

Digitális Krónika

a digitális ökoszisztéma által kínált nemzetközi jó gyakorlatok az egyéni, társadalmi és gazdasági jólét elősegítésére

I. évfolyam 15. szám: 2020. november 2.

Tartalomjegyzék

I. 7 nap – 7 digitális válasz.....	2
Egyesült Királyság, Globális.....	2
Amerikai Egyesült Államok (USA)	2
Olaszország.....	2
Dél-Korea.....	2
Németország	2
Argentína.....	3
Csehország.....	3
II. A Digitális Európa Program hírei.....	3
Sikeres EU #CodeWeek.....	3
Új koronavírus kezelés	3
Afrika hackathon.....	4
Digitális coach.....	4
III. Körkép – A fejlődő elektronikus kereskedelem tendenciái a digitális gazdaságban.....	5
IV. Fókuszban	10
ESPORT: az online szerencsejáték új, rohamosan fejlődő sportága	10

I. 7 nap – 7 digitális válasz

Egyesült Királyság, globális



Az Egyesült Királyság „Study UK” kampánya [az ország 40 egyetemének közel 400 ingyenes, online tanfolyamát kínálja a hallgatók számára világszerte](#). Az ún. MOOC-kurzusok 2020. október 5-től elérhetők, amelyeknek a [FutureLearn](#) közösségi tanulási platform ad otthont 2021 februárjáig. A kezdeményezés célja, hogy a 143 OECD-n kívüli ország tanulóinak ezreit segítse hozzá új készségek és kompetenciák különböző területeken történő megszerzéséhez.

Amerikai Egyesült Államok (USA)



A U.S. Army (az Egyesült Államok Hadserege) és a University of Illinois Chicago (Illinois-i Egyetem) 8 millió dollár (USD) értékű, [katonai drónok fejlesztéséről szóló, négy éves kutatási szerződést írt alá](#). Az együttműködés keretében olyan kis méretű, automatizált, pilóta nélküli légitűveket hoznak létre, amelyek a harcászati bevetéseket követően képesek visszatérni – az ugyancsak vezető nélküli – földi járművekre, hogy feltölthessék az akkumulátorukat. Az egyetem főként a járművek navigációját segítő algoritmusok fejlesztésében vesz részt.

Olaszország



Az olasz Kormány – az [„Italia 2025”](#) Digitális Transzformációs és Innovációs Stratégia keretében – [létrehozta a „MadeIT” márkanevet](#): a kezdeményezés célja, hogy egyetlen brand alatt egyesítsék többek között a robotika, a mesterséges intelligencia, a kiberbiztonság és a legújabb technológiák terén kimagasló olasz startupok és a nagy innovációs potenciállal rendelkező kkv-k ökoszisztémáját. A létrehozott márkanév arra is alkalmas, hogy az érintett cégek és technológiák nagyobb nemzeti és nemzetközi figyelmet kapjanak, javuljon a megítélésük, és segítse a piacra lépésüket.

Dél-Korea



A [dél-koreai posta bejelentette, hogy megkezdte az önvezető kézbesítő járművének a tesztelését](#), ezzel belépett a robotizált kézbesítési szolgáltatások versenyébe. A vezető nélküli kisbusz gyakorlatilag egy önálló, mozgó postahivatal: a címzettek a járműben lévő szekrényekből vehetik fel a csomagjaikat és leveleiket. A társaság emellett olyan robotok fejlesztésén is dolgozik, amelyek a kézbesítőkkel teljesítenének szolgálatot: többek között helyettük cipelnék a nehezebb küldeményeket, csomagokat.

Németország



A [németországi fogyasztóvédők aggodalommal figyelik a nagy online áruházak egyre növekvő piaci erejét](#). A Verbraucherzentrale Bundesverband (a Fogyasztóvédelmi Egyesületek Országos Szövetsége) szerint probléma, hogy ezek a cégóriások egyrészt már nem csak egy online platformot, értékesítési



keretrendszerrel biztosítanak, hanem maguk is értékesítőkké váltak, másrészt a forgalmi adatokat célzott értékesítési kampányokhoz is felhasználják. A Szövetség vezetője szerint „ez olyan mintha egy focimeccsen a bíró is elkezdne gólokat rúgni”; a szakértők emiatt a versenyjogi szabályok sürgős felülvizsgálatát és módosítását látják szükségesnek.

Argentína



A [„Soy Digital” program célja, hogy fejlessze az argentin fiatalok digitális írástudását, és így a helyi közösségek tagjainak munkaerőpiaci integrációját is](#): a tanfolyamokra Buenos Aires tizenöt közösségi központjában, ezer fiatal bevonásával kerül sor. A kéthónapos kompetencia-fejlesztés során a résztvevők többek között megismerhetik, hogy hogyan használják a közösségi platformokat digitális termékek fejlesztéséhez, kreatív tartalmak létrehozására és megosztására. A készségek elsajátításához csak egy mobiltelefonra van szükség, a tanfolyam is erre épül, tekintettel az okostelefon-használók magas arányára Argentínában.

Csehország



A Czech Trade kormányzati külkereskedelmi ügynökség 2020. november 9-13. között [„E-MEET Export” címmel egyhetes online konzultációs lehetőséget kínál](#) a cseh vállalkozóknak a külpiacra lépésük támogatása céljából. A kezdeményezés keretében a vállalkozások – előzetes regisztrációt követően – ingyenes, 25 perces szakmai egyeztetést folytathatnak az exportlehetőségekről az általuk kiválasztott 90 ország valamelyikében működő cseh kereskedelmi képviselő munkatársával (A kínálat összesen 90 országra vonatkozik).

II. A Digitális Európa Program hírei

Sikeres EU #CodeWeek

Az [EU #CodeWeek](#), azaz – az október közepén immár nyolcadik alkalommal megrendezett – európai programozási hét keretében **több mint 66.000 online eseményt felölelő programsorozatn 83 ország képviselői vettek részt**. A rendezvény sikerének könyvelhető el, hogy a koronavírus-járvány ellenére is hasonló érdeklődés mellett zajlott, mint tavaly. Magyarország jelentős sikereket könyvelhetett el: több, mint 1100 hazai esemény megrendezésére került sor, amivel Magyarország a 12. legaktívabb ország lett. Gratulálunk a szervezőknek és a résztvevőknek!

Új koronavírus kezelés

Az [EU által finanszírozott olasz projekt](#) koronavírus fertőzés kezelésére szolgáló gyógyszere a klinikai vizsgálat fázisába érkezett. Az olasz gyógyszerészeti szabályozó ügynökség, az AIFA engedélyezte a Raloxifene hatóanyag klinikai vizsgálatát a koronavírus okozta enyhe tünetekkel küzdő betegeknél. A hatóanyag


2020 júniusában került az érdeklődés középpontjába, amikor az EU által finanszírozott, az **európai szuperszámítógépet használó Exscalate4CoV konzorcium bejelentette**, hogy az oszteoporózis kezelésére használt regisztrált generikus gyógyszer hatékony kezelés lehet a koronavírus ellen. Az Európai Bizottság 3 millió euróval támogatta az E4C konzorciumot. Ez egyike a sok példának arra, hogy az EU Horizont 2020 kutatási és innovációs programja miként segíti a koronavírus-járvány leküzdését és új kezelések kidolgozását.

Afrika hackathon

Az [EU: Afrika online hackathon](#) innovatív megoldásokat keres afrikai társadalmi-gazdasági problémákra, amelyeket a COVID-19 válság felerősített. A #TeamEurope szellemében az Afrikai Unió és Észtország, valamint Finnország, Írország, Luxemburg és Lengyelország összefogása mellett szervezik meg idén december 10-13. között az online hackatont az „EU – Afrika: A válság utáni utazás” címmel. A rendezvény egyéni versenyzők és csapatok számára is nyitva áll, és 11 meghatározott témában **keresik a legjobb ötleteket**. A résztvevők és mentorok toborzása már megkezdődött.

DIGITÁLIS KISOKOS

Mi is az a kódolás, hacker, hackathon?



A kódolás vagy a köznyelv által gyakrabban használt *programozás* során **információkat alakítunk át a megfelelő szabályok szerint**, feleltetünk meg egy másik jelkészletnek. Az informatikai eszközöket működtető **programoknak saját nyelve van**, a kódolás gyakorlatilag az utasításaink, parancsaink lefordítása a gép nyelvére. A *gépi kód* pl. bináris alakban, azaz leegyszerűsítve az 1 és 0 elemekkel tárolja az adatokat – a különböző programnyelvek ezeket a kettes számrendszerben létrehozott sorozatokat alakítják tovább.

A *hacker* professzionális **számítástechnikai szakembert** jelent, aki egy vagy több informatikai szakterületen nagy tudással rendelkezik. Sajnos **a köznyelv helytelenül használja** a kifejezést, és legtöbbször az informatikai rendszerekben kárt okozó, azokat támadó, bűncselekményeket elkövető személyt ért alatta.

A *hackathon* kifejezés a *hack+marathon* angol szavak összefűzéséből jött létre: olyan, legtöbbször **többnapos eseményt**, akár versenyt jelöl, amelynek során informatikai szakemberek, **programozók közösen oldanak meg feladatokat, hoznak létre innovatív szoftvereket**, alakítanak ki informatikai megoldásokat.

Digitális coach

Az európai kutatók egy új, személyre szabott tanácsadással foglalkozó robot fejlesztésén dolgoznak [Nestore](#) néven, amelynek **célja a felhasználó minél teljesebb szellemi, testi és lelki egészségének megőrzése** az öregedés során. Ennek érdekében folyamatosan figyelemmel kíséri a felhasználó életvezetését, hangulatát, környezetét és egészségügyi adatait, amelyek alapján képes személyre szabott táplálkozási, mozgásra vonatkozó és egyéb javaslatokat megfogalmazni számára. ([Shaping Europe's digital future news](#))

III. Körkép – A fejlődő elektronikus kereskedelem tendenciái a digitális gazdaságban

Az elektronikus kereskedelem teljesítménye

Az elektronikus kereskedelem **kétségtelenül az egyik legjobban teljesítő terület** – még a koronavírus-járvány idején is.

Az áruk és szolgáltatások online platformon keresztül történő értékesítése a karantén alatt új lendületet kapott, és ez vonatkozik

- nem csupán a megnövekedett igények kiszolgálására,
- kapacitás-bővítésre, hanem
- ezzel egyidejűleg a már meglévő elektronikus kereskedelmi felületek olyan fejlesztésére, mint
 - az online boltélmény javítása, vagy
 - a személyre szabott, célzott információk, ajánlatok bevezetése, illetve
 - a jobb ügyfélszolgálati megoldások, chatbot bevezetése,
 - esetleg a mobilapplikáció alkalmazása;

egyúttal pedig új kereskedelmi együttműködések létrejöttére is számos példa van (pl. új termékkörök bevezetésével). Ezen folyamatban jól látszik **a fogyasztóvédelmi tudatosság fontossága**.

Az uniós tagállamok digitalizációs fejlődését mutató ún. [DESI \(Digital Economy and Society Index\) 2020-as kiadványa](#) szerint **2019-ben az uniós tagállamok internet-használóinak 71%-a rendelt rendszeresen online**, élen az Egyesült Királysággal és Dániával.

A legnagyobb előrehaladást ezen a területen – a 2018-as évhez képest – éppen Magyarország (és Horvátország) érte el. A rendelési hajlandóságot elsősorban korosztályi, végzettségi és foglalkoztatási körülmények befolyásolják (például a 16-24 évesek a legaktívabbak), míg a nemek között nem mutatkozik érdemi eltérés. 2019-ben jellemzően ruházati és sporttermékek forgalma volt a legnagyobb, de ezt a tendenciát a koronavírus-járvány feltehetőleg jelentősen módosította.

Az elektronikus kereskedelem szabályozása az EU-ban

Az Európai Unióban az [elektronikus kereskedelemről szóló irányelvet](#) 2002-ig kellett átültetnie a saját nemzeti szabályaikba a tagállamoknak, **azóta nagyrészt változatlan szabályok vonatkoznak a digitális szolgáltatásokra**.

A közelmúltban a Bizottság által koordinált uniós szintű, [500 e-kereskedelmi weboldalra kiterjedő ellenőrzés](#) során megállapították, hogy az online szolgáltatók

kétharmada megsérti az alapvető uniós szabályokat. Az érintett cégek negyede nem tájékoztatta vásárlóit a 14 napos indokolási kötelezettség nélkül gyakorolható elállási jogukról, míg csaknem felük semmilyen információt nem tüntetett fel ezzel kapcsolatban oldalán. A vizsgált esetek 20%-ában fordult elő, hogy az árak nem voltak teljes körűek, mivel a szállítási és egyéb többletköltségeket nem tartalmazták, az online kereskedők 45%-a továbbá nem szerepeltetett linket az esetleges jogvita rendezés lehetőségeinek bemutatására.

A szabályozás megújítása tehát megkerülhetetlenül szükségessé vált. **Az Európai Bizottság az Európai Digitális Stratégia részeként még nyáron bejelentette, hogy a [digitális szolgáltatásokról új jogszabály-csomagot \(Digital Services Act package\)](#) készít elő decemberre, amely megoldást kínál az online kereskedelmi tér kockázataira, a fogyasztóvédelem szempontjainak erősítésére, és az óriási online kereskedő piacterek versenyt korlátozó magatartására is, hogy ezzel is megkönnyítsék az új online vállalkozások piacra lépését.**

Ezzel kapcsolatban az [Európai Parlament októberi jelentésében](#) – egyebek mellett – **megerősítette azon elvárását, hogy az új szabályoknak valamennyi olyan digitális szolgáltatóra vonatkozniuk kell, amelyek európai fogyasztók részére is értékesítenek** (tehát a nem uniós szolgáltatókra is), valamint hogy a fogyasztók biztonságát és kontrollját tovább kell erősíteni. Követelmény továbbá, hogy a piac „kapuőreiként” megjelenő techóriásokra (ún. Gatekeeper platformokra, mint pl. a Google, az Amazon vagy a Facebook) külön szabályokat kell előkészíteni, hogy a saját felületükön vagy a kereskedelmi tevékenységük révén keletkezett fogyasztói adatokat ne használhassák fel további saját célokra.

A hazai fogyasztóvédelem hosszabb ideje kiemelten kezeli az e-kereskedelmet; 2016-tól az Országgyűlés által elfogadott törvénymódosításnak köszönhetően szigorodtak az elektronikus kereskedelmi ágazat fogyasztóvédelmi ellenőrzései.

Az elmúlt években több ezer webáruház működésének, gyakorlatának vizsgálatára került sor; a fogyasztóvédelmi hatóság továbbra is figyelmezteti a jogsértő vállalkozást, azonban, ha az ismételt ellenőrzés során azt tapasztalja, hogy a webáruház ugyanazt a jogsértést követi el, a korábbihoz képest magasabb, 200 ezer és 2 millió forint közötti bírságot szab ki. Ennek köszönhetően az ismételt jogsértések aránya a korábbi átlagos 54 százalékaról két év alatt 15 százalékra csökkent.

*Mivel online vásárlás esetén a vásárló és az eladó nincs személyesen jelen a szerződéskötés során, előfordulhat, hogy a vásárló nem kellően tájékozott és jelentős információ hiányában köti meg a szerződést. A [Fogyasztóvédelmi Portálon](#) számos **hasznos információ, tanács található az internetes vásárlásokkal összefüggésben**, kezdve azzal, hogy mit kell tartalmaznia egy e-kereskedelmi szerződésnek, egészen addig, hogy mik lehetnek azok a gyanús elemek, amik a későbbiekben kellemtelenséget okozhatnak a fogyasztó számára.*

Példák a tagállami gyakorlatokból

Ahogy arról fentebb, lapszámunk I. részében is beszámoltunk, **Németországban** is egyre nagyobb figyelmet kap a **nagy online kereskedő platformok**, ezen belül különösen az Amazon tevékenysége.

A [Verbraucherzentrale Bundesverband \(a Fogyasztóvédelmi Egyesületek Országos Szövetsége\)](#) kifogásolja, hogy ezek a cégóriások nem maradnak meg a kereskedelmi keretrendszer, azaz a piaci felület biztosításánál, hanem **a forgalmi adatokat egyes termékek célzott reklámozásához is felhasználják**, ezáltal pedig a piactér maga is a termék értékesítőjévé válik – ahogy a Szövetség elnöke fogalmaz: olyan ez, mintha a focimeccsen maga a bíró is rúghatna gólt. A szakértők ezért a versenyjogi szabályozás felülvizsgálatát sürgetik, amely alapján tilos volna az eltérő feltételek alkalmazása a versenytársak és a saját termékek kínálata között (például a keresőeredmények feltüntetése kapcsán, amikor a keresőmotor előrébb sorolja a keresőt üzemeltető szolgáltató saját termékeit). Az említett javaslat meg is jelenik a CDU által készített jogszabálytervezetben, miközben a német szakemberek uniós szintű megoldást sürgetnek a szabályozás terén.

Az **összehasonlító oldalakkal** kapcsolatosan hasonló **veszélyre** hívta fel a figyelmet [a bajor fogyasztóvédelmi hatóság, a Verbraucherzentrale Bayern](#). Noha ezek az oldalak ingyenesnek tűnnek és elvileg az áttekinthetőséget segítik, az ott megjelenő adatokat érdemes kritikával fogadni, mert **az ajánlatok sorrendjét befolyásolhatja például az oldal és az adott szolgáltató közötti megállapodás**, amelyről a fogyasztónak nincs tudomása, illetve az árak is olcsóbbak lehetnek, ha közvetlenül a szolgáltatónál rendelünk. A közvetítő oldalakon keresztül rendeléskor továbbá jellemzően nem jelölik meg átlátható módon, tisztességesen, hogy mi a közvetítő és a szolgáltató szerepe, felelőssége a fogyasztóval kötött szerződés teljesítése során.

Az Európai Unióban tehát közös szabályok érvényesülnek a tagállamokban, amelyek megreformálása a közeljövőben várható. Elmondható, hogy az elmúlt időszakban – követve a nemzetközi szinten is tapasztalható tendenciát – valamennyi tagállamban fokozódott az online vásárlások volumene. Megjegyezzük, hogy az [európai e-kereskedelem](#) 70%-a a nyugat-európai régióban történik, itt a legnagyobb az online vásárlók aránya is (83%).

[Olaszországban](#) például az európai átlag felett van az online vásárlók aránya: ez a lakosság 70%-a. Az elektronikus kereskedelemben a három legnagyobb piactér igen nagy részben képviselteti magát (Amazon 38%, eBay 19%, Facebook Marketplace 12%), az olasz üzleteknek pedig több mint fele megtalálható egy vagy több online piactéren, és az olasz vállalatok több mint 60%-a bonyolít külföldre is forgalmat.

[Észtországban](#) a [legnépszerűbb online boltok listáját](#) a hazai e-boltok vezetik, az első helyen a Kaup24 online áruházzal, míg az egyik legnagyobb nemzetközi platform, az AliExpress csak a negyedik helyen szerepel. A legjobb tíz között helyet kapott az Amazon, az Apollo, az Euronics. A viszonylag kis országban egyébként [több mint 5000 online áruház](#) működik.

Ezzel szemben például a szomszéd [Litvániában](#) a lakosság 40%-a még mindig nem vásárol online, amelynek oka elsősorban az az igény, hogy személyesen vizsgálják meg az árukat, és a szállítási időt is relatív hosszúnak tartják.

Egy kiemelendő lengyel példa, az Allegro

Az 1999-ben alapított [Allegro](#) jelenleg a **legnagyobb képviselője a lengyel online piactereknek**: 21 millió felhasználói fiókkal rendelkezik, ugyanakkor több mint 125.000

kereskedőnek ad otthont, nemcsak a világ legnagyobb márkái, hanem főleg a lengyel kis- és közepes vállalatok számára is.

Az ügyfelek naponta több mint egymillió terméket vásárolnak, igény szerint akár biztosítási, vagy pénzügyi szolgáltatási konstrukciókkal (pl. „0%-os hitellel”) együtt értékesítve. A társaság üzleti modellje a piacon ismert elemeket ötvözi.

Az Allegro október közepi tőzsdei bevezetését nagyon pozitívan fogadta a piac: a kereskedés első napjának végére kibocsátási árfolyamhoz képest 65%-kal emelkedett a papírok értéke.

De milyen tendenciák jellemzők Európán kívül?

Az **Egyesült Államokban** [az Amazon bír a legnagyobb piaci részesedéssel](#) az elektronikus kereskedelem területén; az Amazon bonyolítja az elektronikus kereskedelem 39%-át, és piaci értéke most nagyobb, mint az öt követő következő 9 kereskedelmi szolgáltatóé összesen.

Az Amazon a tavalyi évben például [Izraelben](#) is külön dedikált honlapot indított (igaz, egyelőre csak angolul), ezzel is új lehetőséget kínálva az izraeli boltoknak, hogy – elsősorban a helyiek részére, rövidebb szállítási idővel – online árulják termékeiket, amellyel természetesen az Amazon befolyása nő az izraeli piacon is. Az Amazon egyébként nem csupán elektronikus kereskedelemmel foglalkozik, hanem például önvezető autókkal (Zoox), online gaming-gel (Twitch) és riasztó berendezésekkel is (ring), élenjár továbbá a [raktárak automatizálásával](#) is, ahol – a 2012-ben indult fejlesztéseknek köszönhetően – ma már több mint 200.000 robotot üzemeltetnek. Az Amazont a [második helyen](#) – az eBayt letaszítva – a Walmart követi, köszönhetően feltehetőleg annak, hogy a koronavírus-járvány hatására az online élelmiszer-vásárlások aránya megnőtt. Az U.S. Department of Homeland Security (az Amerikai Belbiztonsági Minisztérium) az év elején [élesen bírálta az online piactereket](#) a hamisított és kalóztermékek miatt, ezért szeretne állandó hozzáféréssel és ellenőrzési joggal rendelkezni a raktárak és elosztó központok tekintetében.

Szingapúrban a „sharing economy” (megosztásra épülő gazdaság vagy közösségi gazdaság) piaci modell is jelentős részt képvisel az elektronikus kereskedelemben. A **sharing economy** röviden olyan szolgáltatások, termékek megosztására épülő rendszert jelent, amelyben a digitális technológia által kínált megoldásokkal különböző szolgáltatók kapcsolódhatnak össze, ahol viszonylag egyszerűen és gördülékenyen történhet meg a szolgáltatás értékesítése (leggyakrabban a lakáskiadási vagy személyfuvarozási szolgáltatásokat hozzák fel példaként erre az értékesítési megoldásra). A modell – számos előnye mellett – **jellemzően fenyegetésként jelenik meg a hagyományos, a gyors technológia fejlődést ilyen tempóban lekövetni nem képes „klasszikus” kereskedelmi szereplők számára**, ezért általában az állami szabályozás igénye kapcsolódik hozzá. Visszatérve Szingapúrra, itt a sharing economy-t folytató vállalatok és szervezetek számára, egymás segítése és fejlődésének előmozdítása érdekében 2014-ben külön üzleti vállalkozás jött létre: a [Sharing Economy Association Singapore \(SEAS\)](#), amelynek ma már 36 tagja van, és kifejezett célja, hogy Szingapúr „megosztó város” (azaz Sharing City) legyen.

Az elektronikus kereskedelemben egyre inkább érzékelhető **tendencia a mesterséges intelligencián alapuló technológiák alkalmazása**. Például egy **tajvani** székhelyű cég, az iKala nevű startup terméke a „[Shoplus](#)”, amely „egy Facebook rajongói oldalt tíz másodperc alatt online kiskereskedéssé alakít”. A Shoplus vizuális felismeréssel, természetes nyelvi feldolgozási technológiákkal és mesterséges intelligencia (MI) által vezérelt chatbot-tal segíti a közösségi médiában jelenlévő eladókat az ügyfelekkel való hatékony kommunikációban és célzott reklámüzenetek küldésében.

Abu Dhabiban pedig az Effort Solutions nevű cég [Acobot](#) nevű terméke az ügyfelek számára értékesített komplex piaci stratégia részeként alkalmazza a mesterséges intelligenciát az elektronikus kereskedelmi forgalom növelése érdekében. Az Acobot a legtöbb bevált e-kereskedelmi technikát alkalmazza a kuponoktól kezdve az értékesítésig és keresztértékesítésig, és a mesterséges intelligencia (MI) segítségével önállóan képes azonnal alkalmazkodni az online áruház adott körülményeihez.

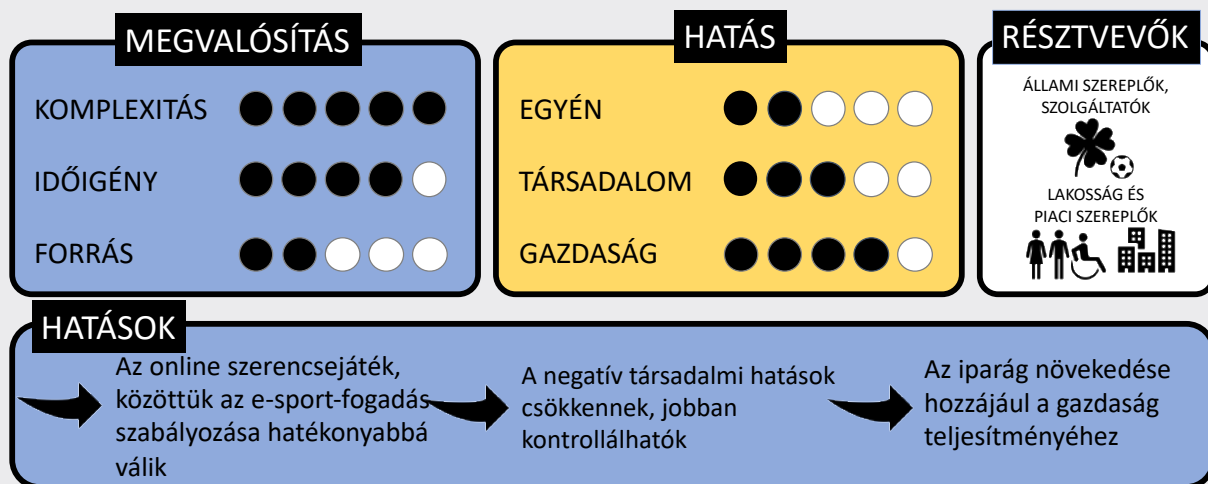
Az online kereskedelemben alkalmazott új technológiák kapcsán érdemes még kitérni **a chatbot-ok alkalmazására**. [A legújabb szakértői becslések 80%-osra teszik az ilyen eszközt alkalmazó cégek arányát](#). Az egyik fő érv a chatbot-ok mellett, hogy jelentősen képesek lerövidíteni az ügyfelek számára a várakozási időt. Az ügyfelek ugyanis átlagosan 45 másodperc után már chat-elni is kezdhetnek, míg telefonon keresztül 11 perc után adják fel a várakozást. Az Y generáció tagjai például már egyértelműen ezt az ügyfélszolgálati támogatási formát részesítik előnyben. Fontos kiemelni, hogy a chatbot-ok célja nem az emberi ügyfélszolgálatok kiiktatása, sokkal inkább azok tehermentesítése. [A kiszolgálás így még személyesebb és hatékonyabb lehet, mert a személyes ügyintézés](#) csak egy bizonyos szinten lép be, miután az alapinformációkat a botok már begyűjtötték. A technológia egyébként nagyszerűen alkalmas a GYIK-ek automatizált megválaszolására, csak úgy, mint a különböző célcsoportokról szóló információk begyűjtésére. A chatbot-ok továbbá a tanácsadási folyamatba is remekül bevonhatók. Az amerikai 1-800-Flowers Facebook Messengerében például a chatbot [az egész rendelési folyamaton keresztül kísérve segíti a vásárlót](#), miközben virágcsokrokat és ajándékkosarakat ajánl, így mobilon is elérhetővé válik az üzletben megszokott eladói felvilágosítás. A különböző divatláncok pedig **a vásárlók stílusprofiljának** automatizált felmérésével kezdik a műveletet, így az **alkalmazott mesterséges intelligencia már könnyebben tud személyre szabott termékeket ajánlani számukra**. A botok tehát a rendelés folyamatában is új szerephez jutnak. Az AllyouneedFresh német online szupermarket például WhatsAppen keresztül biztosítja a rendelés lehetőségét, ahol a vásárlónak elég a bevásárló listát, vagy a kedvenc receptjének fotóját üzenetként beküldenie, a rendszer pedig automatikusan a kosárba teszi a megfelelő termékeket. De a rendelés állapota is folyamatosan nyomon követhető a chatbot-okkal, mert az ügyfelek bármikor rákérdezhetnek nála, hogy hol van éppen a csomagjuk.

Végezetül fontos megjegyezni, hogy az e-kereskedelmet, de főként **a globális marketing-akciókat számos kritika éri** olyan oldalról (is), hogy nagy mértékben hozzájárulnak a **túlfogyasztáshoz**, és jelentős **környezeti terhet** okoznak.

IV. Fókuszban

ESPORT: az online szerencsejáték új, rohamosan fejlődő sportága

Globális



Az esport az utóbbi évek egyik **legdinamikusabban fejlődő iparágának számít**, és egyelőre a növekedés mértéke sem mutat csökkenő tendenciát, sőt.

2019-ben már több, mint 450 millió ember mutatott érdeklődést az esport iránt, miközben [akár az 1,1 milliárd dollárt is elérhette az iparág mérete](#). Az ebben rejlő lehetőséget ismerte fel többek között a Szerencsejáték Zrt., és tette lehetővé nyár végétől, hogy esporttal kapcsolatos fogadásokat lehessen kötni Magyarországon.

Az esport nemzetközi fogadási piaca

Az ausztrál Wholesale Investor szerint 2022-re **a sport digitális, vagy elektronikus ága várhatóan közel 276 millió nézőt fog elérni**. Előrejelzésük alapján a globális esport-fogadási piac 44%-os összetett éves növekedési ütemet (CAGR – compound annual growth rate) tud majd felmutatni négyéves periódust tekintve, és [2020 végére eléri a 17,2 milliárd dollárt](#).

A 2CV és a ProdegeMR legfrissebb, [2020 májusában közzétett jelentése](#) szerint a fogadásokból származó esport bevételek a 2019-es 7 milliárd dollárról (USD) egészen 14 milliárd USD-re nőhetnek, ami nagyrészt a koronavírus-járvány hatásának tudható be.

Kutatásukban több, mint ezer, 18 és 64 év közötti sportfogadót kérdeztek meg: a válaszokból az derült ki, hogy a szerencsejátékosok **több, mint egyharmada fogadott az esportra az elmúlt három hónapban**. Március 18-án a Luckbox – mint az egyik legjelentősebb esport fogadási platform – [54 százalékos növekedésről](#) számolt be az új játékosok regisztrációja kapcsán; az angol labdarúgó bajnokság, a Premier League leállítását követően.

A [Gambling Commission](#) (az Egyesült Királyság Szerencsejáték Felügyelete) nyáron közzétett jelentése szerint a koronavírus-járványnak köszönhetően óriási mértékben, [mintegy harmincszorosára nőtt az esport fogadások bruttó hozama](#) az elmúlt évhez képest. Míg 2019 márciusában csupán ötvenezer, addig 2020 májusában már nem kevesebb, mint 4,6 millió font (GBP) bevételt könyvelhettek el a brit szerencsejáték portálok – ami az összes sportfogadásból származó bevétel nagyjából 4%-a.

2018 elején az amerikai kormány [szabályozással tette lehetővé](#), hogy az államok saját hatáskörben döntsenek arról, hogy legalizálják az esport-fogadást, vagy nem. Az Egyesült Államok egyes államai ezt már lehetővé is tették, máshol azonban még mindig tiltott tevékenységnek minősül.

Online szerencsejáték az Európai Unióban

A legtöbb ország nemzeti hatáskörben, eltérő módon szabályozza a szerencsejátékot, így az **iparág szabályozási rendszere az Európai Unióban sem egységes**. Mivel nincsen ilyen kötelezettségük, az EU tagállamai – uniós szabályozásból eredő kötelezettségük megsértése nélkül – tilthatják, korlátozhatják az online szerencsejátékkal összefüggő szolgáltatások nyújtását: az ilyen irányú szabályozás okaként főként bizonyos közérdekű célok – a szerencsejátékkal, az online fogadásokkal szembeni – védelme kerül megjelölésre.

Fontos azonban hozzátenni, hogy különösen az ilyen szolgáltatások határon átnyúló jellegéből, valamint a digitalizáció, az e-kereskedelem és az elektronikus szolgáltatások, így az online szerencsejáték térnyeréséből adódóan az **egyes országok egyre nehezebben tudják önállóan kezelni a kapcsolódó szabályozási, valamint technikai-technológiai kérdéseket**, és sok esetben a társadalmi hatásokat is.

Fontos tehát a megfelelő, szükséges mértékben összehangolt szabályozási keretek kialakítása, amely hozzájárul a káros egészség- és társadalmi hatások szükséges mértékű kezeléséhez, illetve előre mozdíthatja az ágazat gazdaság teljesítményéhez való hozzájárulását.

A hazai gyakorlat

Magyarországon a Szerencsejáték Zrt. [augusztus 11-én vette fel kínálatába](#) az esport-fogadást, mely eddigi eredményei messze felülmúlják az előzetes várakozásokat.

Az „új” ágazat bekerült az 5 legnépszerűbb sportág közé a hazai sportfogadók körében, miután a piac volumene az összsportfogadási heti összesített forgalom 7%-át tette ki az elmúlt időszakban: a különböző hazai online fogadási platformokon a legnépszerűbb 14 esport játék esetében számos eseményre lehet fogadásokat kötni.

A bevezetés támogatására egy négyhetes digitális fókuszú kampány is indult szeptember 1-jén, amelynek során a Szerencsejáték Zrt. kitüntetett figyelmet fordít(ott) a felelős **reklámetikai és játékszervezési szempontok érvényesítésére a sérülékeny célcsoportok védelmének érdekében**.

**HA SZERETNÉ MEGISMERNI A LEGÚJABB TRENDEKET,
HALLGASSA ÖN IS AZ MI STÚDIÓ ADÁSAIT**

Az MI Stúdió a hazai mesterséges intelligencia ökoszisztéma podcastja, ahol heti rendszerességgel a legfelkészültebb szakértőkkel fejtjük meg az MI rezdüléseit és mutatjuk be a legújabb trendeket. Keresse a fő podcast lelőhelyeken!

[Spotify](#); [Apple Podcasts](#); [YouTube](#)

VÉLEMÉNYÉT, HOZZÁSZÓLÁSÁT, JAVASLATAIT várjuk:
DJP Observatory Team observatory.team@djkft.hu címen