

## **e-kereskedelem, e-vásárlás**

### **e-sales, e-purchase**

Dr. BORBÉLY Endre

Budapesti Műszaki Főiskola  
Kandó Kálmán Villamosmérnöki Főiskolai Kar  
Híradástechnika Intézet

#### **Abstract**

*In the past few decades, years, the forms of shopping have greatly changed all over the world. More and more people would do their shopping through the Internet rather than go into various shops and stores.*

*In Hungary, too, several shoppers prefer sitting in an armchair and doing the purchases through e-stores. In 2002 over HUF 4.5 billion were spent by use of e-purchase. A wide range of products, various benefits, mail service, discount prices are the advantages that increase the volume of e-sales. Furthermore, aspects of economics, market, policy, regulations, consumer protection, as well as the rights of customers and the duties of salespeople are considered as matters of great importance.*

Az utóbbi években, évtizedekben a vásárlási szokások az egész világon sokat változtak. Egyre többen nem az utcai boltokban, hanem a világháló adta lehetőségeket használják beszerzéseiknél.

Magyarországon is sokan karosszékéből intézik vásárlásaikat. 2002-ben több mint 4.5 milliárd forintért vásároltak az e-boltokban.

A széles termékválaszték, a különböző kedvezmények, a postai szállítás, fizetési kedvezmények is fokozzák az e-boltok forgalmát. A gazdasági, a piaci, a politikai, a jogi, fogyasztóvédelmi, a vásárló jogai, az eladó kötelességei is fontos kérdések.

#### **Széles termékválaszték**

Világosan látszik, hogy a piaci kezdetekre jellemző szűkös termékválaszték után, ma már szinte nincs olyan termékkategória, amely ne lenne megtalálható az interneten is.

Az online boltok túlnyomó része száz és kétezer közötti terméket forgalmaz, de itt is jellemző a kínálat koncentrációja, néhány nagy webáruház adja a teljes termékkínálat több mint felét.

#### **Kedvezmények**

Az üzletek 15%-a nyújtott állandó árkedvezményt termékeire, amelynek jellemző mértéke 6% volt. Az állandó kedvezmények mellett időszakos árkedvezményt is adnak a vásárlás növelése érdekében.

#### **Postai szállítás, készpénzes fizetés**

Az online boltokban leggyakrabban a postai szállítást választhatjuk (78%), de lehetőség van futárszolgálat igénybevételére (29%) és néhány esetben (22%) a boltok is vállalják a kiszállítást. A boltok átlagosan egy hetes szállítási határidőt vállalnak. Bankkártyával egyelőre csak a boltok alig egytizedében fizethetünk.

#### **Javuló tájékoztatás**

Magyarországon is terjed a megfelelő szintű tájékoztatás gyakorlata, azonban ezen a téren még van mit fejlődni a magyar e-boltoknak. Már található sűgő, és ugyanekkora az aránya azoknak a boltoknak is, ahol a fizetési feltételekről tájékozódhatunk a vásárlást megelőzően. A garanciális feltételekről és az adatvédelemről is olvashatunk. A marketing célú adatgyűjtés nem jellemző. A vásárlástól való elállás jogáról olvashatunk. Az e-boltok ügyfélszolgálatára elérhető e-mailen keresztül és kérdéseinkre általában már néhány órán belül pontos tájékoztatást kaphatunk. Az üzle-

tek működtetnek telefonos ügyfélszolgálatot. Mindent figyelembe véve a széles termékkínálat, az árkedvezmények, vásárló számára biztonságot nyújtó szállítási és fizetési feltételek, valamint a tájékoztatás és a szolgáltatás minősége alapján elmondható, hogy az online beszerzés akár otthonról, a karosszékéből is kényelmesen megoldható.

## Online vásárlás

Az internet felhasználói táborának növekedésével párhuzamosan a hagyományos internetes tevékenységek mellett – mint például az elektronikus levelezés vagy a világháló böngészése – az elmúlt években Magyarországon is fejlődésnek indult az online vásárlás. A világhálón értékesített termékek és szolgáltatások köre igen széles: a kézzelfogható, fizikai termékek dominálnak, de megtalálhatók a szolgáltatások, valamint a digitális, információs javak is. Az online áruházak a világháló által nyújtott lehetőségeket használják ki, melyek mind a vásárlók, mind az eladók számára számos előnyt jelentenek. Ilyen előny például az eladó számára, hogy nem kell bolthelyiséget fenntartania, a vásárló szempontjából pedig a helytől és nyitvatartási időtől független, kényelmes vásárlási lehetőség.

## E-boltok Magyarországon

A hazai elektronikus boltok száma és a boltok által lebonyolított forgalom évről-évre nő. Jelenleg közelítőleg 300 e-bolt működik Magyarországon. A GKI Gazdaságkutató Rt. által végzett felmérés szerint az összes bolt 2002-ben 4,5 milliárd forintos forgalmat bonyolított le, az online vásárlók aránya az internethasználók körében 6%-ra emelkedett.

Az Egyesült Államokban, ahol az elektronikus vásárlás kultúrája igen fejlett, az online vásárlók általában az alábbiakat jelölik meg az internetes vásárlás indokaként:

- az utazási idő megtakarítható,
- nincs kötött nyitvatartási idő,
- az ünnepi tumultus elkerülhető,
- megvan a lehetőség arra, hogy kedvezőbb árakat találjunk,
- könnyebb megtalálni a termékeket a világhálón,
- fizikai boltban nem árusított termékek is megvásárolhatók online.

Magyarországon az internetezők az alábbi szempontokat tartják a legfontosabbnak:

- biztonság,
- árkedvezmények,
- gyorsaság,
- kényelem,
- széles körű termékinformációk,
- 24 órás elérhetőség.

## Üzleti modellek

Az online boltokat több csoportra oszthatjuk aszerint, hogy rendelkeznek-e hagyományos üzlettel, illetve kereskedelmi háttérrel:

- *offline háttérrel rendelkező e-bolt*: Ebbe a kategóriába azok az e-boltok tartoznak, amelyek hagyományos, offline áruházi jelenléttel és kereskedelmi háttérrel rendelkeznek.
- *tisztán internetes bolt*: A tisztán internetes boltok kizárólag az interneten értékesítik termékeiket, hagyományos bolttal nem rendelkeznek.
- *önálló e-bolt*: Az önálló, független e-boltok kizárólag saját termékeiket kínálják online áruházukban.
- *elektronikus bevásárlóközpont*: Ebbe a kategóriába azok az online áruházak tartoznak, amelyek több kereskedő számára biztosítanak internetes értékesítési felületet.

## Termékkínálat

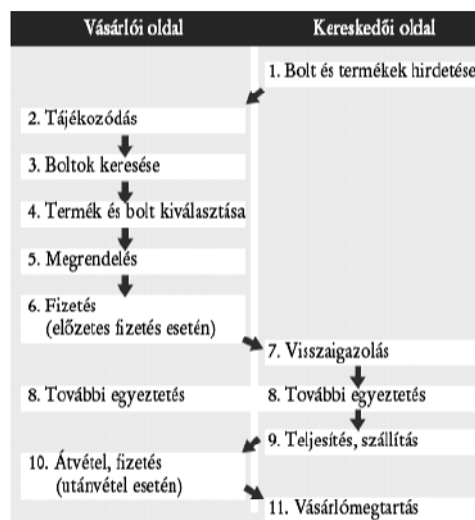
A magyar online boltok kínálata gyakorlatilag a hagyományos áruházakban kapható legtöbb termékkörre kiterjed. A legnagyobb kínálattal rendelkező termékkategóriák a következők:

- könyv,
- kép- és hanghordozó (CD, DVD, audió- és videokazetta, hanglemez),

- hardver, szoftver.
- A felsorolt három termékkör adja a boltok kínálatának több mint négyötödét.

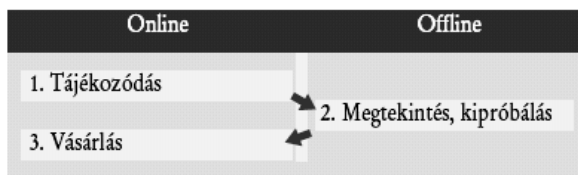
### Az internetes vásárlás folyamata

Az elektronikus boltokban történő vásárlás – akár csak a telefonos rendelés – a termék kiválasztását és megrendelését, a kiszállítást és az áru átvételét foglalja magába. Ebben a folyamatban a vásárló és a kereskedő, illetve a kereskedővel kapcsolatban lévő egyéb piaci szereplők – mint például futárszolgálat, posta, bank – vesznek részt. Az online vásárlás folyamata több lépésre bontható, ezt szemlélteti az alábbi ábra:



### Az online és offline vásárlás kapcsolata

A világhálón és a hagyományos boltokban történő információgyűjtés és vásárlás sok esetben egymásba fonódik, a vásárlók az internetet és a hagyományos boltokat egyaránt felkeresik, információt gyűjtenek mindkét helyről. Összetettebb termékek esetén nem ritka az alábbi, mind az elektronikus, mind a hagyományos boltokat érintő vásárlási folyamat. A vásárlás szakaszai:



### Információgyűjtés az interneten

Az e-boltok jellemzője, hogy a termékek kiválasztásától a megrendelésig – és néhány esetben a fizetésig – a vásárlási folyamat a világhálón keresztül zajlik. Számos honlap van azonban, amelyen ugyan nem lehet a rendelést leadni, de a termék- és árinformációk begyűjthetők.

Azok a jó e-boltok, melyekben a következő módon lehet vásárolni:

- kosárral lehet vásárolni, vagyis a boltban katalógusból közvetlenül kiválasztható a termék, a kosárba tett termékek pedig együttesen megrendelhetők,
- a megrendelés teljes folyamata az interneten történik,
- bárki megkötés és korlátozás nélkül használhatja és vásárolhat,
- a honlap és az ott elhelyezett információk, adatok magyar nyelvűek és
- az üzlet termékválasztéka részben vagy egészben beleillik a tipikus karácsonyi termékek körébe.

### Céginformációk

A vásárlás során a vevő és az eladó nem kerül személyes kapcsolatba egymással, ezért a vásárlói bizalom megteremtésében, a problémák, reklamációk kezelésében fontos szerepe van annak, hogy a vevő pontosan tudja kivel áll kapcsolatban. Információkérés vagy reklamáció esetén e-mailen vagy telefonon elérhető kell legyen az ügyfélszolgálat.

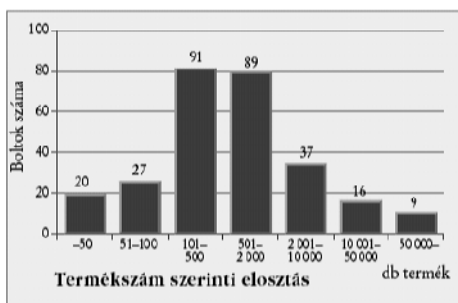
### Üzletszabályzat, súgó

A vásárlás feltételeit, körülményeit a vevő jogait, a kapcsolódó fogalommagyarázatokat az e-boltok többsége üzletszabályzatok, tájékoztatók, általános tudnivalók formájában, összegyűjtve ismerteti a vásárlókkal, vagyis ezek az információk egy helyen megtalálhatók.

### Termékinformációk

A vizsgálat eredményei igazolták, hogy az internet, az ott található információk mennyisége miatt ideális eszköz a vásárlást megelőző információgyűjtés egyszerű és hatékony lebonyolítására.

## Termékválaszték



A virtuális üzletek termékkínálata változatos képet mutat. Az interneten egyaránt megtalálhatók a néhány terméket forgalmazó kis szaküzletek és a hatalmas áruválasztékkal rendelkező nagyáruházak.

## Kedvezmények

Az e-boltok egy része valamilyen konkrét kedvezménnyel próbálja vásárlásra ösztönözni a látogatókat.

## A honlapok használhatósága

Amerikai kutatások szerint [7] az e-boltok felhasználóbarát kialakítása nagyban befolyásolja azok sikerességét, hiszen nem elég sok információt és gazdag áruválasztékot kínálni a látogatóknak, de a termékszám-mal összhangban, áttekinthető.

## Szállítás, fizetés

Az e-boltoknál a leggyakoribb kiszállítási mód a postai szállítás, és fizetésnél az utánvét.

Szállítási mód	Gyakoriság	
	db	%
Futár	85	29
Posta	226	78
Bolt szállítja ki	63	22
Helyben lehet átvenni	101	35
Nincs információ	26	9

Fizetési mód	Gyakoriság	
	db	%
Utánvét	252	87
Bankkártya	26	9
Készpénz, boltban	92	32
Árnyalás	44	15
Csekk	12	4
Nincs információ	23	8

## Fogyasztóvédelem az interneten

A fogyasztók védelméről szóló jogszabályok az online vásárlásra ugyanúgy vonatkoznak, mint a hagyományos kereskedelemre. A jótállási, garanciális és egyéb fogyasztóvédelmi jogok természetesen online vásárlás esetén is megilletik a vásárlót.

## Szerződéskötés online vásárlás esetén

Internetes vásárlás során az eladó és a vásárló nincs közvetlen kapcsolatban egymással, a termékek megrendeléséről szóló szerződés távol lévő felek között jön létre. A szerződéskötés folyamata az alábbi szakaszokra bontható:

Termékkör	Termékkör		Termék	
	Boltok száma (db)	%	Termékszám (db)	Átlagos termékszám
Könyv, folyóirat	78	13,15	768.080	9.847,2
Zenei cd, dvd, videó (kép, hanghordozók)	79	13,32	485.279	6.142,8
Hardver, szoftver	84	14,17	48.463	576,9
Íróasztal	31	5,23	41.834	1.349,5
Eroika	19	3,20	28.575	1.503,9
Élelmiszer	28	4,72	27.456	980,6
Szabadidő (hobby, benne barkács)	32	5,40	21.203	662,6
Ruházati cikkek (ruha, cipő)	25	4,22	10.685	427,4
Telefon és tartozékai	22	3,71	10.627	483
Játék	22	3,71	10.015	455,2
Szórakoztató elektronika	33	5,56	7.717	233,8
Sport cikkek, camping cikkek	20	3,37	6.683	334,2
Szépésápolás, kozmetika	20	3,37	5.845	292,3
Fotó	22	3,71	4.997	227,1
Bútor	18	3,04	4.572	254
Háztartási készülékek	19	3,20	4.548	239,4
Ajándék	19	3,20	4.357	229,3
Gépjármű, autókalkatrész	6	1,01	3.216	536
Óra-ékszer	11	1,85	1.994	181,3
Képzőművészeti alkotások	5	0,84	1.502	300,4
<b>Összesen</b>	<b>593</b>	<b>100,00</b>	<b>1.497.648</b>	<b>2.525,5</b>

## Kiegészítő szolgáltatások

Szolgáltatás	Gyakoriság	
	db	%
Termékfigyelés	16	6
Rendeléskövetés	20	7
Termék összehasonlítás	4	1
Hírlevél	114	39

- Bolt ajánlata vagy felhívása
- Megrendelés
- Visszaigazolás

### Az eladó kötelezettségei

Az alábbiakban röviden összefoglaljuk az internetes kereskedők néhány fontosabb kötelezettségét. Vásárlás előtt érdemes megneézni, hogy a bolt ezeknek a kötelezettségeknek eleget tesz-e:

- *Cégadatok*
- *Vásárlási tájékoztató*
- *Szerződési feltételek*
- *Visszaigazolás:*

### A vásárló jogai

Az alábbiakban a vásárlók három fontosabb, az internetes vásárlásra vonatkozó jogát mutatjuk be. Ezek a jogok minden vásárlót megilletnek tetszőleges vásárlás esetén.

- *Meg nem rendelt termékek*
- *Megrendeléstől való elállás joga*
- *Vásárlástól való elállás joga.*

### Mire figyeljünk a vásárláskor?

Online vásárlásnál – akárcsak a hagyományos üzletekben történő vásárlásnál – érdemes odafigyelni néhány dologra

- *Nézzük meg a bolt adatait, elérhetőségét*
- *Olvassuk el az üzletszabályzatot*
- *A rendelés előtt tájékozódjunk a szállítási és fizetési feltételekről*
- *Győződjünk meg személyes adataink védelméről*
- *Mielőtt rendelésünket véglegesítjük, győződjünk meg a teljes költségről*
- *Őrizzük meg a rendelés adatait*

### Praktikus tanácsok

- *Az internetes vásárlás nem feltétlenül olcsóbb, csak más előnyei vannak a hagyományos vásárláshoz képest.*
- *Ha információt gyűjtünk, a legjobb megoldás az internet*
- *Az interneten rengeteg termékinformáció található*
- *Nem a méret számít*
- *Ha valami nem világos, kérdezzünk*
- *Célszerű munkahelyi címet adni, hogy napközben kiszállíthassák a terméket.*
- *Rendeljük meg idejében a terméket*
- *Használjuk ki a kedvezményeket*

### Fogalommagyarázat

- *adatkezelési nyilvántartási azonosító:* Az Adatvédelmi Törvény rendelkezései szerint minden adatkezelést be kell jelenteni az adatvédelmi nyilvántartásba, a nyilvántartási számot az adatkezelő (jelen esetben a kereskedő) ekkor kapja.

Szállítási költségek				
Honlap neve	Ára	Vállalt szállítási és csomagolási költség	Fizetett végösszeg	Különbözet
Alexandra ONLINE	2 890	734	3 245	-379
Cigarsbop	990	1 125	2 115	0
eBolt Műszaki Áruház	6 756	1 000	7 756	0
Fotexmet	27 990	0	27 990	0
FotóMarket	25 500	0	25 500	0
Gift Rt.	4 857	1 180	6 248	211
Groby Élelmiszerdiszkont	1 199	475	1 674	0
Haldorádó	1 990	1 055	3 045	0
HáziPatika.com	5 490	900	6 390	0
Játék-Makett.hu	3 696	n.a. <sup>12</sup>	4 551	0
NetPiac Online Áruház	3 790	890	4 680	0
Office Depot	274	2 000	1 329	-945 <sup>13</sup>
Otto	1 990	935	2 925	0
Westel-Webshop	4 831 <sup>14</sup>	0	4 831	0

- *B2C (Business to Consumer)*: A B2C rövidítés a fogyasztói elektronikus kereskedelmet, e-kiskereskedelmet jelöli. Termékek vagy szolgáltatások interneten történő értékesítése a fogyasztók felé. Az e-boltok, e-áruházak, netplázák a B2C piac szereplői.
- *bankkártyás fizetés*: A bankkártyás fizetés lényege, hogy a vásárló a megrendelés időpontjában, bankkártyája adatainak megadásával a megrendelt áruk ellenértékét kiegyenlíti.
- *cookie*: A cookie, vagy más néven süti, a kereskedő által a vásárló számítógépére küldött rövid adatsor, amely lehetővé teszi, hogy a későbbi vásárlások során az e-bolt a vevőt automatikusan felismerje és egyéb kényelmi szolgáltatást biztosítson számára. A cookie-kat csak az a honlap tudja olvasni, amelyik elhelyezte.
- *e-bolt*: Termékek értékesítésével foglalkozó internetes honlap. Az e-boltokban a vásárlás teljes folyamata az információnyújtástól a termék megrendeléséig az interneten keresztül valósul meg.
- *elállás joga*: A vásárló a megrendelt terméket a termék átvételétől számított 8 munkanapon belül visszaszolgáltathatja a kereskedőnek, a kereskedő pedig köteles a termék árát harminc napon belül visszatéríteni. A vásárlástól való elállást a vevőnek nem kell indokolnia. A termék visszaszolgáltatásának díját és a termék nem rendeltetésszerű használatából eredő károkat a vásárlónak kell állnia.
- *futárszolgálat*: Csomagok, küldemények kézbesítésére, célbajuttatására vállalkozó társaságok, akik jellemzően a postai kézbesítésnél rövidebb határidővel vállalják a szállítást.
- *hírlevél*: A boltok gyakran kínálják fel a vásárlóknak, hogy e-mailen rendszeresen tájékoztatják őket új termékeikről, akcióikról.
- *hűségprogram*: Több bolt is kedvezményeket biztosít gyakori vásárlóinak, törzsvásárlóinak. Egyes boltoknál a vásárlók hűségpontokat, lojalitás pontokat gyűjthetnek, amiket később termékek vásárlására fordíthatnak, máshol a vásárlók a boltnál elköltött összeg alapján különböző árkedvezményekre jogosultak.
- *kívánságlista*: Néhány e-bolt oldalán a vásárlók a termékeket a kosáron kívül saját kívánságlistájukra is helyezhetik. A kívánságlistába tett termékek adatait a bolt tárolja, így később bármikor megrendelhetők.
- *kosár*: Az internetes kosár lényegét tekintve hasonló a hagyományos bevásárlókosárhoz: online vásárlás során a kiválasztott termékeket lehet beletenni és kivenni belőle. A kosár folyamatosan jelzi a vásárló számára, hogy mit, milyen mennyiségben és milyen összegben válogatott össze a termékek böngészése során, a vásárlás végén a kosárban található termékek alapján történik a megrendelés.
- *partnerprogram*: A partnerprogram keretében az áruház termékeit kisebb-nagyobb honlapok is hirdetik, amelyek bizonyos százalékban részesednek az általuk generált eladásokból.
- *regisztráció*: Számos e-boltnál alkalmazott megoldás, melynek lényege, hogy a vásárló csak egyszer adja meg adatait (szállítási, számlázási adatok, beállítások stb.), minek után kap egy azonosítót és egy jelszót. További vásárlások során pedig elég megadnia ezt az azonosító-jelszó párost.
- *rendeléskövetés*: A rendelés állapotának nyomon követésével a vásárló megtudhatja, hogy a feladott rendelése megérkezett-e az ügyfélszolgálathoz, a termék raktáron van-e, mikor szállítják.
- *termékfizetés*: A boltok egy része a vásárló által megadott feltételek alapján értesítést küld új termékeiről.
- *utánvétel*: Magyarországon az elektronikus vásárlások során leggyakrabban alkalmazott fizetési mód. Lényege, hogy a vevő a termék átvételekor, utólag fizet a megrendelt áruért. A vételár a terméket kiszállító kézbesítőnek, postásnak, futárnak kell átadni.

## Irodalomjegyzék

- [1] 17/1999. (II.5.) Kormányrendelet a távollévők között kötött szerződésekről
- [2] 2001. évi CVIII. törvény az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről ([http://www.complex.hu/kzldat/t0100108.htm/t010\\_0108.htm](http://www.complex.hu/kzldat/t0100108.htm/t010_0108.htm))
- [3] CyberAtlas: E-tailers Will See Green [http://cyberatlas.internet.com/markets/retailing/article/0,,6061\\_3105491,00.html](http://cyberatlas.internet.com/markets/retailing/article/0,,6061_3105491,00.html)
- [4] GKI Gazdaságkutató Rt., Az online áruházak helyzete, 2002. IV. negyedév
- [5] GKI Gazdaságkutató Rt., Az online kereskedelmi áruházak helyzete, 2003. II. negyedév
- [6] NRC-TNS, E-kereskedelem és interaktív szolgáltatások, 2003.
- [7] Jakob Nielsen: E-Commerce User Experience, 2001.
- [8] Hírlevél 2. HTE 2004. február