

# Az elektronikus kereskedelem alakulása az Európai Unióban

Az utóbbi idők tendenciáiból kiderült, hogy az internet nem csodaszer, bár az üzleti életben és mindennapjainkban egyre nagyobb szerepet játszó tényezőként van jelen. Az idő múlásával a világháló egyre inkább olyan „alapvető segédeszközzé” válik, amely a mindennapi élettől nem vagy csak kevésbé lesz elválasztható. Az internet által generált elektronikus kereskedelem ma már kézzelfogható tény. Az alábbi dolgozat az Európai Unióra fókuszálva tárgyalja ezt a kérdést, és az EU-ra és Magyarországra vonatkozóan átfogó képet ad az online kereskedelem helyzetéről és lehetőségeiről.

## ELEKTRONIKUS PIACTEREK

Az e-piactereket vásárlók és eladók közösségei hozzák létre. Olyan mechanizmusokon alapul, amelyek lehetővé teszik az üzleti élet szereplői számára, hogy költséghatékonyan vegyenek részt a nemzeti és globális piacokon. A vevők és a beszállítók közvetlenül kapcsolatba léphetnek egymással, s így a beszerzési árak jelentősen csökkennek, nő a piaci verseny, szélesedik a kínálat. Az eladók főként új piacok meghódítását, új termékeik és szolgáltatásaik hatékony értékesítését érhetik el.

Az elektronikus piacterek a következő felhasználói alkalmazásokat kínálják: vásárlások katalógus alapján, vásárlói aukciók, árajánlatra vonatkozó kérések, gazdálkodó szervezeti és felhasználói regisztráció és profilmeghatározás<sup>1</sup>, stb.

Az elektronikus piactereknek két válfajuk van.

A vertikális piacterek egy-egy iparág köré szerveződnek. Magyarországon is találhatunk néhány példát rá: <http://www.print-x.hu> (nyomdaipar), <http://www.sunbooks.hu> (könyvterjesztés), <http://www.spednet.hu> (szállítmányozás), <http://www.anyagbeszerzes.hu> (építőipar), <http://www.pharmalink.hu> (gyógyszeripar), stb.

A horizontális, azaz iparág független piacterek tetszőleges beszállítói kör és tetszőleges vevőkör számára teremtenek értékesítési, illetve vásárlási lehetőséget. Hazánkban egy működő ilyen vállalatközi piactér létezik: a Marketline (<http://www.marketline.hu>)<sup>2</sup>. A másik, a First Hungarian E-market (<http://www.fhem>) honlapján közreadottak szerint fejlesztés alatt áll. A piacterek a vevők számára költségcsökkenést (akár 10% is lehet), gyorsabb, egyszerűbb, átláthatóbb és hatékonyabb beszerzést és a beszállítói kapcsolat bővülését ígérik. Az eladók számára pedig az új piacok meghódítása, illetve a meglévő ügyfelek hatékonyabb kiszolgálása jelenti a vonzerőt.

1 Az elektronikus piactereken keresztül a világ minden részén található gazdálkodó szervezetek online tranzakciókat folytathatnak. A regisztráció abból a szempontból fontos, hogy a felhasználók biztonságos környezetben köthessenek üzleteket.

2 Elektronikus piacterek Magyarországon, Gazdasági összefoglaló MeH, 2000. 09. 25–30.

## E-FIZETÉS

Az e-kereskedelem egyik jelentős előnye lehet, ha a fizetés és a szolgáltatás készpénzmozgás nélkül valósul meg.

Az elektronikus pénz a készpénz digitális formájaként képzelhető el. Az elektronikus pénzzel való fizetés során nincs szükség a bank vagy harmadik személy részéről történő engedélyezésre. Az ügyfelek a pénzügyi és bankjegyek elektronikus egyenértékét vásárolják meg.<sup>1</sup>

Az internet mai gyakorlatában egyelőre a hitelkártya elektronikus azonosítása sem minden esetben megoldott. A visszaélési lehetőségek és az informatikai hálózat nagyobb veszélyei miatt Magyarországon a dombornyomós kártyák kibocsátói teljesítik az internetről érkező kéréseket.

A kibocsátó és a fizetőeszköz birtokosa közötti jogviszony határozza meg, hogy milyen feltételekkel lehet a kártyákkal teljesítéseket eszközölni. Erre a jogviszonyra vonatkozóan az Európai Közösség Bizottsága két ajánlást adott ki.

1. Az EU Bizottság 88/590/EEC ajánlása a fizetési rendszerek, és különösen a kártyabirtokos és a kártya kibocsátója közti viszony tekintetében. Az ajánlás fogyasztóvédelmi szempontból közelíti meg a kártyákkal és más fizetési eszközökkel történő fizetésekre vonatkozó szerződéskötéseket.
2. Az EU Bizottság 97/489/EK ajánlása az elektronikus fizetési eszközökkel végrehajtott műveletek, és különösen az eszköz kibocsátója és birtokosa közötti viszony tekintetében. Ez az ajánlás a fizetési eszközökre vonatkozik, melynek két kategóriáját különbözteti meg:
  - a) Távhozzáférési fizetési eszköz, amely a használója számára azt teszi lehetővé, hogy a kártyával a pénzügyi intézménynél elhelyezett számla terhére meghatározott biztonsági funkciók megfelelő használata mellett pénzügyi műveleteket végezzen.
  - b) Az elektronikus pénzeszközt kifizetések eszközülésére alkalmas, újratölthető kártyaként vagy „szá-

mítógép-memóriaként” határozza meg az ajánlás.

Az elektronikus fizetési eszközök kibocsátására és használatára vonatkozó egyes szabályokról szóló magyar kormányrendelet<sup>2</sup> meghatározásai a jogharmonizáció jegyében az elektronikus fizetőeszközökre vonatkozva az Európai Bizottság ajánlásaihoz illeszkednek.<sup>3</sup>

Az elektronikus fizetési eszközökkel kapcsolatban meg kell említenünk a 232/2001. (XII.10.) Kormányrendeletet<sup>4</sup>, amely megalkotásánál figyelembe vették az Európai Parlament és a Tanács a tagállamok közötti átutalásokról szóló 97/5/EK irányelvét és az Európai Bizottság elektronikus fizetési eszközökkel végzett műveletekről, különösen a kibocsátó és birtokos közötti viszonyról szóló 97/489/EK ajánlását.

A pénzügyek interneten történő intézésétől kimagaslóan sokan tartózkodnak.<sup>5</sup> 39 százalék, és mindössze 22 százalék tartaná jónak ezt a lehetőséget. Az elutasítás oka valószínűleg az lehet, hogy nem tartják megnyugtatónak az átutalások, elszámolások biztonságát. Ez az elutasítás az elektronikus kereskedelem esetében még nagyobb. Itt a bizalmatlanok aránya 42% és csupán 13% vásárolna nyugodtan ilyen úton.

## AZ ELEKTRONIKUS KERESKEDELEM VOLUMENE

Az IDC (International Data Corporation) számításai<sup>6</sup> alapján 2000–2005 között a világ online pénzügyi kiadásainak üteme 67%-osra becsülhető. Az International Data Corporation szerint a világ elektronikus kereskedelmi (B2C, B2B) bevételét jellemző egybillió küszöb (1,1 billió €) átlépését még erre az évre lehet várni. A 2000-et követő öt évben az elektronikus kereskedelem bevételei előreláthatólag elérhetik az 5,1 billió €-t.

Európa számára biztatónak tűnik, hogy az elmúlt hónapokban az e-kereskedelem bevételei szempontjából Japánt is megelőzte és az USA-t követő második helyen áll.

1 Kondricz Péter – Tímár András: Az elektronikus kereskedelem jogi kérdései, KJK-Kerszöv Jogi és Üzleti Kiadó Kft, Budapest, 2000, 112. old.

2 77/1999. (V.28.) Korm. rendelet

3 Mojzes Imre – Talygás Judit: Elektronikus kereskedelem, Budapest, 2000, 156. old.

4 232/2001. (XII.10.) Korm. rendelet a pénzforgalomról, a pénzforgalmi szolgáltatásokról és az elektronikus fizetési eszközökről

5 Az információs és kommunikációs technológiai szektor Magyarországon, Központi Statisztikai Hivatal, 2001

6 Nyugat Európa több internethasználóval bír az Egyesült Államoknál, <http://www.itk.hu/infinet> 2002. 01. 17.

Forrás: [www.europemedia.net](http://www.europemedia.net)

A Forrester Research (FR) kutatócég 2000–2004 közötti időszakra készített előrejelzése szerint 2004-ben a világ online kereskedelmének régiók szerinti megoszlásában Észak-Amerika és Ausztrália/Óceánia után Európa a harmadik helyen fog állni.<sup>1</sup>

Észak-Amerika:	50,9%
Ázsia/Óceánia:	24,3%
Európa:	22,6%
Latin-Amerika:	1,2%

Az FR a világ digitális kereskedelmének fejlődését is felmérte, amit 2000–2004 közötti időszakra prognosztizálva mutat be. Tekintettel arra, hogy az FR adatai alapján – amennyiben az EU ténylegesen a világ legversenyképesebb digitális kereskedelmi térségévé akar válni, az USA-n kívül a világ más (Ázsia/Óceánia)

országait is meg kell előznie. Az FR által közölt adatokból kitűnik, hogy a legaktívabb digitális kereskedelme 2004-ben Ausztráliának és Koreának lesz. Ezen előrejelzés alapján megállapítható, hogy Nyugat-Európában az online tranzakciók aránya a hagyományos kereskedelmi formákhoz képest még a világátlagtól is jóval elmarad.

A világ gazdaságának visszaesése ellenére a „nagyok” közül még mindig és előreláthatóan a következő években is az USA fejlődik a legdinamikusabban. 2004-ben az online tranzakciók 47 százaléka ott történik, míg Japánban 13, Németországban pedig 5,7 százalék.

Az Európai Bizottság által közreadott statisztikai adatok és előrejelzések<sup>2</sup> szerint 2002-ben Európa várhatóan 152 milliárd US \$ elektronikus kereskedelmi bevételt realizál.

**A világ elektronikus kereskedelmének fejlődése (milliárd dollárban)**

	2000	2001	2002	2003	2004	Az összes eladásból az e-kereskedelem útján zajlók aránya 2004-ben
Világviszonylatban	657,0	1 233,6	2 231,2	3 979,7	6 789,8	8,6%
<b>Észak-Amerika</b>	<b>509,3</b>	<b>908,6</b>	<b>1 598,2</b>	<b>2 339,0</b>	<b>3 456,4</b>	<b>12,8%</b>
<b>Egyesült Államok</b>	<b>488,7</b>	<b>864,1</b>	<b>1 411,3</b>	<b>2 187,2</b>	<b>3 189,0</b>	<b>13,3%</b>
Kanada	17,4	38,0	68,0	109,6	160,3	9,2%
Mexikó	3,2	6,6	15,9	42,3	107,0	8,4%
<b>Óceánia/Ázsia</b>	<b>53,7</b>	<b>117,2</b>	<b>286,6</b>	<b>724,2</b>	<b>1 649,8</b>	<b>8,0%</b>
Japán	31,9	64,4	146,8	363,6	880,3	8,4%
Ausztrália	5,6	14,0	36,9	96,7	207,6	16,4%
Korea	5,6	14,1	39,3	100,5	205,7	16,4%
<b>Nyugat-Európa</b>	<b>87,4</b>	<b>194,8</b>	<b>422,1</b>	<b>853,3</b>	<b>1 533,2</b>	<b>6,0%</b>
Németország	20,6	46,4	102,0	211,1	386,5	6,5%
Anglia	17,2	38,5	83,2	165,6	288,8	7,1%
Franciaország	9,9	22,1	49,1	104,8	206,4	5,0%
Olaszország	7,2	15,6	33,8	71,4	142,4	4,3%
Hollandia	6,5	14,4	30,7	59,5	98,3	9,2%
<b>Latin-Amerika</b>	<b>3,6</b>	<b>6,8</b>	<b>13,7</b>	<b>31,8</b>	<b>81,8</b>	<b>2,4%</b>

Forrás: Forrester Research, 2001

1 Az elektronikus kereskedelem fejlődése, <http://www.ittk.hu/infiniit> 2002. 01. 10.

2 Just Numbers. Numbers on Internet use, electronic commerce, IT and related figures for the European Community, January, 2001, by Christopher Hobley. Published by the European Commission's Electronic Commerce Team (Information Society Directorate General)

Az IDC kutatócégnek a közelmúltban megjelentett felmérése szerint<sup>1</sup> 2002 végére több mint egy billió dollárt költenek el hálózaton az internet-használók. 2001-ben mintegy 600 milliárd dollár volt az e-kereskedelem összértéke, ami a 2000-es év után 68 százalékos növekedést jelentett. Az online vásárlások terén az USA áll az élen, a hálózaton elköltött pénzösszeg 40 százalékával.

2004-re az európai online forgalmat az előrejelzések mintegy 350 milliárd dollárra teszik, amelynek 1-2 százaléka lesz a magyar internetes piac.<sup>2</sup>

## **AZ ELEKTRONIKUS KERESKEDELEM JOGI HÁTTÉRÉNEK LEGFONTOSABB MOZZANATAI<sup>3</sup>**

1995-től beszélhetünk a „specifikus” szabályozási igény felismeréséről.<sup>4</sup> 1996-tól születtek meg az első a területet érintő jelentős nemzeti törvénykezési megoldások. A probléma globális voltának köszönhetően szinte ezzel egy időben merült fel a jogegyesítés igénye. A nemzetközi szervezetek<sup>5</sup> egyezményeket, javaslatokat, modelljogokat készítenek elő, hogy azok idővel a tagállamok jogának részévé váljanak.

Az elektronikus kereskedelem területén az EU szabályozásában a végrehajtás terén a nemzeti sajátosságoknak tág teret biztosító irányelvek dominálnak.

## **ÁTLÁTHATÓSÁGI DIREKTÍVA**

A Belső Piac, az egységes valuta és az EU közeljövőbeli bővítése jó alapot biztosítanak az e-kereske-

delem fejlesztésének. Az e-kereskedelem világos és kiszámítható jogi környezetet kíván meg.<sup>6</sup> 1999. augusztus 5-én lépett életbe az átláthatósági direktíva<sup>7</sup>, ami arra kötelezi a tagországokat, hogy tájékoztassák a Bizottságot az Információs Társadalom<sup>8</sup> érintő tervezett intézkedésekről. Így lényegében az EU előírja a Belső Piaccaal való kompatibilitást. Az irányelv a tagállamok számára olyan egységes elvi alapú jogszabályok megalkotását írja elő, amely a közösségi szintű elvekkel összhangban, de a nemzeti sajátosságok, hagyományok figyelembe vételével szabályozza az elektronikus információszolgáltatás végzésének feltételeit. Az Információs Társadalom határok nélküli, harmonikus működése érdekében az irányelv egyeztetési eljárást biztosít a tagállamok részére.<sup>9</sup>

Az elektronikus kereskedelem szabályozása Magyarországon „három lábon áll”: Egységes Hírközlési Törvény, Elektronikus Aláírás Törvény, Elektronikus Kereskedelmi Törvény. E három egymással szervesen összefüggő törvény együtt teremti meg az egységes szabályozást<sup>10</sup>. A Magyar Országgyűlés 2001. december 18-án fogadta el az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvényt. A törvény teljes mértékben európai normákon alapul, harmonizál a 2000/31 EK irányelvel<sup>11</sup>. Az elektronikus aláírásról szóló törvény szintén teljes mértékben összhangban van az európai uniós szabályozással. Az elektronikus aláírásokról szóló 1999/93/EK irányelvet 1999 december 13-án fogadta el az Európai Parlament és a Tanács.

1 IDC: 1 billió dolláros e-kereskedelem 2002-ben, <http://www.itk.hu/infinet>, 2002. 02. 21.

2 Az információs és kommunikációs technológia Magyarországon 1995–1999, Központi Statisztikai Hivatal, 2001

3 A munkámon belül nem foglalkozom többek között az elektronikus kereskedelmet érintő versenyjoggal, illetve szerzői jogi kérdésekkel.

4 E-kereskedelem, Szerk.: Zsuffa Ákos, Budapesti Kommunikációs Főiskola, Századvég Kiadó, 2002, 36. old.

5 Többek között a Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (OECD), az Egyesült Nemzetek Nemzetközi Kereskedelmi Jogi Bizottsága (UNICTRAL), az Egyesült Nemzetek Kereskedelmi és Fejlesztési Konferenciája (UNCTAD), a Világkereskedelmi Szervezet (WTO), a Szellemi Tulajdon Világszervezete (WIPO), a Nemzetközi Kereskedelmi Kamara (ICC).

6 Electronic Commerce: a challenge for Europe, <http://www.europa.eu.int/ISPO/ecommerce/answers/challenge.html>

7 98/48/EGK irányelv

8 Az irányelv nem használja az elektronikus kereskedelem kifejezést, hanem ehelyett az információs társadalmi szolgáltatás fogalmát vezet be. Az irányelv szerint az információs társadalmi szolgáltatások négy követelménye: a szolgáltatás ellenszolgáltatás fejében, távolban lévők között, elektronikus eszközök útján, a szolgáltatás igénybevevőjének egyéni kérésére történik

9 Kondricz Péter – Timár András: Az elektronikus kereskedelem jogi kérdései, KJK-Kerszöv Jogi és Üzleti Kiadó Kft, Budapest, 2000, 194. old.

10 Buruzs Tamás: Az elektronikus kereskedelmi törvény születése – IKB Jogszabály előkészítő Főosztály interjú, <http://e-ker.hu>

11 Az Európai Parlament és a Tanács 2000. június 8-i 2000/31/EK irányelve az információs társadalomhoz fűződő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem bizonyos jogi kérdéseiről a belső piacon. (Irányelv az elektronikus kereskedelemről.)

## TÁVOLLEVŐK KÖZÖTT KÖTÖTT SZERZŐDÉSEK

A telekommunikációs eszközök használatával megkötött szerződésekben a vevő jobban ki van téve bizonyos kockázatoknak.

Az elektronikus környezetben kötött szerződések két legfontosabb tulajdonsága az, hogy – távollevők közt kötik őket, tehát a felek személyesen nem lépnek kapcsolatba egymással, ráadásul az egymás közötti kommunikációjuk jellemzően a szerződés megkötésére szorítkozik (a kereskedő ajánlatának elfogadása). Hiányzik azonban az írásbeliség, a felek közötti megállapodásról nem készül okirat.<sup>1</sup>

A távollevők közötti szerződésekre az Európai Unió 1997-ben olyan irányelvet<sup>2</sup> fogadott el, amely azonosan kezeli a hagyományosnak mondható szerződéseket az online kiskereskedelem szerződéseivel.<sup>3</sup>

Ezen irányelv rendelkezéseit Magyarországon a fogyasztóvédelmi törvényre alapozva a távollevők között kötött szerződésekről szóló 17/1999. (II.5.) számú Kormányrendelet léptette hatályba. E jogszabály adja meg azokat a speciális szabályokat, amelyek a fogyasztóvédelem alapszabályainak tekinthető fogyasztóvédelmi törvény (1997. évi CLV. tv.) céljait hivatottak érvényesíteni a földrajzilag távol lévő szerződő felek viszonyában. A kormányrendelet tartalmi rendelkezései közül a legfontosabb szabály, hogy a fogyasztó az ilyen szerződésektől nyolc munkanapon belül elállhat, indoklás nélkül. Ha a gazdálkodó szervezet a fogyasztót e jogáról elmulasztotta tájékoztatni, a fogyasztó nyolc munkanap helyett három hónapon belül gyakorolhatja elállási jogát. Amennyiben a fogyasztó eláll a szerződéstől, a gazdálkodó szervezet köteles a kifizetett ellenértéket legkésőbb harminc napon belül visszaszolgáltatni, azonban az áru visszaszolgáltatásával kapcsolatos költség a fogyasztót terheli. Az internetes kereskedők csak ritkán teljesítik az erre vonatkozó tájékoztatási kötelezettségüket. A tájékoztatási kötelezettség a kereskedőt a szerződés megkötését megelőzően terheli. Pontos

és közérthető módon kell a fogyasztó tudomására hoznia saját azonosító adatait, a szerződés tárgyának lényeges tulajdonságait, az ellenszolgáltatást és a kapcsolódó költségek összegét, a fizetési és szállítási feltételeket, az elállási jogot.

## ELEKTRONIKUS AZONOSÍTÁS

Az elektronikus kereskedelem alappillérei, hogy az ügyletben résztvevő felek megfelelően és megbízhatóan azonosítva legyenek, illetve az üzeneteik tartalma pontosan és hitelesen álljon rendelkezésre (kriptográfia<sup>4</sup>).

A hitelesítés szabályozását az elektronikus aláírásról szóló irányelv tartalmazza. A Belső Piac információs társadalmi szolgáltatásainak, különösen az elektronikus kereskedelemnek bizonyos jogi vonatkozásairól, az Európai Parlament és Tanács 2000/31/EK irányelve alapján a tagállamoknak biztosítaniuk kell, hogy a szerződéses folyamat jogi kívánalmait ne gátolják az elektronikus szerződések hatékony használatát. Továbbá e jogi kívánalmak ne járjanak azzal a következménnyel, hogy az ilyen szerződések elektronikus megkötési módja miatt nem lesznek érvényesek. Az irányelv rendelkezései a hitelesítés közösségi megerősödését célozzák meg, a hitelesítési szolgáltatások és hitelesítési berendezések egységes piacának kialakításának segítségével.

A kriptográfia mai kérdése, hogy miként lehet egyrészt a magánéletben is biztosítani a biztonságos kommunikációt, másrészt a társadalom adott közhasználati jogosítványokkal rendelkező szervezetei számára hozzáférést a személyes közlésekhez. Ennek megoldására a következő jogi megoldások születtek: tiltják bizonyos bonyolultság felett a kódolók magánéleti használatát, a biztonsági szolgálatok részére „alkulcsokat” kell biztosítani, a biztonsági szolgálatok kérése alapján a bíróság vagy hatóság kötelezheti a felhasználókat, hogy adják át vagy a kulcsot vagy a dekódolt üzenetet. A leggyakoribb megoldás, hogy a kriptográfiai termékek civil használatát nem korlátozzák. A konkrét szabályokat illetően meg kell említeni a

1 Szilágyi Károly: Az elektronikus kereskedelem alapvető jogi szabályai, <http://www.jogiforum.hu>

2 Az Európai Parlamentnek és Tanácsnak a távolban kötött szerződések tekintetében a fogyasztók védelméről szóló 97/6/EK irányelve.

3 Mojzes Imre – Talyigás Judit: Elektronikus kereskedelem, Budapest, 2000, 183. old.

4 Kriptográfia: a digitális információk védelmének tudománya. A kriptográfiai módszerek alkalmazásával hármas célt valósítanak meg. 1. Titkosítás: az adatforgalom titkosítása azt biztosítja, hogy az adatokat feladójukon kívül csak a címzett tudja értelmezni. 2. Feladó azonosítás: ez a módszer a címzettnek ad lehetőséget arra, hogy ellenőrizze az adatok eredetét. A kriptográfiai azonosítás a való életben az aláírásnak felel meg. 3. Tartalomhitelesítés: a címzett ezzel a módszerrel képes megállapítani a kapott adatok eredetiségét, vagyis azt, hogy a fogadott információk megegyeznek-e az elküldött információkkal. Forrás: <http://www.prim.hu>, E-business szótár

katonai és kettős (polgári és katonai) felhasználású termékek exportjára vonatkozó Wassenaar-i Egyezményt, amelyet mint a COCOM utódegyezményét 1996 júliusában fogadták el. Az Egyezményhez több mint 30 fejlett ipari ország csatlakozott, az aláírók között a Magyar Köztársaság is szerepel. Célja, hogy a terroristákat is támogató, illetve egyéb szempontból veszélytényezőnek minősített államok ne juthassanak hozzá a felsorolt termékekhez. A kriptográfiai eszközök és berendezések, mint kettős felhasználású termékek exportját – bizonyos kivételektől eltekintve engedélykötelesnek tekintik. Nem kell engedély például a szellemi alkotásokat védő kriptográfiai termékekhez vagy a tömegtermékként forgalmazott szoftverekhez, hardverekhez.

Az OECD Tanácsa elfogadott egy ajánlást a „Kriptográfiai Szabályozási Irányelvekről” 1997 márciusában, azonban ezek az „alapelvek” semmilyen tényleges kötelezettséget nem írnak elő.

Az EU szervei számos alkalommal foglalkoztak a kriptográfia kérdésével. Az exportszabályokra vonatkozó rendelkezések egységes voltához az EU-nak már régóta jelentős érdeke fűződik. Ide sorolandó a Közösség Tanácsának 3381/94/EK számú rendelete, a 94/942/CFSP határozat, illetve a 1999/193/GASP számú határozat.

A COM (97) 503 számú dokumentum elfogadása jogilag nem kötelező, de a Bizottság fontos irányváltását jelezte, amelynek címe „A digitális aláírás és titkosítás európai szabályozási kereteinek kialakítása felé”. A hitelesítés szabályaihoz hasonlóan a titkosítással kapcsolatban is megerősíti azt az álláspontot, amely szerint a belső piac megerősödését hátráltatja, ha a kriptográfia nemzeti szabályozásában a tagállamok közötti jelentős különbségek továbbra is fennmaradnak.

Magyarország kriptográfiai szabályainak alapját a nemzetbiztonsági szolgálatokról szóló törvény (1995. évi CXXV. törvény), illetve a rejtjeltevékenységről szóló kormányrendelet (1995. évi CXXV. törvény 77.§ alapján a 43/1994. [III. 29.] Korm. rendelet) jelenti. A rejtjelező eszközök polgári felhasználást illetően a hazai szabályozás liberális.<sup>1</sup>

## FOGYASZTÓVÉDELEM

Az Európai Unióban az elektronikus kereskedelemben specifikus fogyasztóvédelmi rendelkezéseket maguk az elektronikus kereskedelemmel kapcsolatos jogszabályok<sup>2</sup> tartalmazzák. Az e-kereskedelemben a fogyasztóvédelmére külön jogszabály nincs.<sup>3</sup>

Az elektronikus kereskedelem természeténél fogva globális. A felelősségi szabályokra hagyományosan a „lex loci delicti commissi” elvét alkalmazzák a legtöbbször, azaz a károkozó cselekmény elkövetésének helye mutatja meg, hogy mely ország jogát kell a bíróságnak alkalmaznia az adott jogvitára.

A joghatóság nemzetközi egységesítésében Magyarország számára legnagyobb jelentőségű a Lugano-i Egyezmény (1988), amihez hazánk 1997-ben csatlakozott. Ezen Egyezmény rendelkezései nagyrészt megegyeznek az EK-tagállamok kötötte Brüsszeli Egyezmény (1968) hasonló szakaszaival. 2002. március 3-tól lépett életbe a Brüsszeli Konvencióról szóló szabályozás, amelyik a joghatóság kérdését rendezte 1968 óta. A Konvenció hatályát kiterjesztették az interneten foganatosított jogügyletekre is.

Miután a bíróság megállapítja, hogy az adott ügyben eljárhat, arról dönt, hogy az adott, külföldi elemet tartalmazó tényállást mely nemzet joga szerint kell megítélnie. Az EU és a társult államok szempontjából ezen a területen a szerződésekre irányadó jog meghatározásáról szóló Római Egyezmény (1980) a legjelentősebb. A szerződésekre irányadó joggal kapcsolatban ma már a legtöbb országban elfogadott alapelv, hogy a felek szabadsága arra is kiterjed, hogy bizonyos keretek között maguk döntsenek a kötelmi jogviszonyukra irányadó jogról, akár a szerződéskötéssel egy időben, akár később. Az e-kereskedelemben ez a fajta jogválasztás üzleti szükségszerűség.

Jogválasztás hiányában a nemzeti kollíziós jogok általában szerződéstípusok szerinti felosztásban mondják meg, hogy mi a releváns kapcsolóelv, vagy pedig általános elvek szerint kell a bíróságnak döntenie. Így pl. a Római Egyezmény (1980) szabályai szerint ez a szerződéssel legszorosabb kapcsolatban álló ország joga, ami az esetek többségében an-

<sup>1</sup> Mojzes Imre – Talyigás Judit: Elektronikus kereskedelem, Budapest, 2000, 154. old.

<sup>2</sup> Így többek között az elektronikus kereskedelemről szóló 2000/31/EK irányelv, a távollevők közötti szerződésekről szóló 97/7/EK irányelv, a fogyasztói érdekek védelméről szóló 98/27/EK irányelv, a tisztességtelen fogyasztói szerződések tilalmáról szóló 93/13/EGK irányelv.

<sup>3</sup> Kondricz Péter – Tímár András: Az elektronikus kereskedelem jogi kérdései, KJK-Kerszöv Jogi és Üzleti Kiadó Kft, Budapest, 2000, 146. old.

nak a félnek a joga, aki a szerződés jellemző szolgáltatását nyújtja.<sup>1</sup>

Magyarországon mind a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség, mind az Országos Fogyasztóvédelmi Egyesület több éve foglalkozik az interneten keresztül vásároló fogyasztók védelmével.<sup>2</sup>

## ADATVÉDELEM

Az adatvédelmi rendelkezések a digitális kereskedelemmel összefüggő jogi rendelkezések alapkövét jelentik. Magyarországon az adatvédelmi normákat a személyes adatok védelméről és a közérdekű adatok nyilvánosságáról szóló 1992. évi LXIII. tv. határozza meg (röviden: adatvédelmi törvény). E jogszabály az e-commerce tekintetében releváns fejezetei a személyes adatok védelmével és kezelésével kapcsolatban tartalmazznak előírásokat. Céljuk, hogy biztosítsák az egyének személyes adataikkal kapcsolatos önrendelkezési jogát, megvédjék őket a rájuk vonatkozó információkkal való visszaéléstől. Jelentőségére rávilágít az a körülmény, hogy gyakorlatilag minden úgynevezett „online regisztráció” során személyes adatok kerülnek a weboldal fenntartójának kezelésébe, aki ezen adatok megszerzésétől fogva köteles a törvényi előírásoknak megfelelő gondossággal kezelni és védeni ezeket.<sup>3</sup> A magyar adatvédelmi jog az európai modellt követi. Az Európai Bizottság 2000 nyarán hozott döntése szerint a magyar adatvédelmi jog előírásai „megfelelőek” az EU-irányelv<sup>4</sup> rendelkezéseinek alkalmazásában.<sup>5</sup>

Az elektronikus kereskedelmi szerződések (csomagküldő tevékenységet feltételezve) teljesítésének időbeli elhúzódása miatt szükségessé válik a vásárlókra vonatkozó adatok hosszú távú tárolása, amely a napjainkban szem előtt tartott célszerűségi és marketing szempontok miatt jellemzően a teljesítésen túl is fennmarad. E körülmény az adatvédelmi szabályok fokozott körültekintéssel történő alkalmazását indokolja.<sup>6</sup>

A magyar jogszabályozás előtt álló további kérdések közé tartoznak: az informatikai biztonság, a digitális archiválás és elektronikus iratkezelés, valamint az EU jogharmonizáció által létrehozandó feladatok, mint a fogyasztói mintaszabályzat kialakítása, a fogyasztói békéltető testületek létrejötte az elektronikus ügyintézésben, valamint ezek nemzetközi szintű együttműködése.<sup>7</sup>

## ÁLLAMI SZEREPVÁLLALÁS

Bár az információs technológia és hasznosítása leginkább az USA-ban terjedt el, az EU országai egyre nagyobb erőfeszítéseket tesznek lemaradásuk behozására. Az üzleti szférán kívül elengedhetetlen az állami szerepvállalás mielőbbi realizálása.

Az Európai Unió minden tagországa aktív részese az elektronikus kereskedelem fejlesztésének. Vizsgáljuk meg az EU néhány tagállamának példáján az állami szerepvállalást<sup>8</sup>:

## EGYESÜLT KIRÁLYSÁG

Az Egyesült Királyság kormánya az információs telekommunikációs technológiák gyors elterjesztésében, az ország vállalkozóinak az alkalmazásában és fejlesztésében történő támogatásában látja a lehetőséget, hogy az ország ismét vezető ipari hatalommá váljon. Ezzel összhangban a kormány 1999-ben elfogadta az *e-commerce@its.best.uk* programot, amelynek célja, hogy az országban legyen a világon a legjobb környezet az e-kereskedelem számára. Az Egyesült Királyság számára jelentős előnyt jelent, hogy a web nyelve az angol.

A különböző tárcák e-kereskedelemhez kapcsolódó tevékenységét a Miniszterelnöki Hivatalban hangoztatják össze. A kormány feladatákként határozta meg a következőket: biztosítja, hogy minél többen rendelkezzenek a megfelelő eszközökkel és a hálózatok

1 Mojzes Imre – Talyigás Judit: Elektronikus kereskedelem, Budapest, 2000, 179. old.

2 További információ a <http://www.ofe.hu>, <http://www.fvf.hu>

3 Szilágyi Károly: Az elektronikus kereskedelem alapvető jogi szabályai, [www.jogiforum.hu](http://www.jogiforum.hu)

4 Az Európai Parlament és Tanács 95/46/EC számú irányelve az egyének a személyes adatok feldolgozásával kapcsolatos védelméről és ezeknek az adatoknak a szabad áramlásáról.

5 E-kereskedelem, Szerk.: Zsuffa Ákos, Budapesti Kommunikációs Főiskola, Századvég Kiadó, 2002, 59. old.

6 Szilágyi Károly: Az elektronikus kereskedelem alapvető jogi szabályai, [www.jogiforum.hu](http://www.jogiforum.hu)

7 Buruzs Tamás: Az elektronikus kereskedelmi törvény születése – IKB Jogszabály előkészítő Főosztály interjú, <http://e-ker.hu>

8 Az infokommunikáció kormányzati irányításának nemzetközi tapasztalatai c. tanulmány, Bp, 2000, készült a MeH megbízásából, készítette: Kopint Datorg

mindenkit elérjenek. Erősíti a gazdaság szereplőinek bizalmát az e-kereskedelem jövőjében. Megteremti a biztonságos e-kereskedelem feltételrendszerét.

## ÍRORSZÁG

Írország szintén kiemelkedő szerepet kíván játszani az e-kereskedelemben.

1999-ben az ír kormány és az EU közösen meghirdetett akciótervében lehetővé tette a cégek számára, hogy az elektronikus kereskedelmük megteremtéséhez szükséges feltételek, infrastruktúrák, alkalmazói tudás egy részét pályázati úton elnyert támogatásból biztosítsák.

A kormány támogatja azt az elképzelést, hogy a termelés teljes folyamatát a beszerzéstől az értékesítésig elektronikusan lehessen megvalósítani. Kiemelt cél a távoli, elmaradott térségek bekapcsolása az e-gazdaságba, kihasználva a tér szerepének a csökkenését.

## NÉMETORSZÁG

Németországban az e-kereskedelem az információs társadalom fejlesztési projektjei között foglal helyet és elterjedését kormányzati támogatás formájában elsősorban a kis- és középvállalatok és a kézműipar területén szorgalmazzák. E célból regionális ügynökségeket hoztak létre.

Az 1997. évi az „Információs és kommunikációs szolgáltatásokról” és a „Médiaszolgáltatásokról” szóló törvények alapján a szolgáltatók felelősek az adatvédelem, az elektronikus kereskedelem és az elektronikus közigazgatás területén alkalmazandó digitális aláírásért és a fiatalok védelméért.

## FRANCIAORSZÁG

Nyugat-európai viszonylatban alacsony az internet elterjedtsége Franciaországban és arányaiban nagyon magas a kisvállalkozások száma. Ezek a tényezők kedvezőtlenül hatnak az elektronikus kereskedelem fejlesztésére, terjedésére. Az Egyesült Királysággal ellentétben Franciaország esetében sajtós és a határokat átvéelő e-kereskedelem szem-

pontjából akadályozó tényező a francia nyelv és kultúra kiemelt védelme.

Franciaországban az e-gazdaság kialakításában meghatározó a kormány szerepe, programjaiban ösztönzi az elektronikus kereskedelem elterjesztését. A kidolgozott terv a következő területekre terjed ki: a szerződéseket érintő jogszabályok, adózás, fizetési rendszerek biztonsága, közszolgáltatások szerepe az elektronikus kereskedelemben, fogyasztóvédelem.

## MAGYARORSZÁGI HELYZET

Magyarország hátrányban van az információs korszak vezető hatalmaihoz képest. Bár Magyarország GDP-jének növekedése, és ezen belül az infokommunikációs piac bővülése az átlagos európai ütemnél magasabb, a technológiai és gazdasági fejlettség, az alkalmazások részarányát, a piaci környezetet, az információs társadalomra való felkészültséget, az internet-hozzáférés és -használat mutatóit, valamint az elektronikus üzletvitel megoldásait tekintve lemaradásunk az EU átlaghoz képest még mindig jelentősnek mondható.<sup>1</sup>

Miután az infokommunikációs szektorban jelentős fejlődést ért el a gazdaság, Magyarország a kilencvenes évek közepén kényszerült arra, hogy a spontán fejlődés és a külső kényszerítő erők tényével szembe nézve nemzeti stratégiát alkosson az információs társadalomba való átmenet segítésére.<sup>2</sup> A legsürgősebb külső tényező hazánknak az Európai Unióhoz való csatlakozási szándékából adódik.

2000-ben létrejött az Informatikai Kormánybiztoság, amely intézmény központi szerepet kapott az információs társadalmi, elektronikus kereskedelmi feladatok terén.

A 100/2000. (VI. 23.) Korm. rendelet<sup>3</sup> kijelenti, hogy a Kormány az információs társadalom kialakítását Magyarország versenyképessége szempontjából kulcsfontosságúnak tekinti, s ezért közvetlen kormányzati feladattá minősíti az információs társadalom megvalósítását szolgáló, a közigazgatási, a gazdasági és a civil szervezetek közötti együttműködés segítését és támogatását. Ennek érdekében szükségesnek tartja a gazdaság fokozottabb szerepvállalásához az egyér-

1 Nemzeti Információs Társadalom Stratégia 1.0 verzió, 2001. május 17. Készítette a Miniszterelnöki Hivatal Informatikai Kormánybiztosága

2 E-kereskedelem, Szerk.: Zsuffa Ákos, Budapesti Kommunikációs Főiskola, Századvég Kiadó, 2002, 51. old.

3 100/2000. (VI.23.) Korm. rendelet az információs társadalom megvalósításával összefüggő feladatokról, az informatikai kormánybiztos feladat- és hatásköréről



telmű szabályrendszer, valamint a közigazgatásból átadható feladatok meghatározását és az elektronikus kereskedelem terjedését.

A Miniszterelnöki Hivatal 2001. május 17-én nyilvánosságra hozta a magyar nemzeti információs társadalom stratégia 1.0 változatát<sup>1</sup>, amely kulcsterületeket és fő célkitűzéseket, továbblépési irányokat jelöl meg. A stratégia készítői kiemelt figyelmet fordítottak az EU-konformitásra. Évenkénti rendszerességgel újabb verzió lesz irányadó. A stratégia megjegyzi: bár a magyar gazdaságban beindultak az elektronikus kereskedelem rendszerei, az „e-gazdaság” fejlettségi szintje és elterjedtsége a vállalkozások körében még meglehetősen alacsony. Az elektronikus kereskedelem volumene (itt a B2B-t vizsgáljuk, tekintettel arra, hogy a B2C napjainkban elenyésző nagyságú) és a GDP közötti arányt megvizsgálva megállapíthatjuk, hogy Magyarország az eltelt 1999–2000 években mutatott gyors növekedési ütem ellenére jelentős hátrányban van Európa fejlettebb részéhez képest.

A stratégia kidolgozásának és fejlesztésének szükségességét a Széchenyi terv is megfogalmazta, amelynek keretében külön fejezetet nyitottak az információs és gazdasági fejlesztésnek. A 2001–2002. évre 40 milliárd forint állt rendelkezésre a célok megvalósításához. Ilyen intézkedések többek között a változatos és gazdag tartalomszolgáltatás kialakítása, regionális hálózatok létrehozása, az intelligens kártyák (az un. „smart card”-ok) elterjesztése, az elektronikus kereskedelmet érintő jogszabályok folyamatos felülvizsgálata. A jogszabályi háttér alapvető feltétele az elektronikus kereskedelem elterjedésének és továbbfejlesztésének az információs társadalom- és gazdaságfejlesztési programjában számba venni e feladat megoldását is. Az információs gazdaság fejlesztése a Széchenyi Terv további alprogramjaiban is kiemelt szerepet kapott. Így a vállalkozás-erősítő programban, a kutatás-fejlesztési és innovációs programban, a turizmusfejlesztési programban, a regionális gazdaságépítési programban.

A GKI Gazdaságkutató Rt., a Webigen Rt. és a Sun Microsystems Magyarország 2001 utolsó negyedében végzett felmérése azt mutatta, hogy a cégek véleménye szerint az állam leginkább vissza nem térítendő állami támogatással, beruházási adókedvezményekkel, valamint kamatmentes és innovációs hitelekkel segíthetné elő az internetgazdaság fejlődését.<sup>2</sup>

A határokat nem ismerő elektronikus kereskedelem szempontjából hazánk számára előnyt jelent, hogy a magyar gazdaság Kelet-Közép-Európában messze a legnyitottabb.<sup>3</sup>

## AZ ELEKTRONIKUS KERESKEDELEM HELYE AZ EURÓPAI UNIÓ INFORMÁCIÓS TÁRSADALMÁBAN

Az Információs Társadalom eszméje az Európai Unióban fogalmazódott meg. Az EU napjainkban tudatos, átfogó – jogilag és gazdaságilag megalapozott – politikát valósít meg az Információs Társadalom kiépítése érdekében. Az e-kereskedelem az Információs Társadalom egyik legfontosabb pillére.

## AZ INFORMÁCIÓS TÁRSADALOM KIÉPÍTÉSÉNEK RÖVID TÖRTÉNETE<sup>4</sup>

Az Európai Közösség az információs társadalom problémájának sürgető mivoltával a kilencvenes évek elején szembesült.

Az Európa Tanács 1993-ban létrehozott egy szakmai kiválóságokból álló csoportot, amelynek élén Martin Bangemann, az Európa Bizottság alelnöke állt. A csoport feladata az volt, hogy mérje fel milyen

A B2B kereskedelem volumene és a GDP közötti arány

	1997	1998	1999	2000	2001*	2002*	2003*
Egyesült Királyság	0,00%	0,08%	0,37%	0,76%	1,44%	2,71%	6,00%
Németország	0,00%	0,06%	0,27%	0,82%	1,56%	2,94%	5,77%
Magyarország	0,00%	0,00%	0,00%	0,02%	0,04%	0,08%	0,23%

\*Becsült adat

Forrás: Financial Times, IDC, Carnation Research

1 Nemzeti Informatikai Stratégia (NIS)

2 Pánczél Gábor: „Jelentés az internetgazdaságról – a kereskedelmi szektor, <http://www-e-gazdasag.hu>, 2002. 03. 04.

3 A megállapítás az ENSZ Kereskedelmi és Fejlesztési Konferenciája (UNCTAD) által megjelentetett Nemzetközi beruházási jelentése 2000 című kiadványában olvasható. Gazdasági összefoglaló 2000. 10. 2–7. <http://www.meh.hu>

4 Kondricz Péter – Timár András: Az elektronikus kereskedelem jogi kérdései, KJK-Kerszöv Jogi és Üzleti Kiadó Kft, Budapest, 2000, 24–41. old.

intézkedések szükségesek mind a Közösség, mind a tagállamok részéről a fejlett informatikai infrastruktúra kiépítésére. Ekkor alkották meg az Információs Társadalom fogalmát, és meghatározták az annak létrehozásához szükséges intézkedési rendszer alapjait. Az 1994. június 24–25-én Korfuban megtartott találkozón az Európa Tanács az „Európa és a globális Információs Társadalom” c. jelentésében elfogadta a Bangemann Csoport által felvázolt koncepciót.

A jelentés abból a felismerésből indul ki, hogy az információs és kommunikációs technológia mind jelentőségében, mind hosszú távú hatásában ugyanolyan ipari forradalmat gerjeszt az egész világon, mint a XVIII–XIX. században lezajlott ipari forradalom. A forradalom hajtóerejét az információ képezi. A technológiai fejlődés lehetővé teszi az információ – verbális, vizuális vagy írott formában történő – közlését, feldolgozását, tárolását időbeli, térbeli és mennyiségbeli korlátozás nélkül.

A Bangemann Jelentés azon a meggyőződésen alapszik, hogy az Európai Bizottság által a „Növekedés, a versenyképesség és foglalkoztatás: a XXI. Századba való belépés kihívásai és menete” címmel kiadott Fehér Könyv céljait megvalósítsa. A Fehér Könyv hangsúlyozza az Információs Társadalom felé haladás fontosságát az európai társadalom jövője szempontjából. Aláhúzza a pán-európai információs infrastruktúra létrehozásának fontosságát és sürgőségét, ezzel is elősegítve az európai gazdasági növekedés és versenyképesség újraélesztését, valamint új piacok és munkahelyek megteremtését.

Azok az államok, amelyek elsőnek lépnek be az Információs Társadalomba, jelentős előnyre tesznek, míg azok, amelyek nem tulajdonítanak fontosságot neki, évtizedekkel lemaradhatnak. A lemaradás egyetlen jelenthet az üzleti befektetések hanyatlásával és a munkanélküliség emelkedésével.

1994. július 19-én az Európa Tanács felkérésére a Bizottság előterjesztette az „Európa útja az Információs Társadalomba, cselekvési terv” c. közleményét. A cselekvési terv egy általános keret, melyben az Információs Társadalommal kapcsolatos, különböző területeken végzett tevékenységet rendszerbe foglalják, hogy egymást erősítsék.

1994-ben állították fel az Információs Társadalom Projekt Irodáját (ISPO) az Információs Társadalom

terén végzett magán és állami tevékenységek támogatása, segítése, orientálása érdekében.

1995. február 25–26-án Brüsszelben tartották meg az Információs Társadalomról szóló miniszteri Konferenciát, amelyen a G7 országok miniszterei és az EU Bizottság tagjai jelentek meg. Határozatukban nyolc elvet soroltak fel az új számítógépes, telekommunikációs médiahálózatok támogatása, fejlesztése érdekében. Továbbá megjelöltek 11 nemzetközi próbaprojektet, amelyek célja az Információs Társadalom lehetőségeinek bemutatása és fejlődésének elősegítése.

Az Európai Bizottság által 1996 júliusában elfogadott „Élet és munka az Információs Társadalomban: hangsúly az embereken” c. Zöld Könyve azt vizsgálja, hogy az információs és kommunikációs technológia (ICT) hogyan alakítja át a termelést, a munkaszervezést és az emberek életét.

1996-ban a „Korfutól Dublinig – Az új, előtérbe kerülő prioritások” c. közleményben az EU Információs Társadalommal kapcsolatos stratégiája második szakaszának elindításaként bejelentettek egy felülvizsgált és átdolgozott cselekvési tervet, ami a tagállamok intézkedéseikhez képest kiegészítő jellegű közösségi tevékenységekkel foglalkozik.

1997 decemberében a Bizottság elfogadta a „Telekommunikáció, a média és az információtechnológia közös fejlődési tendenciái, konvergenciája” című Zöld Könyvet, melynek célja egy európai szintű vita megindítása az elektronikus média új generációjának szabályozásáról. Az EU-nak szüksége van megfelelő szabályozási keretekre a konvergencia előnyeinek maximalizálására, többek között a fogyasztói választék területén.

Az Ötödik Kutatási Keretprogram keretében (1998–2002) az Európai Bizottság Információs Társadalmi Főigazgatósága vezeti az Információs Társadalmi Technológiák (IST) Programot, amely a témakörben korábban elindított programokat fogja össze és fejleszti tovább, hogy egy egységes program jöjjön létre, amely magába foglalja az információfeldolgozást, a kommunikációt és a média közös fejlődési tendenciáit.

## eEUROPE<sup>1</sup>

1999 januárjában elfogadták az „Állami szektorból származó információk – kulcsfontosságú erőforrás

1 [http://europa.eu.int/comm/information\\_society/eeurope/documentation/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/information_society/eeurope/documentation/index_en.htm)

Európa számára” c. Zöld Könyvet. Célja a kormányzati szerveknél és más közigazgatási intézményeknél összegyűlt információk hasznosíthatósága a polgárok és az európai üzleti élet számára. Például: sokan szeretnék teljes információt a határokon átnyúló beszerzésekkel kapcsolatos adószabályokról. Az üzleti szféra versenyképessége növekedne, ha a gazdálkodó szervezetek könnyen és gyorsan juthatnának hozzá más országokba történő exportra vonatkozó szabályokkal, eljárásokkal kapcsolatos információkhoz. A hozzáférés technikai, jogi feltételei, eljárásai tagállamokként különböznek és nincsenek összhangban.

1999. december 8-ára az Európai Bizottság elkészítette az „eEurope – Információs Társadalom mindenkinek” c. kezdeményezését az „online Európa” kialakítása céljából. E kezdeményezést a Bizottság 2000 januárjában kiegészítette a „Munkahely-stratégiák az Információs Társadalomban” c. közleménnyel. A gazdaságpolitikai kontextust gazdaságpolitikai irányelvek jelentik, hangsúlyozva a jól működő tőkepiacok iránti igényt és az újításnak kedvező nagyobb versenyt a termékek piacán. Az új gazdasági és társadalmi kihívás elemzései számba vették a digitális globális gazdaság hatásait és megjelölték az európai válaszok főbb irányait.

Az eEurope c. dokumentumot alapul véve határozták meg az Európai Tanács lisszaboni közgyűlésén

(2000. március 23–24.) az Európai Unió következő évtizedre szóló gazdasági és társadalmi céljait. E stratégiai célkitűzés szerint a következő évtizedben Európának az egész világon a legdinamikusabb és legversenyképesebb gazdaságává kell válnia. A lisszaboni csúcstalálkozón az Európai Unió tagállamainak állam- és kormányfői az eEurope előmozdítására tettek ígéretet.<sup>1</sup>

Az eEurope egy olyan politikai kezdeményezés, amely az Információs Társadalommal járó globális

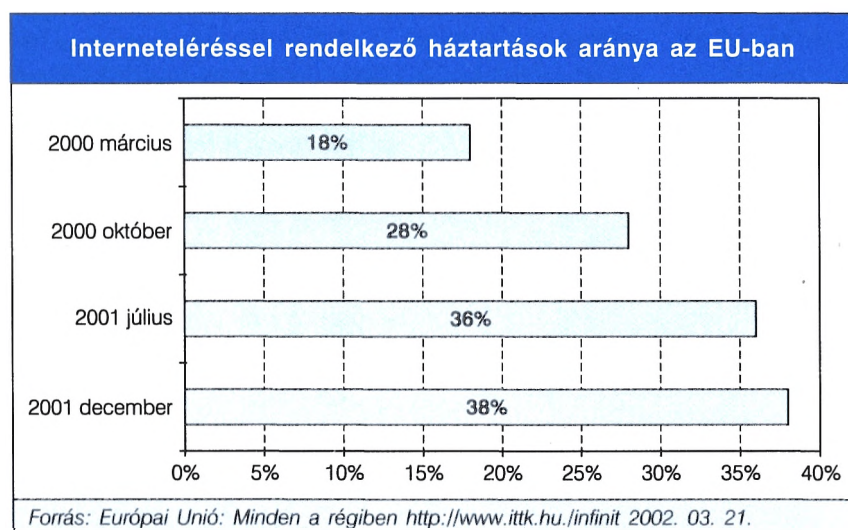
*„Az eEurope egy olyan politikai kezdeményezés, amely az Információs Társadalommal járó globális változásoknak az EU részére történő teljes kihasználását célozza meg.”*

változásoknak az EU részére történő teljes kihasználását célozza meg. Az ipari forradalom óta a legnagyobb változások zajlanak napjainkban. Ezen változások nemcsak a technológiát érintik, hanem az élet minden területére kihatnak. Európa csak részben használja ki a lehetőségeit, mivel nem elég gyorsan áll át a digitális korszakra. Ezen kíván változtatni az eEurope politikai kezdeményezése. A változások az Unió számára gazdasági és szociális kihívásokat jelentenek.

Az USA példája bizonyítja, hogy az új technológiák elősegítik a gazdasági növekedést és munkahelyeket teremtenek.

Az eEurope célja, hogy az EU pozitív változásait felgyorsítsa, és minden állampolgára élvezhesse az Információs Társadalom előnyeit. Az új gazdaság sikere attól függ, hogy a felhasználók képesek lesznek-e a kínálkozó lehetőségekkel élni. Meg kell említenünk az eEurope kezdeményezésnek az egyik legfontosabb célját, nevezetesen azt hogy az Unió minden állampolgárának legyen internet-hozzáférése.

A digitális technológia, így az elektronikus kereskedelem fejlődését többek között a következők



1 Komenczi Bertalan, Elektronikus Európa – az Európai Unió akciótérve 2002-ig, <http://www.oki.hu/cikk.asp?Kod=2000-09-eu-Komenczi-Elektronikus.html>

akadályozzák: az internethez és az e-kereskedelelemhez való hozzáférés általában drága, bizonytalan és lassú. A vállalkozói kultúra nem elég dinamikus és szolgáltatóbarát. A közszféra nem mozdítja elő eléggé az alkalmazások és a szolgáltatások fejlesztését.

A lisszaboni Európa Tanács e-kereskedelmet érintő célkitűzései a következők: a Bizottságnak és az Európai Parlamentnek 2000 végéig el kell fogadnia a folyamatban lévő, elektronikus kereskedelmet szabályozó jogszabályokat. A tagállamoknak 2001 végéig törvényt kell alkotniuk az elektronikus kereskedelemről.

A Bizottságnak és a Tanácsnak át kell gondolnia, hogyan szerezze meg a vásárlók bizalmát az elektronikus kereskedelem iránt, különösen a vitás kérdések rendezésének alternatív megoldásain keresztül.

A Bizottságnak, a Tanácsnak és a tagállamoknak gondoskodniuk kell arról, hogy 2003 végére lehetővé váljék a közösségi és kormány szintű online közbeszerzés.

A tagállamoknak és a Bizottságnak intézkedéseket kell tenniük, hogy a KKV-k számára a digitális megoldások alkalmazása lehetővé váljon.

A Lisszabonban meghirdetett eEurope kezdeményezés 10 fő cselekvési pontjából a harmadik foglalkozik az elektronikus kereskedelemmel. E területen belül a dokumentum célul tűzi ki, hogy az Unió elektronikus kereskedelmének forgalma 2003-ra érje el a 340 milliárd eurót.<sup>1</sup> Az USA-ban az e-kereskedelemből származó bevételeket illetően az említett nagyságrend háromszorosával lehet számolni. Európa azonban több kulcsfontosságú területen van jó pozícióban, mint például biztonsági és titkosítási technológiák, vagy az elektronikus bankszolgáltatásban. Az Euróának az elektronikus tranzakciókban történő széleskörű használata jelentősen hozzájárulhat az európai elektronikus piac létrejöttéhez. Az európai piac továbbfejlesztéséhez szükség van a felhasználók bizalmának megnyerésére és arra, hogy értékes, használható tartalom álljon rendelkezésre.

A kitűzött cél elérése érdekében a kormányfők felkérték a Tanácsot és a Bizottságot, hogy a Tanács júniusi ülésére kidolgozza az eEurope Akciótervet<sup>2</sup>, ezáltal meghatározza a lisszaboni Európa Tanács célkitűzéseinek eléréséhez szükséges teendőket.

## EEUROPE AKCIÓTERV<sup>3</sup>

A Bizottság az elkészült eEurope Akciótervet<sup>4</sup> 2000. június 19–20-án a portugáliai Feirában tartott tanácskozáson fogadták el. Az Európai Bizottság Információs Társadalom témakörben felelős tagja, a finn Erkki Liikanen szerint a program legfontosabb célkitűzése annak elősegítése, hogy „Európa teljes körű hasznélvezője legyen azoknak a gazdasági és társadalmi előnyöknek, amelyek az internet és a kapcsolódó digitális technológiák felhasználásából nyerhetők.”<sup>5</sup>

A dokumentum az EU tagállamok számára jól körülhatárolt célokat, meghatározott legfontosabb teendőket határoz meg 2002-ig. Az akcióterv a teendőket három fő célkitűzés köré csoportosítja: olcsóbb, gyorsabb, biztonságos internet-hozzáférés; a befektetés tárgya: emberek és készségek; az internet használatának ösztönzése. A harmadik célkitűzés a) pontja tartalmazza az elektronikus kereskedelem felgyorsításának feladatát.

Az akcióterv a megoldásokra összpontosít, mit kell tenni, kinek és mikor. Az eEurope céljait háromféleképpen kívánják megvalósítani: a megfelelő jogszabályi környezet kialakításával; az új infrastruktúra és szolgáltatások Európa-szerte történő támogatásával; a koordináció és a benchmarking nyílt módszereinek alkalmazásával.

Az akcióterv kulcsfontosságú dátumaként 2002-t jelölték meg. A dokumentumban megfogalmazottak szerint: ha Európa nem képes a gyors változást biztosítani, nem marad idő az ambiciózus lisszaboni célkitűzések teljesítésére, annak ellenére, hogy 2002 utánra is maradnak még megoldásra váró feladatok.

1 1999-ben 17 milliárd eurót tett ki az elektronikus kereskedelmi forgalom.

2 Az Akcióterv alapjai: az eEuropa kezdeményezés, a „Kommunikációs stratégiák az információs társadalmi munkahelyeiért” közlemény és a nemzeti kezdeményezések benchmarkingja

3 eEurope 2002. An Information Society For All. Action Plan. Prepared by the Council and the European Commission for the Feira European Council, 19–20 June 2000, [http://europa.eu.int/comm/information\\_society/europe/actionplan/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/information_society/europe/actionplan/index_en.htm)

4 Komenczi Bertalan, Elektronikus Európa – az Európai Unió akcióterve 2002-ig, <http://www.oki.hu/cikk.asp?Kod=2000-09-eu-Komenczi-Elektronikus.html>,  
Forrás: <http://europa.eu.int/council/off/conclu/june2000/index.htm>

5 Komenczi Bertalan, Elektronikus Európa – az Európai Unió akcióterve 2002-ig, <http://www.oki.hu/cikk.asp?Kod=2000-09-eu-Komenczi-Elektronikus.html>,  
Forrás: [http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/questen.ksh?p\\_action.gettxt=gt&doc=IP/00/](http://europa.eu.int/rapid/start/cgi/questen.ksh?p_action.gettxt=gt&doc=IP/00/)

Az eEurope globális szintű, az Információs Társadalmat érintő politika kialakításához is hozzájárul, így a G8, az OECD és a WTO fórumain az összeurópai szempontok érvényesítésével. Az elektronikus kereskedelmet kiemelve az Akcióterv megjegyzi, hogy e területen a kormányok és a privátszféra együttműködése globális szinten prioritásban részesül, elsősorban a szabályok közös kialakításában és fejlesztésében.

Az Információs Társadalom stratégiájában legfőbb prioritások között a nagysebességű, olcsó Európai Információs Hálózat, a Transzeurópai gerinchálózat megteremtését jelölték meg, hangsúlyozva az európai és amerikai adatátviteli szolgáltatások közötti botrányos és fenyegető árkülönbséget, amely Európa digitális gazdasága számára a fejlődés gátját jelenti.<sup>1</sup>

Az Akcióterv első célkitűzésében<sup>2</sup> megfogalmazottakat figyelembe véve az elektronikus kereskedelem

fejlődése szempontjából a következőket emelem ki: egyik megvalósítandó cél, hogy elérhető áron nagysebességű internet-hozzáférés álljon rendelkezésre. Miután az Unió számára létfontosságú, hogy távoli vagy kevésbé fejlett területeken élő állampolgároknak is ugyanolyan hozzáférésük legyen az új távközlési hálózathoz, a regionális fejlesztési tervek kiemelt területet képviselnek.

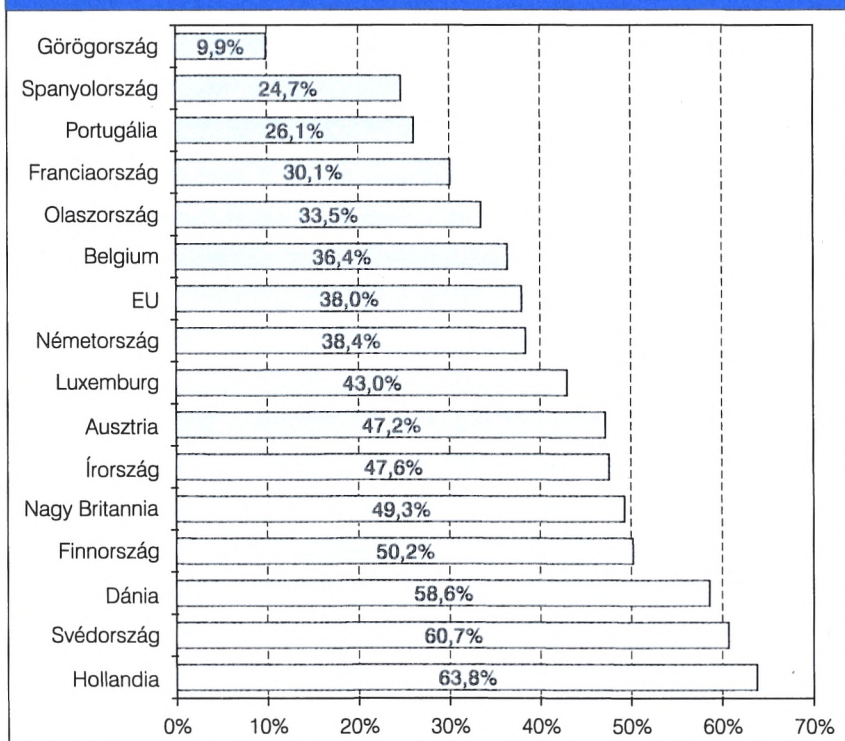
További kiemelt területek, amelyeket az e-kereskedelem szempontjából meg kell említenünk: a könnyebben elérhető internet-biztonsági megoldások, az internetes bűnözés elleni harc jobb összehangolása, illetve az intelligens kártyákat<sup>3</sup> használó elektronikus szolgáltatások biztonságának javítása.

Az elektronikus kereskedelem felgyorsításával a harmadik célkitűzés a) pontja foglalkozik. Mivel a B2B kereskedelem az EU-n belül dinamikusan fejlődik<sup>4</sup>, az Akcióterv nem fogalmaz meg erre vonatkozó feladatokat. Kiemeli azonban annak fontosságát, hogy a kis- és középvállalatok ne maradjanak le ebben a folyamatban és az országhatárokon túl is aktívak maradjanak.

A B2C kereskedelemben lassabb a növekedés, ezért e terület feladatok elé állítja a szabályozást. A dokumentum megállapítja, hogy továbbra is eltérések vannak a tagállamok jogrendszerében, amely nehézségeket okoz a vállalatoknak, elsősorban az EU egész területén működő kis- és középvállalkozásoknak (KKV). Az Akcióterv feladatokat határoz meg a KKV-ok elektronikus kereskedelmi politikája kidolgozásának segítésére és digitális átalakulásra való ösztönzésére.

Emellett hangsúlyozza az e-kereskedelemben vetett vásárlói bizalom növelését a kínákozó lehetőségek kihasználása érdekében. A

**Európai unió háztartások internetpenetrációs szintje 2001. decemberében**



Forrás: Európai Unió: Minden a régiben <http://www.itk.hu/infinit> 2002. 03. 21.

- 1 Lengyel Veronika: eEurope: a tudás hálózata, információs társadalom – beszámoló a lisszaboni szakértői konferenciáról, 2000. 04. 10–11., <http://www.meh.hu>
- 2 Olcsóbb, gyorsabb, biztonságosabb internet
- 3 Az intelligens kártyák lehetővé teszik az információs társadalom szolgáltatásaiban a bizalmas és magántermészetű információk védelmét. Számos funkciót tesznek lehetővé: pl. hozzáférés, azonosítás, hitelesítés, fizetés.
- 4 Számos szektorban – bankszakma, biztosítás, autógyártás, stb. – a cégek átszervezik tevékenységüket.

vásárlói bizalom fellendítését az e-kereskedelem iránt a fogyasztói szervezetekkel, az adott iparággal és a tagállamokkal együttműködve képzeli el.

Az e-kereskedelem többféle szabályozói körbe tartozik és a kihívások, feladatok megoldására globálisan is szükség van.

Az Akcióterv foglalkozik az elektronikus közbeszerzésekkel is, és feladatul szabja meg az elektronikus beszerzés útjában álló akadályok eltávolítását, illetve a cél megvalósítását szolgáló elektronikus piacok létrehozását.

Jelenleg az Akcióterv képezi az Információs Társadalom kiépítésének kereteit az EU-ban.

## AZ EEUROPE 2002 IDŐKÖZI ÉRTÉKELÉSE<sup>1</sup>

Mind a tagországok, mind a régiók új kezdeményezéseket és támogató programokat vezettek be az eEurope céljai megvalósítása érdekében. Más európai, azonban nem az Unión belüli országok is hasonló intézkedéseket tettek, például Norvégia kidolgozta az eNorge programját. Az elektronikus kereskedelem terén továbblépésként könyvelhető el, hogy az elektronikus pénzdirektívát az EU elfogadta, a másolatokról szóló irányelv<sup>2</sup> pedig elfogadás előtt áll. Az elektronikus kereskedelem szempontjából fontos, hogy a kis- és középvállalatok Európát hazai piacnak tekintsék. Ezért elsődlegesen fontos, hogy az elektronikus aláírással és az elektronikus kereskedelemmel foglalkozó irányelvek átvételével minden vállalkozás számára ugyanolyan feltételeken alapuló Belső Piacot hozzanak létre.

## AZ EURÓPA TANÁCS STOCKHOLMBAN RENDEZETT ÜLÉSÉN TÖRTÉNT ÉRTÉKELÉS<sup>3</sup>

Az ülésen a hosszabb távú hatások számbavételére került sor. 2001 tavaszán az Európai Unió majdnem minden harmadik háztartása rendelkezett internet-hozzáféréssel, és az állampolgárok kétharmadá-

nak volt mobiltelefonja. A munkavállalóknak kb. a fele használt munkája elvégzéséhez számítógépet. A B2B elektronikus kereskedelem növekszik és a vállalati folyamatok átalakítására kényszeríti a cégeket.

Ez még csak a kezdet, ugyanis a nagyobb teljesítményű számítógépek, az internet-használatra alkalmas mobil végfelhasználói készülékek és a nagy sebességű hálózatok előreláthatólag meg fogják változtatni a gazdasági élet egészét.

Az internet-szektor akkor elég jelentős, ha a gazdaság egészét érezhetően tudja befolyásolni. Az elektronikus kereskedelem az EU-ban kevésbé fejlett, mint az USA-ban. Az Eurobarometer felmérése szerint az internet felhasználóknak kevesebb mint 5 százaléka vásárol rendszeresen online, 25 százalék vásárol alkalmanként vagy ritkán az interneten.

Bár a vállalatok a B2B kereskedelem terén aktívabbak, az Eurobarometer felmérése szerint az internet fejlődésében kulcsszerepet játszó vállalatok is a forgalmuknak csupán egynegyedét bonyolították online. Ez a tény utal arra, hogy az elektronikus ke-

*„Emellett hangsúlyozza az e-kereskedelemben vetett vásárlói bizalom növelését a kínálkozó lehetőségek kihasználása érdekében. A vásárlói bizalom fellendítését az e-kereskedelem iránt a fogyasztói szervezetekkel, az adott iparággal és a tagállamokkal együttműködve képzeli el.”*

reskedelem fellendülését illetően az EU gazdaságában még nehézségek állnak fenn.

A dinamikus gazdaság kialakításának fő eszköze a telekommunikációs piac liberalizálása és a szolgáltatások a végfelhasználók részére jutányos áron történő nyújtása.

Az elektronikus kereskedelem szempontjából alapvető fontosságú az elektronikus aláírás és az elektronikus kereskedelemről, valamint a származási országról szóló jogi szabályozás. A nagyobb jogbiztonságot élvezve az európai vállalatoknak és végfelhasználóknak meg lesz a lehetőségük arra, hogy a nemzeti határokon túl éppúgy vásárolhassanak és

1 The eEurope 2002 Update. Prepared by the European Commission for the European Council in Nice. 7th and 8th December 2000 c. dokumentum alapján

2 Copyright Directive

3 eEurope 2002 Impact and Priorities. A communication to the Spring European Council in Stockholm, 23–24 March 2001 c. dokumentum alapján

adhassanak el termékeket, mint saját országukon belül. További intézkedésekre van azonban szükség a felhasználóknak az elektronikus kereskedelemben vetett bizalmának erősítésére.

Az elkövetkezendő lépések szempontjából a dokumentum megjegyzi, továbbra is szüregszerű az internet használatának elősegítése és a strukturális reformok továbbvitele. Az eEurope mind az üzleti,

*„Az internet-szektor akkor elég jelentős, ha a gazdaság egészét érezhetően tudja befolyásolni. Az elektronikus kereskedelem az EU-ban kevésbé fejlett, mint az USA-ban. Az Eurobarometer felmérése szerint az internet felhasználóknak kevesebb mint 5 százaléka vásárol rendszeresen online, 25 százalék vásárol alkalmanként vagy ritkán az interneten.”*

mind a politikai életben világszerte ismert, sőt már le is másolták (legutóbb az eJapán-nal), így még inkább szükséges a változások dinamikáját fenntartani.

## eEUROPE+

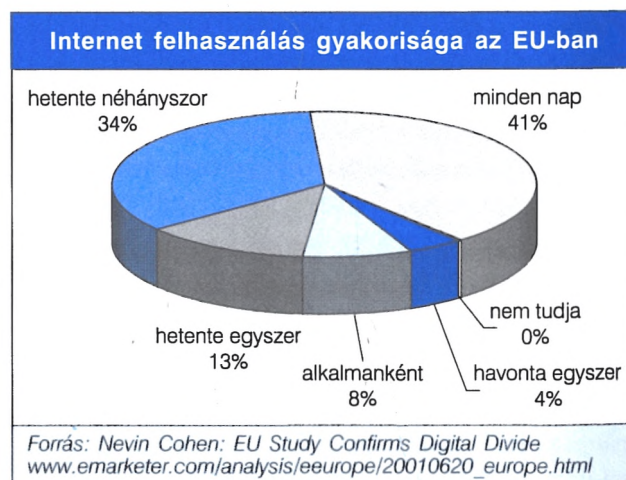
Az EU és a közép-kelet-európai országok részvételével az első fórumot 1995-ben tartották, amelynek témája az együttműködési lehetőségek megvitatása volt. Az 1997-ben tartott harmadik fórumon az EU és a közép-kelet-európai országok közötti jó koordinációt teremtették meg a nemzeti tervek fejlesztése érdekében. A fórumot 2000. május 11–12-én Varsóban az Információs Társadalom jegyében tartották meg.

A varsói fórum a közép-kelet-európai országok által az információs társadalom építése érdekében megtett intézkedéseinek összesített jelentéséből<sup>1</sup> megtudhatjuk, hogy 2003-ig gyakorlatilag minden közép-kelet-európai ország liberalizálja a telekommunikációs piacát. Az e-kereskedelmet illetően a legtöbb ország a jogszabályi környezet megalkotásával volt elfoglalva, így a digitális kereskedelem elterjedésének elősegítése a második helyre szorult.

A közép-kelet-európai országok kormányait felkérték, hogy a vállalatok és a fogyasztók bizalmát építsék az e-kereskedelem iránt, és világos, kiszámítható jogszabályi környezettel ösztönözzék a digitális kereskedelem terjedését, valamint a digitális tartalom fejlesztését.

Bár az eEurope nem tartalmaz konkrét nemzetközi intézkedéseket, azonban az Unió külpolitikájában következményeket von maga után. A közép-kelet-európai országok a Varsóban tartott konferencián megállapodtak abban, hogy 2000 végéig az eEurope-ban meghatározott területeknek megfelelően munkaprogramot dolgoznak ki. Az eEurope kezdeményezésnek az EU bővítési folyamat részének kell lennie.

AZ EU bővítésére való előkészületek szoros összefüggésben állnak a csatlakozni kívánó országok gazdaságának és intézményeinek modernizációs szüregszerűségével.<sup>2</sup> A 2000. május 11–12-én Varsóban lezajlott miniszeri konferencián a csatlakozni kívánó országok az Európa Tanács Lisszaboni ülésén az EU tagországok által elhatározott stratégiai célok eléréséhez kapcsolódó kihívásokat elfogadták. Ezt követően dolgozták ki az eEurope+<sup>3</sup> akcióttervet, amely az eEurope Akcióterv összes stratégiai célját átveszi a csatlakozni kívánó or-



1 EU-CEEC Joint High Level Committee, Summary Progress Report since the third EU-CEEC Information Society Forum, Warsaw, 11–12 May 2000

2 eEurope 2002 Impact and Priorities. A communication to the Spring European Council in Stockholm, 23–24 March 2001 c. dokumentum alapján

3 eEurope+ A co-operative effort to implement the Information Society in Europe. Action Plan, June 2001

szágok részére. Nemzeti intézkedéseket és teljesítési határidőket jelöl meg.

Az eEurope+ kezdeményezés az eEurope prioritásait és céljait tükrözi, azonban a csatlakozni kívánó országokban fennálló viszonyokhoz igazítja a tennivalókat. Az eEurope+ akciótervnek az eEurope-hoz hasonlóan célja, hogy a csatlakozni kívánó országok gazdaságának modernizációját felgyorsítsa, javítsa a versenyképességet, a szóban forgó országokban fennálló speciális helyzetekhez igazodva.

A csatlakozásra váró országok részéről erős politikai elkötelezettség szükséges, hogy az Információs Társadalom építése érdekében minden lehetőséget kihasználjanak, és ezáltal elkerüljék az EU-val szemben fennálló további digitális szakadékot. E cél elérésére egyedül az *acquis communautaire* átvétele nem elégséges. A csatlakozásra váró országoknak az összes eEurope által kitűzött célt át kell venniük. A dokumentum a továbbiakban megjegyzi, hogy az információs társadalom témaköréhez kapcsolódó *acquis communautaire* átvételének és azok működésének további gyorsítása szükséges. Az eEurope+ az eEurope Akciótervben megfogalmazott három célt átveszi: olcsóbb, gyorsabb, biztonságos internet-hozzáférés; a befektetés tárgya: emberek és készségek; az internet használatának ösztönzése. Azonban egy nulladik ponttal kiegészítették, amely az Információs Társadalom alapintézményeinek létrehozását tűzi ki célul. E nulladik pont b) pontja az *acquis communautaire* az Információs Társadalmat érintő részei – pl. adatvédelem, elektronikus aláírás, szellemi termékek, stb. – átvételének fontosságát hangsúlyozza abból a célból, hogy a vállalkozások és az állampolgárok aktív részvétele az új gazdaságban lehetővé váljon.

Az Európai Unió tagországainak online népessége					
	Ország	Népesség száma	Internetfelhasználók száma	Aktív felhasználók	ISP*-k száma
1.	Ausztria	8,2 millió	2,7 millió (Austrian Internet Monitor)	1,3 millió	37
2.	Belgium	10,3 millió	2,7 millió (InSites)	1,6 millió	61
3.	Dánia	5,4 millió	1,6 millió (NetValue)	1,6 millió	13
4.	Egyesült Királyság	59,6 millió	33,0 millió (Jupiter MMXI)	13,0 millió	245
5.	Finnország	5,2 millió	2,0 millió (eMarketer) 2,15 millió (Taloustutkimus)	1,0 millió	23
6.	Franciaország	60 millió	11 millió (Nielsen/NetRatings)	5,5 millió	62
7.	Görögország	10,6 millió	1,3 millió (VPRC)	n. a.	27
8.	Hollandia	16 millió	6,8 millió (Nielsen/NetRatings)	4,5 millió	52
9.	Írország	4,0 millió	1,0 millió (Amarach)	560 000	22
10.	Németország	83 millió	26 millió (Forsa)	15,1 millió	123
11.	Olaszország	57,7 millió	11,0 millió (Nielsen/NetRatings)	8,3 millió	93
12.	Portugália	10,1 millió	kb. 2,0 millió (Marktest)	n. a.	16
13.	Spanyolország	40,0 millió	7 millió (Telefonica)	4 millió	56
14.	Svédország	8,9 millió	4,5 millió (Nielsen/NetRatings)	3,0 millió	29
15.	Luxemburg	a felmérés nem tartalmaz adatot Luxemburg vonatkozásában			

\*ISP = Internet Service Provider, internet szolgáltató  
 Forrás: CyberAtlas, 2001

A dokumentum a következőképpen foglalkozik az online kereskedelmi kérdésekkel:

Az e-kereskedelem – elsősorban a B2B – folyamatosan fejlődik a csatlakozásra váró országokban. A kereskedelem átalakulása, a növekvő külföldi befektetések, a gyorsan fejlődő Európa-centrikus piac



és az európai vállalatokkal való szoros kölcsönös függés gyors modernizációs lehetőségeket kínál, különösen a B2B területén. Az EU-hoz hasonlóan a B2C kereskedelem lassabban fejlődött, amely egyik okaként meg kell említenünk a csatlakozni kívánó országok háztartásainak átlagbevételét. Ezen országok fejlett kommunikációs infrastruktúrája és elérhetősége, a használati díjak elfogadható nagysága és a közép- és kisvállalkozások vállalkozó kedve gyors fejlődéshez vezethet. A fejlődés fenntarthatósága szempontjából megfelelő feltételeket kell teremteni, többek között a biztonságos fizetési rendszereket, valamint az elektronikus aláírást érintő jogszabályi környezetet. A piac fejlesztése szempontjából kulcsszerepet játszik az *acquis communautaire* megfelelő részeinek, elsősorban az elektronikus kereskedelmet érintő szabályozás átvétele. Az akciótervben szerepel még az elektronikus kereskedelem iránti fogyasztói bizalom növelése, az önszabályozás előmozdítása a megfelelő üzleti csoportosulásokkal együttműködve, a KKV-ok bekapcsolása az e-kereskedelembé, az e-kereskedelem infrastruktúrájának felépítése, az elektronikus aláírás kölcsönös elismerése.

## eEUROPE HELYZETE JELENLEG

Az Európai Bizottság közelmúltban kiadott beszámolója szerint<sup>1</sup> a digitális kereskedelem európai fejlődési üteme elmarad a várttól, aminek egyik oka az uniós országok internet-penetrációjának szintje (országoként is nagyok a különbségek). A beszámoló szerint ez az USA szintje alatt megtorpant. Ennek a ténynek pillanatnyilag ellentmondanak az IDC (Id: Netpopuláció fejezet) adatai, az FR előrejelzései alapján azonban mindenképpen megalapozottak a Bizottság aggodalmi.

A Bizottság szerint az e-kereskedelem előtt álló akadályok minél hamarabb felülvizsgálatra szorulnak. Az EU cselekvési programját is ki kívánja terjeszteni, ugyanis további intézkedéseket igényel, ha az EU az eEurope tervben meghatározott célját (2010-re a világ legversenyképesebb gazdasági térsége legyen) el akarja érni.

Az EU Információs Társadalomért felelős biztosa 2002 februárjában további erős fejlesztést szorgalmazott.<sup>2</sup> A jelentés beszámol arról, hogy a növeke-

dés lassult Európában. Az eEurope célja, hogy 2002 végére minden tagállamban legalább harminc százalékos legyen az otthoni felhasználók aránya (jelenleg Belgium, Olaszország, Franciaország, Portugália, Spanyolország nem éri el ezt), és hogy a jelenleg 37,7 százalékos EU-átlag ötven százalékra nőjön. A jelentés továbbá elmarasztalóan szól az internetes biztonság kérdéséről, és haladéktalannak minősíti a cyberbiztonsági hatóságról szóló Európa Tanács-határozat meghozatalát.

## IRODALOMJEGYZÉK:

A magyar Online Monitor harmadik negyedévi eredményei [2001. 12. 06.] <http://www.netsurvey.hu>

A világ online népessége, <http://www.itk.hu/infiniit> [2001. 11. 29.] Forrás: <http://cyberatlas.com>

Az elektronikus kereskedelemről szóló törvényjavaslat az Országgyűlés előtt [2001. 10. 09.] <http://www.meh.hu>

Az elektronikus kereskedelem fejlődése [2002. 01. 10.] <http://www.itk.hu/infiniit>

Az ENSZ Kereskedelmi és Fejlesztési Konferenciája (UNCTAD) által megjelentetett Nemzetközi beruházási jelentése 2000, Gazdasági összefoglaló [2000. 10. 2–7.] <http://www.meh.hu>

Az Európa Parlament és a Tanács 2000. június 8-i 2000/31/EK irányelve az információs társadalomhoz fűződő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem bizonyos jogi kérdéseiről a belső piacon. (Irányelv az elektronikus kereskedelemről).

Az Európai Parlamentnek és Tanácsnak a távolban kötött szerződések tekintetében a fogyasztók védelméről szóló 97/6/EK irányelve.

Az Európai Parlament és Tanács 95/46/EC számú irányelve az egyénnek a személyes adatok feldolgozásával kapcsolatos védelméről és ezeknek az adatoknak a szabad áramlásáról.

Az ezernyelvű Internet [2001. 12. 13.]

<http://www.itk.hu/infiniit> Források: <http://glreach.com>, <http://www.theregister.co.uk>

Az infokommunikáció kormányzati irányításának nemzetközi tapasztalatai c. tanulmány, [2000] Készült a MeH megbízásából, készítette: Kopint Datorg.

Az Információs és kommunikációs technológiai szektor Magyarországon [2001] Központi Statisztikai Hivatal Bővülő online élelmiszerkereskedelem [2001. 10. 18.] <http://www.itk.hu/infiniit> Forrás: <http://news.cnet.com>

1 Európa e-kereskedelmi fejlődése elmarad a várttól, <http://www.itk.hu/infiniit>, 2002. 02. 21., Forrás: <http://europemedia.net>

2 Erdőháti Nagy Modesta: Fejlesztik e-Európát, 2002.02.14., Forrás: eKormányzat, <http://www.e-ker.hu>

Buruzs Tamás, Az elektronikus kereskedelmi törvény szü-  
letése – IKB Jogszabály előkészítő Főosztály interjú [2002.  
03. 13.] <http://e-ker.hu>

Buruzs Tamás, IKB – az elektronikus kereskedelmi tör-  
vényről [2002. 01. 29.] <http://www.e-ker.hu>

Christopher Hoble, Just Numbers. Numbers on Internet  
use, electronic commerce, IT and related figures for the  
European Community, [2001] Published by the European  
Commission's Electronic Commerce Team (Information  
Society Directorate General)

Csökken a webhelyek száma a neten [2002. 01. 10.]  
<http://www.ittk.hu/infiniit>

Deák Judit: Üzlet az Interneten [2002. 01. 31.]  
[www.e-mo.hu/site.php3?fold=tudas&page=tudas](http://www.e-mo.hu/site.php3?fold=tudas&page=tudas)

E-business szótár [2002] <http://www.prim.hu>

eEurope 2002 Impact and Priorities. A communication to  
the Spring European Council in Stockholm, 23–24 March  
2001

eEurope 2002. An Information Society For All. Action Plan.  
Prepared by the Council and the European Commission  
for the Feira European Council, 19–20 June 2000,  
[http://europa.eu.int/comm/information\\_society/eeurope/act  
ionplan/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/information_society/eeurope/act<br/>ionplan/index_en.htm)

eEurope+ A co-operative effort to implement the Informa-  
tion Society in Europe. Action Plan, June 2001

E-kereskedelem [2002] Szerk.: Zsuffa Ákos, Budapesti  
Kommunikációs Főiskola, Századvég Kiadó

Electronic Commerce: a challenge for Europe,  
[http://www.europa.eu.int/ISPO/ecommerce/answers/challe  
nge.html](http://www.europa.eu.int/ISPO/ecommerce/answers/challe<br/>nge.html)

Elektronikus kereskedelem, elektronikus kormányzat, pol-  
gárbarát közigazgatás [2000. 02. 16.] [www.meh.hu](http://www.meh.hu)

Elektronikus piacterek Magyarországon, Gazdasági össze-  
foglaló [2000. 09. 25–30.] MeH

Elektronikus szignó [2001. 03. 29.] <http://www.index.hu>

Erdőháti Nagy Modesta, Fejlesztik e-Európát [2002. 02.  
14.] Forrás: eKormányzat, <http://www.e-ker.hu>

EU: lassulva gyarapodó Internet-penetráció [2002. 02. 28.]  
<http://www.ittk.hu/infiniit>

EU-CEEC Joint High Level Committee, Summary Progress  
Report since the third EU-CEEC Information Society Fo-  
rum, Warsaw, 11–12 May 2000

European Competitiveness Report [2000] European Com-  
mission

Európa e-kereskedelmi fejlődése elmarad a várttól [2002.  
02. 21.]  
<http://www.ittk.hu/infiniit>, Forrás: <http://europemedia.net>

E-vásárlás: Európa két évvel az USA mögött [2001. 12. 20.]  
<http://www.ittk.hu/infiniit>, Forrás: <http://www.accenture.com>

E-wareness, az e-tudatos szótár [2001] [www.e-ware.hu](http://www.e-ware.hu)

Hatsebességes Európa II. [2000. 12. 21.]  
<http://www.ittk.hu/infiniit>

Hatsebességes Európa III [2001. 06. 28.]  
<http://www.ittk.hu/infiniit>

The World Factbook [2001], CIA,  
<http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/>

IDC: 1 billió dolláros e-kereskedelem 2002-ben [2002. 02.  
21.] <http://www.ittk.hu/infiniit>

Informatika a magán, kis- és középvállalkozói szférában és  
a közigazgatásban. Közel félmillióan interneteznek ottho-  
nukban [2002. 02. 07.] <http://www.netsurvey.hu>

Jonathan Coppel, E-commerce: Impacts and policy  
challenges [2000] OECD

Kondric Péter – Tímár András, Az elektronikus kereske-  
delem jogi kérdései [2000] KJK-Kerszöv Jogi és Üzleti Ki-  
adó Kft

Komenczi Bertalan, Elektronikus Európa – az Európai Unió  
akcióterve 2002-ig,  
[http://www.oki.hu/cikk.asp?Kod=2000-09-eu-Komenczi-EI  
elektronikus.html](http://www.oki.hu/cikk.asp?Kod=2000-09-eu-Komenczi-EI<br/>elektronikus.html)

Lengyel Veronika, eEurope: a tudás hálózata, információs  
társadalom – beszámoló a lisszaboni szakértői konferenci-  
áról [2000. 04. 10–11.] <http://www.meh.hu>

Mojzes Imre – Talyigás Judit, Elektronikus kereskedelem  
[2000] Technika Alapítvány

Nemzeti Információs Társadalom Stratégia 1.0 verzió  
[2001. 05. 17.] Miniszterelnöki Hivatal Informatikai Kor-  
mánybizottsága

Nevin Cohen, EU Study Confirms Digital Divide [2001. 06.  
20.] Gallup, <http://www.emarketer.com/analysis/eeurope>

Nyugat-Európa több internethasználóval bír az Egyesült Á-  
llamoknál [2001. 01. 17.] <http://itk.hu/infiniit>,  
Forrás: <http://www.europemedia.net>

Pánczél Gábor: Jelentés az internetgazdaságról – a keres-  
kedelmi szektor [2002. 03. 04.] <http://www.e-gazdasag.hu>

Széchenyi Terv. 5. Információs társadalom- és gazdaság-  
fejlesztési program, <http://www.gm.hu>

Szilágyi Károly, Az elektronikus kereskedelem alapvető  
jogi szabályai [2001. 04. 08.] <http://www.jogiforum.hu>

The eEurope 2002 Update. Prepared by the European  
Commission for the European Council in Nice. 7th and 8th  
December 2000

*A szerző a Budapesti Közgazdaságtudományi  
és Államigazgatási Egyetem Európa Tanszék  
posztgraduális EU programjának hallgatója,  
a szöveg a megegyező témájú szakdolgozat  
kivonata.*