. Az irányelv-tervezet négy fogyasztóvédelmi irányelvet módosít. Az irányelv-tervezet alapján kiemelten hangsúlyossá válik többek között az online piacterek fogyasztók részére adandó tájékoztatása, valamint a keresési találatok rangsorolása.¹⁷

A technológiai innováció elektronikus kereskedelemre gyakorolt hatásának vizsgálata során szükséges az egyes elektronikus kereskedelmi kapcsolatokat a szerződéses szakaszok szerint is megvizsgálni. A technológiai innovációt követő, elektronikus kereskedelmet érintő szabályozás ugyanis szorosan kapcsolódik az elektronikus kereskedelmi kapcsolat megvalósulásának *szintjeihez és szakaszaihoz*.

A fenti megközelítést alkalmazva, az egyes szintek az elektronikus kereskedelmi kapcsolat közvetett tárgyához kapcsolódnak: az *első szint* valamely áruhoz, a *második szint* pedig a pénzügyi teljesítéshez.

Az első szinten szükséges figyelmet fordítani a fogyasztói döntés szabadságára és annak befolyásolására tett kísérletekre, amikor a vállalkozás a technológiai alapokon nyugvó megoldások igénybevételével igyekszik hatást gyakorolni a fogyasztóra. Ilyen esetekben az online fogyasztó azonosítása, internetes nyomon követése, felhasználói profilalkotás, a felhasználó döntésének viselkedésalapú reklámokon keresztül történő befolyásolása valósulhat meg. Az első szakaszhoz kapcsolódó szabályozás a természe-

¹⁴ Vö. az Eker. irányelv és az Ekertv. rendelkezéseivel.

¹⁵ A kifejezetten az elektronikus kereskedelemre vonatkozó jogszabályi rendelkezések mellett, a B2B kapcsolatok szabályozását kiegészítik a tisztességes versenyre vonatkozó szabályok, a B2C kapcsolatok szabályozásában a fogyasztóvédelmi, reklámjogi, adatvédelmi szabályoknak lehet kiemelt jelentősége.

¹⁶ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/770 irányelve (2019. május 20.) a digitális tartalom szolgáltatására és digitális szolgáltatások nyújtására irányuló szerződések egyes vonatkozásairól, 3. cikk (1) bekezdés.

¹⁷ Javaslat az uniós fogyasztóvédelmi szabályok hatékonyabb végrehajtása és korszerűsítése érdekében a 93/13/EGK irányelv (1993. április 5.), a 98/6/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv, a 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv, valamint a 2011/83/EU európai parlamenti és tanácsi irányelv módosításáról.

tes személyek személyes adatainak védelmére megalkotott Általános Adatvédelmi Rendelet (GDPR), amelynek hatálya alá tartozik az online fogyasztót meghatározó személyes adatok köre és a felhasználói profilalkotás.

A prekontraktuális szakaszban a fogyasztó döntése kiterjed valamely áru megvásárlására, amely érdekében kerül üzleti kapcsolatba egy vállalkozással. A fizető fél és a vállalkozás közötti kapcsolat célja kereskedelmi jellegű, a kontraktuális szakaszban tipikusan adásvétel megy végbe. Az ehhez a szakaszhoz kapcsolódó, technológiai innováción alapuló megoldásnak tekinthető a területi alapú tartalomkorlátozás (geoblocking) alkalmazása, amelynek megszüntetése érdekében az EU-ban megalkotásra került a Geoblocking Rendelet.

A folyamat második szintje a szolgáltatás pénzügyi teljesítéséhez kapcsolódik. A második szint első szakaszát jelenti, amikor a fizető fél a valamely pénzforgalmi szolgáltatónál vezetett fizetési számlájának megterhelésével a vállalkozás részére kívánja a pénzügyi teljesítést realizálni. Ahhoz, hogy a szolgáltatás megvalósuljon, szükséges, hogy az ügyletbe bekapcsolódjon legalább egy pénzforgalmi szolgáltató. A pénzforgalmi szolgáltató ügyletbe belépésével a komplex folyamat második, szükségképpeni szakasza jön létre, amelynek alanyai a fizető fél, a kedvezményezett vállalkozás és a pénzforgalmi szolgáltató. Abban az esetben, ha a pénzügyi teljesítést a fizető fél nem a fizetési számláját vezető pénzforgalmi szolgáltatón keresztül kívánja realizálni, akár egy azon kívül álló üzleti szereplőt is igénybe vehet. Igénybevétele a második szint harmadik, eshetőleges szakaszát jelenti. Az ügylet második szintjéhez kapcsolódó, technológiai innováción alapuló megoldás az egyes FinTech pénzforgalmi szolgáltatások megjelenése. Az ilyen szolgáltatások támogatására alkalmas uniós szabályok a belső piaci pénzforgalmi szolgáltatásokra vonatkozó irányelvben (PSD2) kerültek rögzítésre.

Az elektronikus kereskedelmi kapcsolatok megvalósulásának folyamatában nemcsak a webáruházak, hanem a szolgáltatás lebonyolításának mintegy helyszíneként az ún. online platformok is kiemelt szereppel bírhatnak. Az EU Bizottságának jelentése szerint az online platformok nemcsak a digitális gazdaság, hanem a digitális társadalom számára is jelentős előnyöket jelentenek.¹⁸

Az online platformok közé tartoznak az online reklámpplatformok és online piacok, a keresőmotorok, a közösségi média és a kreatív tartalmakat kínáló elárúsítóhelyek, az alkalmazásokat forgalmazó platformok, a távközlési szolgáltatások, a fizetési rendszerek és a közösségi gazdaság platformjai.¹⁹

Az online platformokat érintő uniós jogszabály az online közvetítő szolgáltatások üzleti felhasználói tekintetében alkalmazandó tisztességes és átlátható feltételek előmozdításáról szóló 2019/1150 Rendelet. A szabályozás szükségessége abban áll, hogy az online platformok az új üzleti modellek, a kereskedelem és az innováció támogató eszközeiként alkalmasak arra, hogy hozzájáruljanak a belső piaci előnyök eléréséhez. A Rendelet szabályokat állapít meg az online közvetítő szolgáltatások üzleti felhasználói és az online

¹⁸ Jelentés az online platformokról és a digitális egységes piacról [2016/2276(INI)] http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2017-0204_HU.html (2019. 10. 27.)

¹⁹ Ilyenek például az eBay, az Amazon Marketplace, a Google, a Facebook, az Instagram, a YouTube, a Viber, a Google Play, etc. Vö. A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának – Online platformok és a digitális egységes piac Lehetőség és kihívás Európa számára, COM/2016/0288 final, SWD(2016) 172 final

keresőprogramok tekintetében azért, hogy a kereskedelmi weboldal-használók számára biztosítsa a megfelelő átláthatóságot, tisztességességet és a hatékony jogorvoslati lehetőségeket.²⁰ A Rendelet az algoritmus alapú rangsorolásról²¹ is rendelkezik. Ennek körében megállapítja a rangsorolást meghatározó fő paraméterek rögzítésének rendjét.

Az adatokhoz való hozzáférés tekintetében a Rendelet alapján szükséges, hogy az online platformok szerződési feltételeikben határozzák meg az üzleti felhasználók műszaki és szerződéses hozzáféréseinek leírását vagy annak hiányát bármely olyan személyes adat vagy más adat vagy mindkettő tekintetében, amelyeket az üzleti felhasználók vagy a fogyasztók bocsátanak rendelkezésre az érintett online közvetítő szolgáltatás igénybevételéért vagy amelyek a szolgáltatások nyújtása során keletkeznek.²²

IV. A személyes adatok védelme

A technológia jelentős hatással van a gazdaságra és a társadalomra is. Ennek egy sajátos megjelenéseként értelmezhető, hogy az egyes üzleti kapcsolatok egyre inkább a digitális térben léteznek. Tekintettel arra, hogy ezek az elektronikus kapcsolatok *meghatározott alanyok* közötti, informatikai alapokon nyugvó kereskedelmet jelentenek, célszerű a technológiai innováció elektronikus kiskereskedelmi szolgáltatásokra gyakorolt hatásának vizsgálatában elsőként ezeknek az üzleti kapcsolatoknak az alanyait számba venni.

Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás természetes személy igénybe vevője az ügylet jellegéből adódóan ugyanis specialitásokkal rendelkezik a hagyományos úton megvalósuló B2C kapcsolatokhoz képest. Amíg a hagyományos kereskedelmi kapcsolatokban a vállalkozás és a fogyasztó egyidejű fizikai jelenlétében valósul meg az ügylet, addig az elektronikus kereskedelmi kapcsolatokban a természetes személy elektronikus formában kerül azonosításra – személyes adataival leírható. Ebből következően az elektronikus kereskedelmi kapcsolatokban a természetes személy nemcsak *fogyasztóként*, hanem az adatvédelmi szabályok szerinti *érintettként* is értelmezést nyerhet.

A technológiai innovációval összefüggésben, a Digitális Egységes Piaci Stratégia keretein belül az adatvédelmi keretrendszer újragondolása is megtörtént. Az Európai Unióban a természetes személyek személyes adatai védelmének jogi követelményeit a 2018. május 25-től alkalmazandó GDPR határozza meg.

Hangsúlyozni kell, hogy a GDPR rendelkezéseinek az elektronikus kereskedelmi szolgáltatást nyújtó vállalkozásoknak is meg kell felelniük. A szabályozás értelmében ugyanis adatkezelést valósít meg bármely, a személyes adatokon végzett művelet; így például egy webáruházban történő regisztráció során a személyes adatok vállalkozás

²⁰ 2019/1150 Rendelet az online közvetítő szolgáltatások üzleti felhasználói tekintetében alkalmazandó tisztességes és átlátható feltételek előmozdításáról.

²¹ A 2019/1150 Rendelet szerint a rangsorolás „*online közvetítő szolgáltatáson keresztül kínált áruknek és szolgáltatásoknak biztosított viszonylagos kiemelés, illetve az online keresőprogramok által a keresési eredményekhez rendelt relevancia, ahogyan azt az online közvetítő szolgáltatók, illetve az online keresőprogram-szolgáltatók megjelenítik, strukturálják vagy kommunikálják, tekintet nélkül az ilyen megjelenítéshez, strukturáláshoz vagy kommunikációhoz használt technológiai eszközökre.*” (2. cikk, 8. pont)

²² 2019/1150 Rendelet, 9. cikk.

általi felvétele, rögzítése, tárolása. Ezek a személyes adatok tipikusan a fogyasztó neve, címe, e-mail címe, telefonszáma, lakcíme.²³

Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatást nyújtó vállalkozások mint adatkezelők, az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás megvalósulását biztosító személyek – így például a tárhelyszolgáltatók vagy a kiszállítást végző futárszolgálat – pedig mint adatfeldolgozók értelmezhetőek.²⁴

Könnyű belátni azt, hogy nemcsak a technológiai innováció van hatással az elektronikus kereskedelemre, hanem a szabályozás is a technológiai innovációra. Ezzel egyfajta folyamatosan egymásra ható körforgás képe látszik kirajzolódni. Mindez leginkább a GDPR-ban foglalt törléshez való jog (*right to be forgotten* vagy RTBF) vagy a beépített és adatértelmezett adatvédelem (*privacy by design and default*) tekintetében értelmezhető. A GDPR-ban foglalt RTBF szabályok kihívások elé állíthatják a technológiát, tekintettel arra, hogy a gyakorlatban megakadályozhatják vagy nagyban gátolhatják az olyan új és előremutató technológiai megoldások alkalmazását, mint például a blockchain.²⁵ Ezzel egyidejűleg ugyanakkor a technológiai innovációt is további, új megoldások kidolgozására ösztönzik. A beépített adatvédelemnek való megfelelés viszont megjelenhet a már létező olyan technológiai megoldásokban, mint például az álnevesítés vagy a titkosítás. Az alapértelmezett adatvédelem követelményének való megfelelés pedig a személyes adatok minimálisan szükséges kezelésével. Az egyes technológiai innovációk kipróbálására, majd gyakorlati alkalmazására ad lehetőséget az elektronikus kereskedelem.

A technológiai innováció hatását felismerve, a GDPR rendelkezik a felhasználói profilalkotásról is, amely során a személyes adatokat valamely természetes személyhez fűződő bizonyos személyes jellemzők értékelésére, különösen a munkahelyi teljesítményhez, gazdasági helyzetéhez, egészségi állapothoz, személyes preferenciákhoz, érdeklődéshez, megbízhatósághoz, viselkedéshez, tartózkodási helyhez vagy mozgáshoz kapcsolódó jellemzők elemzésére vagy előrejelzésére használják.²⁶ Az ilyen profil lényege abban áll, hogy alkalmazásával előre jelezhető a felhasználó várható jövőbeli vásárlási magatartása.

A felhasználói profilalkotás mint technológiai folyamat alapjául szolgálhatnak bizonyos internetes azonosítók.²⁷ Az online fogyasztói döntés technológiai alapokon nyugvó befolyásolására kerülhet sor az ún. cookie-azonosítókon keresztül.

A cookie (süti) olyan szövegfájl, amelyet az adott webhely hoz létre és tárol az oldalaira látogató felhasználó eszközén. Lényegében a cookie-k a böngészési adatok mentésének – és így a felhasználókról való adatgyűjtésnek – az eszközei. A cookie-kon ke-

²³ NAIH, Tájékoztató a webáruházakra vonatkozó adatvédelmi követelményekről <https://www.naih.hu/files/2017-02-17-webaruhaz-tajekoztato-NAIH-2017-1060-V.pdf> (2019. 10. 27.)

²⁴ NAIH, Tájékoztató a webáruházakra vonatkozó adatvédelmi követelményekről <https://www.naih.hu/files/2017-02-17-webaruhaz-tajekoztato-NAIH-2017-1060-V.pdf> (2019. 10. 27.)

²⁵ Vö. European Parliament – Blockchain and the General Data Protection Regulation [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/634445/EPRS_STU\(2019\)634445_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/634445/EPRS_STU(2019)634445_EN.pdf) (2019. 10. 27.)

²⁶ GDPR 4. cikk 4. pont.

²⁷ A technológiai innováció elektronikus kereskedelemre gyakorolt hatásának körében, a felhasználói profilalkotással összefüggésben szükséges utalni a GDPR azon rendelkezésére, amely szerint az egyes online azonosítók is személyes adatként értelmezhetőek. A természetes személyek ugyanis összefüggésbe hozhatók az általuk használt készülékek, alkalmazások, eszközök és protokollok által rendelkezésre bocsátott online azonosítókkal – például az IP-címekkel vagy a cookie-azonosítókkal.

resztül történő adatgyűjtés során megvalósulhat a felhasználók nyomon követése, internetes viselkedésének behatárolása, vásárlási preferenciájának megismerése, fogyasztói magatartása alapján jövőbeni viselkedésük előrejelzése, ezzel egyidejűleg pedig a fogyasztói döntés elektronikus kereskedelemben való befolyásolása.²⁸ A cookie-k használatával a vállalkozás viselkedésalapú reklámokat is alkalmazhat. A 95/46/EK irányelv (a korábbi adatvédelmi irányelv) 29. cikke szerinti adatvédelmi munkacsoport viselkedésalapú online reklámról szóló 2010. június 22-i 2/2010. sz. véleményben adott meghatározás alapján a viselkedésalapú reklám a felhasználók viselkedésének hosszabb ideig tartó megfigyelésén alapuló olyan hirdetés, amelynek célja, hogy a felhasználó viselkedésnek jellemzőit annak online tevékenységén keresztül vizsgálja és így egy olyan egyedi profilt dolgozzon ki, amely alapján a felhasználó vélelmezett érdeklődésének megfelelő hirdetéseket küldhet azoknak.²⁹ Viselkedésalapú reklám alkalmazása történik például abban az esetben, ha a felhasználó egy webáruházban termékeket (ruhákat, cipőket, kiegészítőket) tekint meg, majd később elektronikus hirdetések jelennek meg online böngészése során a korábban megtekintett termékekről. Az ilyen elektronikus hirdetéseket korábbi érdeklődése alapján, személyre szabottan a felhasználónak mutatják a hirdető. Habár az alkalmazott technológia segíthet csökkenteni a felhasználó számára nem releváns reklámtartalom megjelenítését – ahogyan azt az európai adatvédelmi biztos EDPS 3/2018-as véleményében is kifejti –, az az online befolyásolás eszközeként szolgálhat és így egy összetett problémát is megfogalmaz.³⁰ A problémára utal a 29. cikk szerinti munkacsoport, amely a 16/2011.-es véleményében akként foglalt állást, hogy a viselkedésalapú reklám alkalmazása során az egyes online azonosítók alkalmazása lehetővé teszi, hogy az IP-címek törlése vagy anonimizálása esetén is nyomon kövessék egy adott eszköz használót.³¹

Fenti problémákra reagálva – a technológiai innováció anomáliáinak felszámolása érdekében – a személyes adatok védelme érdekében a GDPR szerint az érintett jogosult arra, hogy a saját helyzetével kapcsolatos okokból bármikor tiltakozzon az adatkezelés ellen, valamint, hogy ne terjedjen ki rá az olyan, kizárólag automatizált adatkezelésen alapuló döntés hatálya, amely rá nézve joghatással járna vagy őt hasonlóképpen jelentős mértékben érintené.³²

A GDPR mellett, az EU-ban bevezetni kívánt új jogszabály az e-Privacy Rendelet, amely a tanulmány megírásának időpontjában még csak tervezet formájában létezik. Az e-Privacy Rendelet a személyes adatnak minősülő elektronikus hírközlési adatok vonatkozásában pontosítja és kiegészíti a GDPR rendelkezéseit. A *lex specialis* elve alapján, azokban a kérdésekben, amelyekkel az e-Privacy Rendelet nem foglalkozik, a GDPR

²⁸ Vö: GVH – A fogyasztói döntések szabadságára vonatkozó, a GVH által követett alapelvek <http://www.gvh.hu/data/cms1022582/11695FFBAC14C71AC.pdf> (2019. 10. 27.)

²⁹ A 29. cikk alapján létrehozott adatvédelmi munkacsoport 2/2010. számú véleménye a viselkedésalapú online reklámról https://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2010/wp171_hu.pdf (2019. 10. 27.)

³⁰ Opinion 3/2018 EDPS – Opinion on online manipulation and personal data https://edps.europa.eu/sites/edp/files/publication/18-03-19_online_manipulation_en.pdf (2019. 10. 27.)

³¹ Article 29 Data Protection Working Party – Opinion 16/2011 on EASA/IAB Best Practice Recommendation on Online Behavioural Advertising https://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2011/wp188_en.pdf (2019. 10. 27.)

³² GDPR 21. cikk, 22. cikk.

szabályait kell majd alkalmazni. Az e-Privacy Rendelet a cookiekkal kapcsolatos részletes szabályokat fogalmaz meg, éppen ezért megalkotása üdvözlendő, hiszen a technológiai fejlődéssel a nyomon követést lehetővé tévő technikai eszközök száma is megnőtt az utóbbi időben.

V. Geoblocking

A technológiai innováció elektronikus kereskedelemre gyakorolt hatásának vizsgálatában nemcsak a természetes személyeket, hanem az ügylet tárgyát érintő technológiai megoldásokat is szükséges számba venni.

Az ügylet prekontraktuális szakaszában helyezhető el valamely áru fogyasztó által, vásárlási szándékkal történő kiválasztása. Mindez lényegében a fogyasztói döntés szabadságát testesíti meg.

A fogyasztói döntés szabadsága azonban sérül olyan esetben, amikor a vállalkozás megakadályozza az online fogyasztót egy másik tagállamban elérhető honlapon keresztül történő áruk megvásárlásában. Mindez az ún. geoblocking, vagyis a területi alapú tartalomkorlátozás – mint a technológiai innováció elektronikus kereskedelemre gyakorolt hatásának – kereteiben foglalható össze.

Geoblocking abban az esetben valósul meg, amikor egy adott országban kereskedelmi tevékenységet folytató vállalkozás letiltja vagy korlátozza az online felhasználói felületéhez való hozzáférést az olyan vevő számára, aki valamely másik országból kíván határokon átnyúló, elektronikus kereskedelmi ügyletet lebonyolítani. Szintén geoblocking valósul meg, amikor egy adott országban kereskedelmi tevékenységet folytató vállalkozás az áruhoz való hozzáférés tekintetében más tagállambeli vevőkkel szemben különböző általános hozzáférési feltételeket alkalmaz.³³ A geoblocking alkalmazásának hátterében tipikusan az országokként eltérő adózási, fogyasztóvédelmi, termékbiztonsági szabályoknak való megfelelés áll.³⁴

A Google LLC v CNIL ügyben, a főtanácsnoki indítvány a geoblocking-ot olyan technológiaként határozza meg, „*amely a felhasználó földrajzi helye alapján korlátozza az internetes tartalomhoz való hozzáférést. A területi alapú tartalomkorlátozás rendszerében a felhasználó helyét földrajzi helymeghatározási technológiák alkalmazásával, így például a felhasználó IP-címének ellenőrzésével határozzák meg. A területi alapú tartalomkorlátozás, amely a cenzúra egy formája, az uniós belső piac jogában indokolatlannak minősül, és többek között egy rendelet tárgyát képezi, amelynek célja, hogy megakadályozza, hogy egy adott tagállamban tevékenységet folytató kereskedő letiltsa vagy korlátozza a hozzáférést online interfészéhez az olyan vevő számára, aki vagy amely valamely másik tagállamból kíván határokon átnyúló ügyleteket lebonyolítani.*”³⁵ A geoblocking technológiai megvalósulása akként történhet, hogy a rendszer az igénybe vevő IP címének azonosításával nem engedi azt belépni vagy automatikusan átirányítja

³³ Geoblocking Rendelet, Preambulum (1).

³⁴ Az Országgyűlés Hivatala – Határokon átnyúló online vásárlások korlátozása https://www.parlament.hu/documents/10181/1479843/Infojegyzet_2018_16_online_vasarlasok.pdf/30cb3840-ce50-2525-5301-54c111e7de3d (2019. 10. 27.)

³⁵ Google LLC v CNIL ügy, C 507/2017. sz. ügy, 71. pont.

egy másik weboldalra; vagy blokkolja az online megrendeléshez szükséges regisztrációt; vagy tájékoztatja az igénybe vevőt, hogy az igénybe vevő országába nem vállalja az áruszállítást, szolgáltatás nyújtást; vagy nem fogadja el az igénybe vevő bankkártyáját.³⁶

A geoblocking tilalma a Digitális Egységes Piaci stratégia fontos eleme. Alkalmazását felszámolandó, 2018. március 23-án lépett hatályba az EU valamennyi tagállamában a belső piacon belül a vevő állampolgársága, lakóhelye vagy letelepedési helye alapján történő indokolatlan területi alapú tartalomkorlátozással és a megkülönböztetés egyéb formáival szembeni fellépésről, valamint a 2006/2004/EK és az (EU) 2017/2394 rendelet, továbbá a 2009/22/EK irányelv módosításáról szóló 2018/302 rendelet (Geoblocking Rendelet). A Geoblocking Rendelet alapját az Európai Unió Működéséről szóló Szerződés 18. cikke jelenti, amely szerint tilos az állampolgárságon alapuló bármely, akár közvetlen, akár közvetett diszkrimináció. Ahogyan azt a T/2922. számú törvényjavaslat is megállapítja, az Európai Unió Bírósága állandó ítélkezési gyakorlata szerint az egyenlő bánásmódra vonatkozó jogszabályok nemcsak az állampolgárságon alapuló nyílt megkülönböztetést tiltják meg, hanem a megkülönböztetés minden rejtett formáját is. Ebből következően az egyenlő bánásmód követelményének az állampolgárság és a lakhely tekintetében is fenn kell állnia.³⁷

A Geoblocking Rendelet három fő alkalmazási területét:

- a) az online interfészekhez való hozzáférés,
- b) az árukhoz vagy szolgáltatásokhoz való hozzáférés és
- c) a fizetéssel kapcsolatos okokból történő megkülönböztetés tilalma jelenti.

Az *online interfészekhez való hozzáférés* tekintetében a Rendelet szerint a vállalkozás nem irányíthatja át a vevőt online felületének olyan változatára annak állampolgárságával, lakóhelyével vagy letelepedési helyével kapcsolatos okokból, amely eltér attól az online felülettől, amelyhez a vevő eredetileg hozzáférni szándékozott. Kivételt jelent ez alól az az esetkör, ha a vevő az ilyen átirányításhoz kifejezetten hozzájárult.³⁸ Mindez azt jelenti, hogy abban az esetben, ha egy magyar állampolgárságú vevő egy német székhelyű vállalkozás német webáruházából szeretne árut vásárolni, akkor a német székhelyű vállalkozás nem irányíthatja át automatikusan a vevőt a vállalkozás magyar webáruházába.

Az *árukhoz való hozzáférés* tekintetében a Rendelet szerint a vállalkozás nem alkalmazhat eltérő hozzáférési feltételeket a vevő állampolgárságával, lakóhelyével vagy letelepedési helyével kapcsolatos okokból, ha az árut szeretne vásárolni, elektronikus úton nyújtott szolgáltatást vagy elektronikus úton nyújtott szolgáltatástól eltérő szolgáltatást kíván igénybe venni.³⁹ Így például, ha a vevő egy olasz székhelyű vállalkozás olasz webáruházából szeretne árut vásárolni (például ruhát vagy elektronikai eszközt) vagy szerzői jogi védelem alá nem eső elektronikus szolgáltatott terméket szeretne

³⁶ Az Országgyűlés Hivatala – Határokon átnyúló online vásárlások korlátozása https://www.parlament.hu/documents/10181/1479843/Infojegyzet_2018_16_online_vasarlasok.pdf/30cb3840-ce50-2525-5301-54c111e7de3d (2019. 10. 27.)

³⁷ T/2922. számú törvényjavaslat, Lásd még: C-103/08 Arthur Gottwald v Bezirkshauptmannschaft Bregenz EBHT 2009 I-09117. 27. és 28. pont; C-29/95. Eckehard Pastoors és Trans-Cap GmbH v Belgische Staat. EBHT 1997 I-00285. 16. pont; C-224/00. Bizottság v Olaszország EBHT 2002 I-02965. 15. pont; C-28/04 Tod's SpA és Tod's France SARL v Heyraud SA. EBHT 2005 I-05781., 19. pont

³⁸ Geoblocking Rendelet 3. cikk.

³⁹ Geoblocking Rendelet 4. cikk.

vásárolni vagy igénybe venni (például belépőjegyet szeretne vásárolni vagy szálláshelyet szeretne lefoglalni), a vállalkozásnak ugyanazon feltételeket kell biztosítania, mint az olasz állampolgárságú vevőknek.

A *fizetéssel kapcsolatos okokból történő megkülönböztetés tilalmának* tekintetében a Rendelet szerint a vállalkozás az általa elfogadott fizetési feltételekkel összefüggésben nem alkalmazhat eltérő követelményeket, ha a fizetési művelet elektronikus művelettel, átutalással, beszedéssel vagy ugyanahhoz a fizetési márkához és kategóriához tartozó kártyaalapú készpénz-helyettesítő fizetési eszközzel történik; vagy az EU-s azonosítási követelmények teljesülnek; vagy a fizetési műveletre a vállalkozás által elfogadott pénznemben kerül sor. A fenti tilalom azonban nem akadályozza annak, hogy a vállalkozás olyan díjakat alkalmazzon, amelyeket a vonatkozó EU-s jogszabályok nem tiltanak.⁴⁰ Ennek alapján a vállalkozás szabadon meghatározhatja, hogy mely fizetési módokat fogadja el (például bankkártyás fizetési lehetőséget), de ezt bármely tagállam szerinti vevő esetén el kell fogadnia.

A geoblocking szabályozásával összefüggésben szükséges utalni a vonatkozó magyar szabályozásra is. A szabályozásnak eleget téve hazánkban törvénymódosításra került sor,⁴¹ amelynek hatálya kiterjed a fogyasztóvédelemtől szóló 1997. évi CLV. törvényre (Fgytv.), valamint a szolgáltatási tevékenység megkezdésének és folytatásának általános szabályairól szóló 2009. évi LXXVI. törvényre (Szolgtv.). A módosítás értelmében a fogyasztó fogalma alá tartozik a Geoblocking rendelet szerint vevőnek minősülő vállalkozás is, továbbá, a rendeletbe ütköző Európai Unió belüli jogsértések tekintetében a fogyasztóvédelmi hatóság jár el, ha a vevő a Geoblocking Rendelet szerinti fogyasztónak minősül. A módosítás következtében a Szolgtv. *expressis verbis* tiltja meg a területi alapú tartalomkorlátozást, és rendelkezik akként, hogy a szolgáltató által alkalmazott, a szolgáltatás igénybevételére vonatkozó területi alapú tartalomkorlátozást megvalósító általános szerződési feltétel semmis.

VI. Pénzforgalmi szolgáltatások

Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás kontraktuális szakaszának befejezését realizáló, szükségszerű művelet a pénzügyi teljesítés, amellyel összefüggésben szükséges a technológiai innováció pénzforgalmi szolgáltatásokra gyakorolt hatására is reflektálni. Az utóbbi években ugyanis az elektronikus fizetések növekvő technikai összetettsége, világszerte folyamatosan növekvő volumene, valamint a pénzforgalmi szolgáltatások új típusainak megjelenése figyelhető meg.⁴² Egyre gyakoribbá válik például az NFC technológia igénybevételével való fizetés.

A technológiai innovációra reagálva, felülvizsgálatra került a belső piaci pénzforgalmi szolgáltatásokról szóló irányelv. A folyamat eredményeképpen került megalkotásra az Európai Parlament és Tanács 2015/2366 számú, belső piaci szolgáltatásokról szóló irányelve (PSD2).

⁴⁰ Geoblocking Rendelet 5. cikk.

⁴¹ Az egyes törvények fogyasztóvédelmi célú módosításáról szóló 2018. évi LXXVI. törvény.

⁴² PSD2, Preambulum (3).

A PSD2 fő célja az innováció elősegítése, az ügyfelek bizalmának megerősítése és biztonságának hatékony védelme a pénzügyi szolgáltatások terén. A revízió eredményeképpen megszületett irányelv a technológiai innováció, a szabályozás és az elektronikus kereskedelem egymásra gyakorolt hatásának szempontjából ugyancsak jelentősnek tekinthető.

A PSD2 bevezeti az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások esetében is alkalmazandó erős ügyfél-hitelesítés fogalmát. Az erős ügyfél-hitelesítés legalább két olyan, az ismeret,⁴³ birtoklás,⁴⁴ és biológiai tulajdonság⁴⁵ kategóriába sorolható elem felhasználását jelenti, amelyek egymástól függetlenek annyiban, hogy az egyik megismerése nem befolyásolja a többi megbízhatóságát, és az eljárás kialakítása révén az azonosítási adatok bizalmassága biztosított.⁴⁶ Ilyen lehet az ismeret körében például a PIN-azonosító, a jelszó, de akár egy mozdulat is; a birtoklás körében például a mobiltelefon vagy fizetési kártya birtoklása; a biológiai tulajdonság körében pedig például az ujjlenyomat, vagy az írisz mint biometrikus azonosítók alkalmazása.

A PSD2 alapján erős ügyfél-hitelesítést kell alkalmazni, amikor a fizető fél online fér hozzá a fizetési számlájához; elektronikus fizetési műveletet kezdeményez; vagy a műveleteket olyan távoli csatornán keresztül hajtja végre, ami fizetéssel kapcsolatos csalásokra és más visszaélésekre adhat módot.⁴⁷ Nem kell azonban alkalmazni a kétfaktoros hitelesítést – csak a megbízás megadásakor –, például: rendszeres átutalásoknál vagy rendszeres, netbankon vagy mobilappon keresztüli csoportos beszédések esetében.⁴⁸

Maga a hitelesítés mint technológiai eljárás lehetővé teszi a pénzforgalmi szolgáltató számára a pénzforgalmi szolgáltatást igénybe vevő (ügyfél) kilétének, valamint személyes hitelesítési adatai érvényességének ellenőrzését.⁴⁹ Abban az esetben, ha a pénzforgalmi szolgáltatást igénybe vevő fél elektronikus fizetési műveletet szeretne végrehajtani vagy akár csak a számlájához szeretne hozzáférni, elsőként azonosítania kell magát.

Az elektronikus kereskedelemben az erős ügyfél-hitelesítési folyamatnak felel meg a fizetési kártya kibocsátó által rögzített mobiltelefonszámra küldött egyszer használatos sms; vagy a 3D Secure 2.0 kidolgozásával az, ha a fizetési kártya birtokosa a fizetési ügylet hitelesítését a fizetési kártya kibocsátójának mobilbanki alkalmazásán keresztül végzi el, például ujjlenyomatának használatával.⁵⁰

Az erős-ügyfélhitelesítés mellett, a Magyar Nemzeti Bank pénzforgalom lebonyolításáról szóló 35/2017. (XII. 14.) rendelete megteremti a lehetőséget az azonnali fizetésre. Az azonnali fizetési rendszerek kiépítése már több országban megtörtént, számos országban pedig a tervezés vagy a kivitelezés szakaszában tart.⁵¹

⁴³ Csak a szolgáltatást igénybe vevő által ismert információ.

⁴⁴ Csak a szolgáltatást igénybe vevő által birtokolt dolog.

⁴⁵ A szolgáltatást igénybe vevő fizikai jellemzője.

⁴⁶ PSD2 4. cikk, 30. pont.

⁴⁷ PSD2, 97. cikk, (1) bekezdés.

⁴⁸ NÉMETH MÓNKA: *Ügyfélazonosítás a PSD2 után* <https://fintechzone.hu/ugyfel-azonositas-a-psd2-utan/> (2019. 10. 15.)

⁴⁹ PSD2. 4. cikk 29. pont.

⁵⁰ EGRI SZILVIA: *Így fizetünk 3 hónap múlva az interneten. Jön az erős ügyfél-hitelesítés* <https://fintechzone.hu/igy-fizetunk-3-honap-mulva-az-interneten-jon-az-eros-ugyfel-hitelesites/> (2019. 10. 27.)

⁵¹ Magyar Nemzeti Bank: *Az azonnali fizetési szolgáltatás működési modellje Magyarországon* <https://www.mnb.hu/letoltes/az-azonnali-fizetesi-szolgaltatas-mukodesi-modellje-magyarorszagon.pdf> (2019. 10. 27.)

Az azonnali fizetési rendszer folyamatosan működő fizetési rendszert jelent, amely az év minden napján, a nap 24 órájában lehetővé teszi a forint fizetési számláról forintban, legfeljebb 10 millió forint összegű elektronikus fizetési műveletek 5 másodperc alatt a kedvezményezett fizetési számlájára történő eljuttatását, és ott az azonnali felhasználhatóságát (24/7/5).⁵² Amíg a bankkártyás vagy a készpénzes fizetés során az e-kereskedőknek akár több napot is várniuk kell arra, hogy fizetési számlájukon az ellenérték megjelenjen, az azonnali fizetési rendszer bevezetésével *de facto* azonnal megjelenik a szolgáltatás ellenértéke.⁵³

Az azonnali fizetési rendszer bevezetése megteremti a lehetőséget a QR-kóddal történő fizetésre, amelynek eredményeképpen az elektronikus kereskedelmi szolgáltatást nyújtó vállalkozás a fizetéshez szükséges adatokhoz egy QR-kódot generál, a vevő pedig a megfelelő applikációban a QR kód beszkennelésével automatikusan kitölti a fizetéshez szükséges adatokat.⁵⁴

A szabályozás bevezeti a másodlagos azonosítók alkalmazását is, amelynek értelmében a vevő fizetési kérelemmel – mint azonnali fizetési megoldással – egyenlíti ki az ellenértéket. Másodlagos számlaazonosító lehet a mobiltelefonszám, az e-mail cím, az állami adó- és vámhatóság által megállapított adóazonosító jel vagy adószám.⁵⁵ Így az elektronikus kereskedelmi szolgáltatást nyújtó vállalkozás a vevő mobiltelefonszámához hozzárendelt fizetési számlára küldheti a fizetés teljesítéséhez szükséges adatokat, majd a vevő jóváhagyását követően történhet a pénzügyi teljesítés.⁵⁶

A technológiai innováció elektronikus kereskedelemre gyakorolt hatásában az egyes, ún. FinTech szolgáltatásoknak is nagy szerep jut. A FinTech szolgáltatások olyan technológiai alapú innovatív pénzügyi megoldásokat foglalnak magukban, amelyek alkalmasak a fogyasztói igények kielégítésére. A technológiai innovációt előtérbe helyező megközelítés alapján a FinTech fogalma akként határozható meg, hogy az a gazdasági tevékenység hatékonyságának, jövedelmezőségének javítása, a kedvező társadalmi – és benne a fogyasztói – hatások elérése érdekében végzett műszaki, szervezési, gazdálkodási, kereskedelmi műveletek összessége, amelyek eredményeként új vagy lényegesen módosított pénzügyi szektorális termék, eljárás, szolgáltatás jön létre, új vagy lényegesen módosított eljárás, technológia alkalmazására, piaci bevezetésére kerül sor.

A PSD2 megalkotásával bizonyos FinTech szolgáltatók is annak hatálya alá kerültek. Az ilyen, a szabályozás hatálya alatt álló, hagyományos banki pénzforgalmi szolgáltatások technológiai innováción alapuló alternatíváját kínáló vállalkozásokat szokás harmadik feles szolgáltatóknak is nevezni (Third Party Provider vagy TPP).⁵⁷ A szolgáltatás karakterisztikája alapján, a PSD2 különbséget tesz *számlainformációkat összesítő*

⁵² Magyar Nemzeti Bank: Az azonnali fizetési szolgáltatás működési modellje Magyarországon <https://www.mnb.hu/letoltes/az-azonnali-fizetesi-szolgaltatas-mukodesi-modellje-magyarorszagon.pdf> (2019. 10. 27.)

⁵³ LEMÁK GÁBOR: *A webshopok porgethetik fel az azonnali fizetést* <https://fintechzone.hu/a-webshopok-porgethetik-fel-az-azonnali-fizetest/> (2019. 10. 27.) [Továbbiakban: LEMÁK]

⁵⁴ Uo.

⁵⁵ 35/2017. MNB rendelet 4. § (1) bekezdés

⁵⁶ LEMÁK

⁵⁷ VEZZOSO, SIMONETTA: *Fintech, Access to Data, and the Role of Competition Policy* https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3106594 (2019. 10. 15.)

szolgáltatók (Account Information Service Provider vagy AISP) és *fizetés kezdeményezési szolgáltatók* (Payment Initiation Service Provider vagy PISP) között.⁵⁸

A PSD2 lehetővé teszi, hogy a TPP-k ún. API-kon keresztül hozzáférjenek a bankok fizetési számlavezető rendszeréhez és az abban tárolt adatokhoz.⁵⁹ A számlavezető pénzforgalmi szolgáltató azon TPP-k részére, amelyek rendelkeznek a PSD2 szerinti engedéllyel, kötelesek elérhetővé tenni a szolgáltatás nyújtásához szükséges ügyfél-adatokat,⁶⁰ ha ehhez a pénzforgalmi szolgáltatást igénybe vevő kifejezett hozzájárulását adta.⁶¹

Az adatokhoz való hozzáférés technikai kivitelezésének körében a PSD2 *expressis verbis* – az elektronikus kereskedelem szempontjából is fontos – informatikai-technológiai követelményeket fogalmaz meg. Az alkalmazandó szabványoknak biztosítania kell a különböző kommunikációs technológiai megoldások interoperabilitását; a számlavezető pénzforgalmi szolgáltató számára azt a tény, hogy nem maga az ügyfél lép vele kapcsolatba, hanem egy PISP vagy egy AISP; valamint a biztonságos módon történő kommunikációt a számlavezető pénzforgalmi szolgáltatóval és az érintett fogyasztókkal. Az alkalmazandó szabványoknak emellett a technológia jelen állása szerint minden ismert eszköztípus tekintetében alkalmazhatónak kell lenniük a pénzforgalmi szolgáltatások nyújtása során.⁶²

Ezzel összefüggésben került megalkotásra a Bizottság (EU) 2018/389 felhatalmazáson alapuló, az (EU) 2015/2366 európai parlamenti és tanácsi irányelvnek az erős ügyfél-hitelesítésre, valamint a közös és biztonságos nyílt kommunikációs standardokra vonatkozó szabályozástechnikai standardok tekintetében történő kiegészítéséről szóló rendelete (RTS). Az RTS az erős ügyfél-hitelesítés (SCA), valamint a közös és biztonságos nyílt kommunikációs szabványok (open API) tekintetében határoz meg informatikai-technológiai követelményeket. Részletesen rendelkezik a szolgáltatók együttműködéséről a fizetési számlaadatokhoz való hozzáférés, a tranzakció lebonyolítása, dokumentálása tekintetében. Mindezek mellett kivételekről is rendelkezik az alacsony kockázatú, kis összegű tranzakciók gyors teljesítése érdekében.⁶³

⁵⁸ Az egyik csoportba azok a szolgáltatások tartoznak, amelyek az egyes elektronikus kereskedelmi szolgáltatások pénzügyi teljesítése során a fizető fél hozzájárulásával és felhatalmazásával, annak fizetési számlájáról átutalást kezdeményeznek az elektronikus kereskedelmi szolgáltatást nyújtó vállalkozás részére.

A másik csoportba pedig azok a szolgáltatások tartoznak, amelyek online számlainformációs szolgáltatást nyújtanak a fizető fél részére olyan módon, hogy a fizető fél különböző fizetési számláinak adatait összegyűjtik és összehasonlítják. Vö. SIMONETTA VEZZOSO: *Fintech, Access to Data, and the Role of Competition Policy* https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3106594 (2019. 10. 15.)

⁵⁹ Vö. VEZZOSO, SIMONETTA: *Fintech, Access to Data, and the Role of Competition Policy* https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3106594 (2019. 10. 15.)

⁶⁰ SZABÓ DÁNIEL: *GDPR-konform PSD2 egy liberalizált, de biztonságos piacért* <https://fintechzone.hu/gdpr-konform-psd2-kihivas/> (2019. 10. 15.)

⁶¹ PSD2 94. cikk.

⁶² PSD2 Preambulum (93).

⁶³ RTS; NÉMETH MÓNICA: *2019 márciusától elérhető lesz az összes banki API az EU-ban* <https://fintechzone.hu/psd2-banki-api-2019/> (2019. 10. 15.)

VII. Összegzés

A technológiai innováció elektronikus kereskedelemre gyakorolt hatása megkérdőjelezhetetlen. A technológiai innováció, az elektronikus kereskedelem és a szabályozás folyamatosan egymásra ható kapcsolatában a technológia az elektronikus kereskedelem szükséges eszközét jelenti, az elektronikus kereskedelem pedig a technológiai innováció megvalósulásának *quasi* színtereként határozható meg. Tekintettel arra, hogy a technológia-alapú elektronikus kereskedelmi szolgáltatások jelentősen érintik a természetes személyeket, azok szabályozására is szükség van. A szabályozás – tipikusan a technológiasemlegesség elvén – kijelöli azokat a kereteket, amelyek mentén az egyes technológiai innovációk elektronikus kereskedelemben (is) történő alkalmazása a megfelelő és hatékony védelem elvével összhangban megvalósítható.

Az elektronikus kereskedelem tekintetében – a tanulmányban vizsgált – technológiai innováció miatt megalkotott jogszabályok a GDPR, a Geoblocking Rendelet és a PSD2.

Az elektronikus úton, távollévők között létrejövő kereskedelmi kapcsolatokban az online fogyasztó karakterisztikája rajzolódik ki. Éppen ezért üdvözlendő a GDPR beépített és alapértelmezett adatvédelemre, valamint a felhasználói profilalkotásra tett szabályozása. A felejtés jogára vonatkozó rendelkezések ugyanakkor aggályokat vethetnek fel.

A geoblocking jogi eszközökkel történő megtiltása nagyban járulhat hozzá a határon átvéelő elektronikus kereskedelmi kapcsolatok kialakulásához, így pedig az európai uniós digitális gazdaság megfelelő működéséhez. A geoblocking magyar szabályozásának hátrányaként tekinthető azonban, hogy az a fogyasztóvédelmi dogmatikai rendszer teljes széttagoaltságához vezethet. Amíg a Geoblocking Rendeletben a *vevő* fogalmi körében értelmezendő a fogyasztó és a kizárólag végfelhasználás céljából vásárló vállalkozás, addig a magyar szabályozásban az Fgytv. szerinti *fogyasztó* fogalmának kibővítésével a továbbiakban fogyasztónak minősül a Geoblocking Rendelet szerinti vevőnek minősülő vállalkozás is.

A belső piaci pénzforgalmi szolgáltatások az elektronikus kereskedelem realizálásának eszközeiként tekinthetők. A technológiai innováció elektronikus kereskedelemre gyakorolt hatása a PSD2-ben kiemelten fedezhető fel. Az irányelv – habár nem kifejezetten az elektronikus kereskedelem szabályozásának tárgyában született – az elektronikus kereskedelem jövőjére nagy hatást gyakorol. Nemcsak a fogyasztók védelmét, hanem technológiai innovációt is figyelembe vevő rendelkezései előremutatóak.

A Digitális Egységes Piacon a fentebb ismertetett szabályok megalkotásával vélhetően olyan szabályozói keretrendszer jött létre, amely az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások technológiasemleges megvalósulását erősíti.

ANDREA LABANCZ

THE IMPACT OF TECHNOLOGICAL INNOVATION ON THE E-COMMERCE

(Summary)

The widespread use of information and communication technologies are making significant changes in socio-economic habits. Information technology-based technology solutions in the European Union deserved particular attention from the early 20th century onwards.

With the development of technological innovation, the image of the information society has also emerged.

The concept of information society was established in the Bangemann Report in 1994. According to the Report, information technology and communications, as the foundation of the modern economy, generate an effect similar to the Industrial Revolution; and the widespread availability of new information tools and services can contribute to improving the quality of society and the economy. The concept of building a technology-based Single Market, backed up by the Digital Single Market Strategy, is still crucial in the European Union.

In this context, the study examines the impact of technological innovation on e-commerce. The study focuses on the personal data issues, the prohibition of geoblocking and innovation-based financial technologies, especially in the area of payment services. In this context, it pays particular attention to the technological solutions that shape e-commerce and also to the legal responses to each technological solution.