

# Platformgazdaság, digitális piacok és az EU verseny- és piacsabályozása

Kézirat a Magyar Tudományos Akadémia Világgazdasági Tudományos Tanács  
2023. június 15-i ülésére

Pelle Anita

Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar

# Platformgazdaság, digitális piacok és az EU verseny- és piacszabályozása

Pelle Anita

## Absztrakt

A digitalizációnak az emberi és gazdasági élet szinte minden részében való terjedésével nemcsak új működési módok és üzleti modellek alakultak ki, de új típusú szereplők is megjelentek. A digitális, illetve digitalizálódó piacokon releváns új jelenség a platform, melynek legfőbb új jellemzője, hogy olyan szerepeket vesz fel, amelyeket eredetileg a piac tölt be: a platform összeköti a piac két oldalát, és a csere helyszínévé szolgál. Sok szektorban és piacon találunk platformokat, az operációs rendszerektől és keresőmotoroktól az e-kereskedelmen át a szálláshely- és utazási szolgáltatásokig, vagy akár a videojátékokig bezárólag. A platformgazdaság azonosítható és leírható.

Az Európai Unióban a piacszabályozás hagyományosan a versenyszabályozás révén valósul meg. A platformok piaci magatartása vizsgálható ebben a keretrendszerben, sőt, a 2020-as évekig csak ebben. Ezzel együtt, a 2015-ben indított Digitális belső piac stratégia, majd a 2019-2024-es Európai Bizottság egyik prioritása, A digitális korra felkészült Európa égisze alatt a digitális piacok célzott szabályozása is fejlődött. A digitális piacokról szóló jogszabály (Digital Markets Act, DMA) és a digitális szolgáltatásokról szóló jogszabály (Digital Services Act, DSA) a 2020-as években új minőséget jelentenek az uniós piacszabályozásban. E jogszabályok filozófiája és működése önmagában is tanulmányozható, és az uniós versenyszabályozással összevetve is, hiszen ez utóbbi továbbra is alkalmazandó a digitális, digitalizálódó piacokon is.

**JEL kódok:** K21, L40, L50, O30, O52

**Kulcsszavak:** Európai Unió, piacszabályozás, versenyszabályozás, digitalizáció, digitális piac, platform

## Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	4
Platformok, platformgazdaság .....	5
A platformok és digitális piacok uniós szabályozásának keretei .....	9
Elméleti és gyakorlati kihívások.....	9
A 2015-ös Digitális belső piaci stratégia .....	12
A 2019-2024-es bizottsági prioritás: A digitális korra felkészült Európa.....	14
A platformok és digitális piacok uniós szabályozása .....	15
Releváns versenyügyi esetek.....	15
Legújabb uniós szabályozás: platformok, digitális piacok, digitális szolgáltatások.....	19
Összegzés és értékelés .....	21
Felhasznált szakirodalom .....	22
Hivatkozott jogforrások, uniós dokumentumok .....	24

## Bevezetés

A 21. század a tudásalapú gazdaság kora. Az 1990-es évtizedben az „új gazdaság” (Szalavetz 2002, Török 2004), „új információs gazdaság” (Hámori 2008) elnevezéseket használták, azonban az ezredfordulóra világossá vált: a technológia forradalom mögött végső soron a tudás mint termelési tényező (Boda – Juhász – Stocker 2009) megjelenése, sőt, döntő fontosságúvá fejlődése áll. A tudásgazdaság visszafordíthatatlan változásokat hozott a gazdaságban (Foss 2005): megnőtt a humántőke, az immateriális javak és termékek, a kutatás-fejlesztési eredmények, a saját fejlesztésű technológiák jelentősége, egyúttal nagy vonzerejű tudásközpontok kezdtek kialakulni. A tudásgazdaság újfajta nyomásként jelentkezik a piaci versenyben is: a vállalkozások versenyhátrányba kerülnek, ha nem tudnak lépést tartani a fejleményekkel – és ez nem csak az új, de a hagyományos iparágakban is egyre inkább felmerül. A vállalati szintű stratégiák tekintetében új követelmények jelentek meg: a tudásalapú tevékenységeket a versenyelőnyök javítása érdekében kell bevezetni és alkalmazni, az információs és kommunikációs technológiákat (IKT) a működésben használni kell, a tudásgazdaságban csak dinamikus képességek birtokában lehet a versenyben helyt állni (Foss 2005). Ahogy az IKT a gazdasági tevékenységeket szervesen áthatja és alakítja, immáron *digitális gazdaságról* beszélhetünk (Brynjolfsson 2002), amely nagy sebességgel terjed a globális gazdaságban. A termékek egyre nagyobb részben tartalmaznak ilyen elemeket, előállításuk során egyre alapvetőbb az IKT alkalmazása. Hasonlóképpen, a szolgáltatások mind nagyobb arányban terjeszkednek az online térben, és mind nagyobb mértékben épül be ezekbe is az IKT.

A digitális gazdaságot valójában két nagy részre oszthatjuk: egyrészt a gazdasági folyamatok *digitalizációját*, vagyis számítógépes támogatását, számítógép-alapú megvalósítását értjük rajta. A digitális gazdaság másik nagy területe a digitális hálózatok, legfőképpen az *internet* alkalmazása a gazdasági értékteremtésben. A közgazdasági elméletben az *internet-gazdaságtan* területe dinamikusan fejlődik (Kiss 2010). A digitális gazdaság és az internet gazdasági szerepének növekedése egyúttal azt is magával hozza, hogy a termékek és szolgáltatások egyre nagyobb mértékben kerülnek ki az online *értékesítési térbe*. Az online kereskedelem, e-kereskedelem ilyen dinamikus bővülése az értékesítési ágazaton belül a verseny fokozódásához vezet, illetve a hagyományos értékesítési csatornákat használó vállalkozásokat is üzleti modelljük átalakítására készíti (Nemeslaki 2010).

Az Európai Unió (EU) belső piaca nem jelent kivételt a trendek alól. Noha az elsődleges IKT-innovációk (pl. okostelefon) helyszíne továbbra is az Amerikai Egyesült Államok, az EU tagállamaiban működő vállalkozások gyorsan és sokszor kreatív-innovatív módon veszik át a legújabb technológiát, majd építik be működésükbe. Mindezen folyamatok mögött nagyon lényeges piaci változások zajlanak. Tradicionális, érett piaci szereplők zsugorodnak össze vagy tűnnek el, ha nem képesek adaptálódni a változásokhoz. Ugyanakkor új szereplők nőttek, nőnek több piacon egy időben jelen lévő globális óriásokká, extrém rövid idő alatt. Ezen új szereplők közül jelen tanulmányban elsősorban a platformokra fogunk koncentrálni az EU belső piacán.

*Platformnak* tekintjük azon piaci közvetítőket, akik a piac kínálati és keresleti oldalát egyaránt tömörítik (Cohen 2017).<sup>1</sup> Más megközelítésben a digitális platform tulajdonképpen egy digitális felület (Belényesi 2016). A platformgazdaság elterjedésének egyik magyarázata, hogy dinamikus hatékonyság-növekedésre ad lehetőséget (Xue – Tian – Zhao 2020). Leggyorsabb bővülést, és ezáltal domináns piaci pozíciót az elmúlt években az online platformok tudtak elérni. A platformok jelenségével a szabályozás

---

<sup>1</sup> A platformok, platformgazdaság egyik kiterjedt területe a(z) elsősorban, de nem kizárólag) szellemi munkát végző egyének kvázi online munkapiacaként működő platformok, amely téma az EU-ban a szociális területhez tartozik (Piasna – Zwysen – Drahokoupil 2022). Ezek a platformok kívül esnek jelen tanulmány látóterén, itt a piaci közvetítőként funkcionáló szereplőkkel és azok piaci magatartásaival foglalkozunk.

igyekszik megbirkózni. Az EU-ban lezajlott egy vita arról, hogy a korábbi szabályok módosítása, alakítása elegendő-e a platformokhoz köthető új piaci magatartások szabályozására (itt elsősorban a versenyszabályozáson belül piaci erőfölénnyel való visszaélésre vonatkozó szabályok alkalmazása, esetleges felülvizsgálata merült fel), vagy szükség van a szabályozás egy új ágának kifejlesztésére, amely kifejezetten ezen szereplőket célozza (Polyák és szerzőtársai 2021).

Az Európai Bizottság a 2010-es évek második felében, majd – még egyértelműbben – a 2020-as évek elején letette a voksát egy új szabályozási terület megnyitása mellett, noha a korábbi (verseny)szabályozás továbbra is alkalmazandó a platformok és a platformgazdaság vonatkozásában is. A jogszabályalkotás azért vált elkerülhetetlenül szükségessé, mert a platform-óriásokat az európai piacon a meglévő szabályok nem tudták megfelelő keretek között tartani, a belső piacon egyenlő versenyfeltételeket és megfelelően intenzív versenyt biztosítva. Így a szabályok célzott felülvizsgálata, újraértelmezése, alkalmazásukat illetően új, a digitális gazdaság realitásait is tekintetbe vevő iránymutatások megfogalmazása mellett teljesen új, kifejezetten a digitális gazdaságot és annak szereplőit, magatartásait célzó jogszabályok is születtek 2022-2023-ban – ezek az ún. USB-C jogszabály, a digitális piacokról szóló jogszabály (Digital Markets Act, DMA) és a digitális szolgáltatásokról szóló jogszabály (Digital Services Act, DSA).

## Platformok, platformgazdaság

A digitalizáció és egyéb technológiai újítások révén a piaci szerkezetek alapvető változásokon mennek keresztül. A közgazdaság-tudomány igyekszik ezeket a jelenségeket értelmezni, beépíteni. Ennek megfelelően a tudományterületnek olyan új területei fejlődnek ki, mint: *információ-gazdaságtan*, *tudásgazdaságtan*, *szoftvergazdaságtan*, és ezek olyan új jelenségeket vizsgálnak, mint például az *open source* mint üzleti modell, a *szellemi tulajdonjogok* hatása a kapitalizmus átalakulására, valamint a *hálózatok* szerepe (Elsner et al. 2014). Az információ, a tudás, az adatok tulajdonlása egyelőre nem teljes mértékben tisztázott módon alakul. A tulajdonosi szerep különösen a fejlesztési költségek és a keletkező profit felosztása kapcsán kulcsfontosságú.

Kelly (2015) immáron nem is piacokról, hanem *üzleti ökoszisztémákról (business ecosystems)* beszél, melyek egyre inkább meghatározóvá válnak a gazdasági értékteremtésben, egyúttal alapvetően át- illetve felülírják mindazt, ahogy a klasszikus közgazdaságtan alapján a gazdaság működését modellezzük. Kelly definíciója szerint az üzleti ökoszisztémák „olyan változatos szereplők dinamikus és együttfejlődő<sup>2</sup> közösségei, akik új értéket teremtenek és ragadnak meg, együttműködés és versengés kombinációjában” (4. o.). A szereplők változatossága megnyilvánul eltérő profiljukban és méretükben. Lényeges, hogy az azonosított piaci igényeket nem önállóan, hanem együttesen elégítik ki, éppen ezért a tradicionális ágazati megközelítéstől való elrugaskodásra készítetik az elemzőt. A közösség együttfejlődése elsősorban abban nyilvánul meg, hogy az ökoszisztéma egyként mutat fel tanulási, adaptációs és – ami a legfontosabb – innovációs készségeket. Ezen tulajdonságok biztosítják az ökoszisztéma hosszú távú, közös sikerességét.

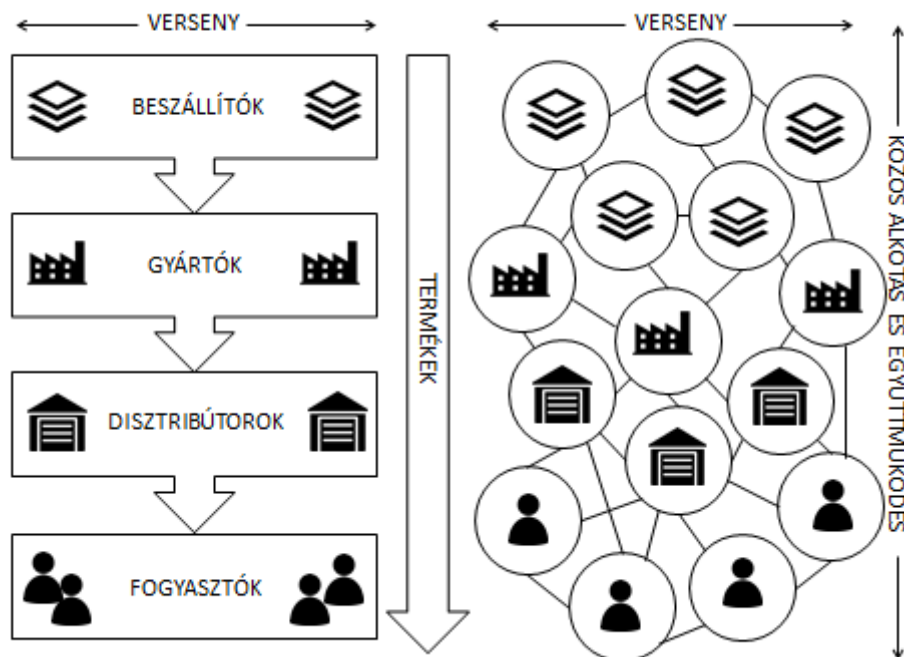
A piaci kínálat közös, együttes kialakítása egyúttal *új üzleti modellek* létrejöttét is jelenti. Értelemszerűen az ily módon operáló üzleti ökoszisztémák esetében az együttműködés legalább olyan fontos, mint a versengés. Fontos azonban, hogy mind a közösségeken belül (ötletek, megoldások), mind a közösségek között (termékek és szolgáltatások) egyértelműen azonosítható, élénk verseny folyik, ami az ökoszisztémák fő dinamikáját adja – e tekintetben a hagyományos piacokra hasonlítanak. Az ökoszisztéma elnevezés mindazonáltal nem csak a szereplők különbözőségeire utal, hanem arra is,

---

<sup>2</sup> angolul: co-evolving

hogyan a rendszer együtt olyan teljesítményt tud nyújtani, amire egyetlen szereplő sem lenne képes egyedül, vagyis inherens eleme a szinergia. Márpedig az egyre komplexebbé váló világ, az egyre összetettebb igények (pl. jövedelmezőség és környezeti fenntarthatóság együttes követelménye) éppen e magasabb szintű szervezethez irányába hatnak (Kelly 2015).

### 1. ábra: A hagyományos ellátási lánc és az új típusú értékháló



Forrás: Saját szerkesztés Kelly – Marchese (2015) alapján

Az üzleti ökoszisztémákban az értékteremtés nem *értékláncon* (*value chain*), hanem *értékhálón* (*value web*) képződik (Kelly – Marchese 2015). A szervesen és dinamikusan fejlődő értékháló komplex, sok összeköttetéssel bíró és interdependens kapcsolati hálóként funkcionálnak, ahol a tudásáramlás és az együttműködés legalább olyan fontosak, mint a hagyományos értéklánc termelési, ellenőrzési és koordinációs folyamatai. Ezen értékháló kapcsolatai teljes ökoszisztémákon átívelnek, beszállítók és partnerek hálózatszerű összekapcsolódását eredményezve (1. ábra). A hálózat tagjait intenzív tanulás, agilitás és megújulási képesség jellemzi. A jövőben a „lánc” helyett a „háló” típusú értékteremtő közösségek további elterjedése várható.

Az üzleti ökoszisztémák nemcsak új típusú együttműködések, de új típusú szereplőket is kitermelnek. Az egyik ilyen új szereplő a *platform*. Hagel (2015) definíciója szerint a platformok „segítenek az erőforrásoknak és azok felhasználóinak, hogy könnyebben egymásra találjanak, igény szerint” (80. o.). A jól működő platformok a következő lényeges tulajdonságokkal bírnak:

- Világos *irányítási struktúrájuk* (*governance structure*) van, beleértve egy alap protokollgyűjteményt, amely meghatározza a részvételt, a betöltött szerepeket, és a vitarendezést.
- *A további protokollok, standardok* az összeköttetést, koordinációt és együttműködést segítik elő.

- A platformokat egyre nagyobb mértékben támogatják olyan *globális digitális infrastruktúrák*, amelyek az összeköttetésnek és az együttműködésnek még további lendületet adnak. A digitális infrastruktúra mindazonáltal nem előfeltétele, csak elősegítője a platformok sikerének.
- A *globális gazdaság liberalizációs folyamatai* felgyorsították a digitális platformok térnyerését a gazdaságokban, mind több szektorba beszűrődve.
- A digitális technológiák tulajdonságai közül a platformok leginkább a következőkből kovácsolnak gazdasági előnyt maguknak: *számolókapacitás, adattárolás, sávszélesség*, illetve általában az *adatátviteli sebesség*.

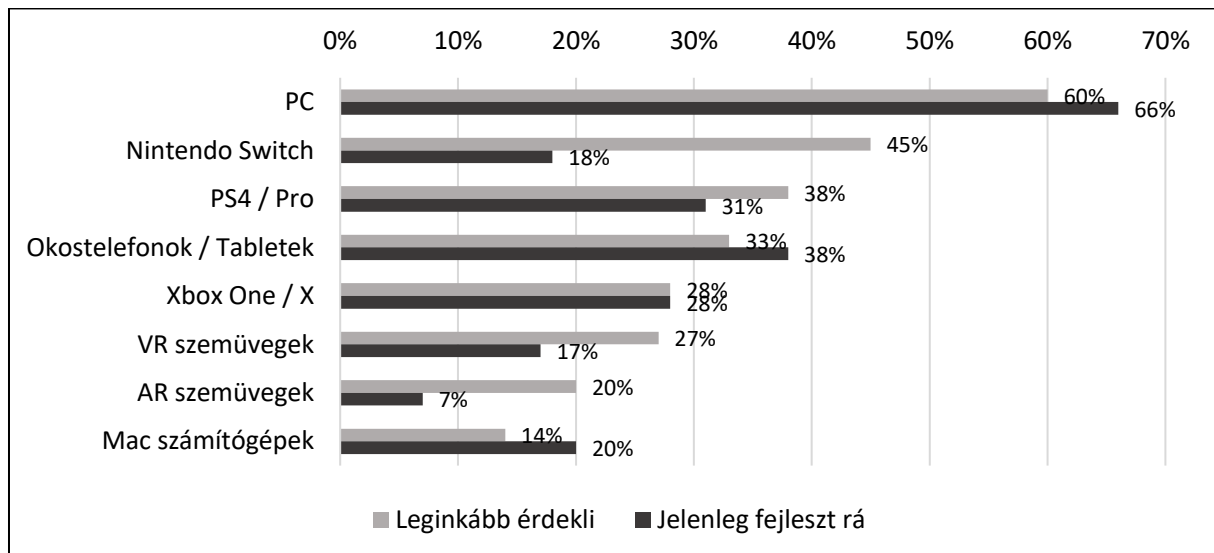
Hagel (2015) értékelése szerint mára három (ágazathoz nem kötődő) alaptípusuk azonosítható. Az *aggregációs platformok* tranzakciókat generálnak azáltal, hogy az erőforrásokat és azok felhasználóit összekötik egymással. Jellegzetes formájuk a *hub-and-spoke* (csomópont és küllők). A *szociális platformok* elsősorban emberek interakcióinak felületét biztosítják. Egyéneket kötnek össze közösségekkel, és kapcsolati hálókat reprezentálnak. Jellegzetes formájuk a *közösségi hálózat*. A *mobilizációs platformok* – ahogy nevük is jelzi – kapacitásokat mobilizálnak. Azt segítik elő, hogy adott személyek adott ügyekben együtt lépjenek fel. Nagyon sok ún. *global sourcing* (globális erőforrás-szervezési) közösség működik így. Jellegzetes formája: *csomópont nélküli, decentralizált hálózat*, egyes esetekben *bipartit (kétosztatú) hálózat*. A platform-használók üzleti stratégiáját úgy célszerű felépíteni, hogy minél tudatosabb használói legyenek a platform szolgáltatásainak – ezzel kontrollálva a nyilvánvaló információs előnyben lévő, és így piaci erőt élvező platformot. Célszerű felismerni, hogy a platformokon sok újdonság jelenik meg, amiket szisztematikus innovációs folyamatokban az érték- és ezáltal profitteremtésbe sikeresen be lehet csatornázni.

A *platformok szabályozásának* elméletét Rochet és Tirole írták le először 2003-as cikkükben (Rochet – Tirole 2003), hangsúlyozva a platformok közvetítő szerepét, amelyet a piac két oldalának összekötése révén töltenek be. Ezt követően, részben Rochet és Tirole munkájára alapozva, Evans és Schmalensee (2011) elemezték részletesen a kétoldalú platformok *piaci szerkezetét*, és tettek néhány lényeges megállapítást szabályozásukra vonatkozóan. Az egyik ezek közül, hogy a platformok pozitív (hálózati) externáliák internalizálására törekuszenek, ezért a szabályozásnak azt kell elősegíteni, hogy ez minél méltányosabb módon történjen, illetve hogy eközben a negatív externáliák minimálisak legyenek. A kooperatív platformok esetében, amikor a piac két oldala egyaránt érdekelt az együttműködésben, az önszabályozás elkerülhetetlen eszköz, és a szabályozó hatóság dolga ennek elősegítése. Az önszabályozásnak a vitarendezésre is ki kell terjednie. A platformoknak, kétoldalúságukon túl, lényeges tulajdonságuk az adatalapúság, amelyre a szabályozásnak is reagálnia kell (Firnicsz 2021).

A versenykorlátozó magatartások vonatkozásában Evans és Schmalensee (2011) arra hívják fel a figyelmet, hogy a legnagyobb platformok körében, amelyek a legkülönbözőbb szektorokban tevékenykednek (média, bank- és hitelkártya, videojátékok, operációs rendszerek, brókercégek stb.), gyakorlatilag minden típusú versenykorlátozó magatartást megtalálunk (főleg: monopolizáció, kínálat megtagadása, kizárólagos kereskedés, kartell, fúzió, túlárzás, árukapcsolás). Evans (2011) az általa szerkesztett könyvben önálló fejezetet szentel a platformok versenykorlátozó magatartásának. Külön felhívja a figyelmet a B2B (*business-to-business*) platformokra, amelyek versenykorlátozó magatartása sokszor bele sem kerül a szabályozó hatóságok látóterébe, tevékenységeik transzparenciájának üzleti okokra visszavezethető hiánya miatt. Ezek esetében is az árazási kérdések a kardinálisak, illetve hogy az externáliák internalizálása során ki milyen módon és mértékben részesedik az előnyökből. Megnevezi azokat a szektorokat, ahol a platformok kialakulása leginkább hordozza versenykorlátozó magatartások veszélyét:

- „Market makers”: olyan ügynöki típusú tevékenységek (ingatlanügynöktől brókerekig), ahol az elsődleges igény a piac mindkét oldala részéről a kereslet és a kínálat összehozása. A platform jellemzően a kínálati oldalnak számít fel díjat, amelynek módját érdemes a szabályozónak megismerni.
- *Reklámbevételekre alapozott média*: az ilyen típusú platformokat más néven – a fenti esettől való különbözőséget érzékeltetendő – „audience maker”-nek is nevezzük, hiszen a piac két oldala egyaránt képes közönséget vonzani, amelyből kölcsönösen profitálnak. Itt már a platform a piac mindkét oldalának felszámíthat díjat. Az árazási politika sokszor nagyon komplex, ettől még kevésbé átlátható.
- *Számítógépes szoftverek*: különösen az operációs rendszerek tartoznak ide, amelyek minden számítógépes környezet alapját adják. Kulcskérdés az interoperabilitás és a kompatibilitás, valamint hogy ezeket a platformtulajdonos milyen feltételek mellett biztosítja a platformhasználók számára.
- *Videójátékok*: a platform a játék hardveres háttere, amelyre a játékfejlesztők szoftvereiket fejlesztik. Legnagyobb platformok ezen a piacon: PC (personal computer, személyi számítógép), Nintendo (Switch), Sony (PlayStation, PS), okostelefonok és tabletek, Microsoft (Xbox), VR és AR szemüvegek, Mac számítógépek (2. ábra).
- *Fizetési rendszerek*: az első platform-típusú fizetési rendszer az USA-ban jelent meg: a Diners Club, amely tagjainak éves díjat számított fel. Később terjedt el az American Express, majd a MasterCard és a Visa. Utóbbi kettőnek az Európai Bizottságnál is voltak ügyei a bankközi fizetési díjak terén (részletesen lásd alább).

**2. ábra: A legfontosabb videojáték platformok, 2019**



Megj.: ~4000 játékfejlesztő megkérdezése alapján, több válasz adható volt, Game Developers Conference 2019.

Forrás: Saját szerkesztés <https://www.statista.com/chart/4527/game-developers-platform-preferences/> alapján



Evans (2011) szerint a platformok szabályozása terén a legnagyobb kihívások a következő területeken jelentkeznek: a releváns piac meghatározása, a piaci erő meghatározása (ez ugyanis nem elsősorban piaci részesedésből fakad, hanem az információs előnyből), belépési korlátok (amelyek a transzparencia hiánya miatt nehezen azonosíthatók és becsülhetők). Másrészt azonban a platformok olyan piaci előnyök lehetőségét hordozzák, hogy a versenykorlátozó magatartásokat könnyen elsöpörheti az előnyök kihasználásáért folytatott verseny – a platformok túlzott szabályozása így feltétlenül kerülendő.

A platformokon belül alkategóriát képeznek az *internet-alapú*, azaz *online platformok*. Az újonnan fejlődő platformok túlnyomó többsége ebbe a kategóriába tartozik. Az Európai Bizottság megállapítása szerint<sup>3</sup> az online platformok (pl. keresőmotorok, közösségi média, elektronikus kereskedelmi platformok, alkalmazásboltok, ár-összehasonlító honlapok) egyre központibb szerepet töltenek be a társadalmi és gazdasági életben: lehetővé teszik, hogy a fogyasztók interneten keresztül információt gyűjtsenek, valamint hogy a vállalkozások kihasználják az e-kereskedelem nyújtotta lehetőségeket. Az online platformok rendelkeznek bizonyos jellemző tulajdonságokkal, például hogy a használók közötti (többek között üzleti) interakciókat elősegítő információs és kommunikációs technológiákat alkalmaznak, az ezen interakciókról történő információkat összegyűjtik és felhasználják, valamint olyan hálózati hatásokat generálnak, amelyek a platformok használatának értékét azoknak felhasználói köre bővülésével egyenesen arányosan növelik – így tehát a platformok domináns szereplővé válását inherens módon elősegítik.

A platformok ugyanakkor aggályokat vetnek fel. Bizonyos platformok ugyanis ellenőrizhetik az online piacokhoz való hozzáférést (mind a kínálati, mind a keresleti oldal szereplői tekintetében), valamint jelentős befolyást gyakorolhatnak arra, hogy egyes szereplők hogyan részesülnek a keletkező előnyökből. A platformok tehát új, nagy és speciális, korábban nem tapasztalt típusú piaci dominanciával bíró aktorok, amelyek az EU belső piacán is megjelentek és egyre inkább befolyásoló szerepre tettek szert, európai uniós szabályozásuk így elkerülhetetlenül szükségessé vált.

## A platformok és digitális piacok uniós szabályozásának keretei

Mielőtt rátérünk a vonatkozó EU-s stratégiák mint szabályozási keret ismertetésére, néhány elméleti és gyakorlati kihívást járunk körbe. A kihívások lényegében a dinamikusan fejlődő digitális piacok és a meglévő uniós szabályozás között kialakult hiányok és ellentmondások, valamint a szabályozás hatékonysága (pontosabban annak megkérdőjeleződése) tekintetében lépnek fel.

### Elméleti és gyakorlati kihívások

Jean-Claude Juncker, az Európai Bizottság 2014-ben hivatalba lépő elnöke – más területekhez hasonlóan<sup>4</sup> – az európai piacsabályozás terén is megújította a bizottsági működést, felismerve és érvényesítve azt, hogy a különböző elemzési, szabályozási és beavatkozási területek végső soron ugyanarra a piacra, gazdaságra vonatkoznak. Ennek megfelelően Főigazgatóságokon átívelő, tematikus munkacsoportok megszervezését indította el, akik – külső tanácsadókkal, szakértőkkel kiegészülve – rendszeresen találkoztak és eszmét cseréltek. A folyamatokat nyilvános konzultációk és tematikus

---

<sup>3</sup> <https://digital-strategy.ec.europa.eu/hu/policies/online-platforms>

<sup>4</sup> Pl. közös kül- és biztonságpolitika, európai gazdasági kormányzás, kereskedelem- és fejlesztéspolitiká.

Eurobarometer felmérések is kísérték. Ezek alapján fejlődött a szabályozás is, koordinált és komplex módon.

A 2015-ös digitális egységes belső piacra vonatkozó stratégiában (EB 2015b) még egy olyanfajta irányjelölés történt meg, miszerint a digitális gazdaság lendületes terjedése ellenére nincs szükség az európai piacsabályozási joganyag további bővítésére, sőt, ez nemhogy nem jelentene előrelépést, de nehezítené a piaci működést, és ezáltal gátolná az Európai Unió versenyképességét. A kívánatos irány sokkal inkább a létező szabályoknak a digitális gazdaság új jelenségeire, szereplőire való megfelelő interpretálása volt (iránymutatások, *guidelines* formájában, valamint a versenyügyek magyarázataiban és az esetleges bírósági ítéletekben). A leglényegesebb érintett meglévő szabályozási területek a versenyszabályozás és a fogyasztóvédelem voltak.<sup>5</sup>

A *versenyszabályozó* feladatkörének főbb elemeit Kiss (2007) a következőkben definiálta: a verseny elősegítése; a piacra belépés előtti akadályok felszámolása; egységes, diszkriminációmentes és igazságos piaci feltételek megteremtése a piaci szereplők számára; a hatékonyság és innováció ösztönzése; optimális kockázatvállalás ösztönzése; piacról kilépés költségeinek minimalizálása. Mindez a digitális gazdaság vonatkozásában is értelmezhető, sőt, értelmezendő. A digitális egységes piaci stratégia különösen az egységes és igazságos versenyfeltételek megteremtésének fontosságát hangsúlyozza.

A versenyfeltételek közül a digitális gazdaság terén a piaci hatékonyság kulcsfontosságú, nemcsak a verseny, de a globális versenyképesség biztosítása érdekében is. Az Európai Unió versenyszabályozásának – a tisztességes piaci verseny biztosítása mellett – explicit célja a technikai fejlődés támogatása, gyorsítása is. A digitális gazdaságban ez elsősorban a kutatás-fejlesztést támogató környezet biztosításában, illetve az innovációk piacra vezetésének támogatásában, az e tevékenységek előtt álló akadályok lebontásában kell, hogy tetőt öltöjön (Pelle 2014). A közgazdasági elmélet az innováció és a verseny között egy fordított U-alakú összefüggést mutat, vagyis az innováció erősödése egy bizonyos pontig – csökkenő ütemben, de – erősödő versenyt eredményez, majd e ponton túl az összefüggés már ellentétes (Aghion et al. 2005, Halpern – Muraközy 2015). Ez utóbbi abból fakad, hogy az innovációs verseny győztesei egy idő után erőfölénybe kerülnek, amely erőfölényükkel egyre inkább vissza is élhetnek. E tekintetben a digitális piacokon a rekordgyorsasággal rekordméretűvé duzzadó platformok jelentik a legnagyobb veszélyt.

Az EU-ban a Versenyügyi Főigazgatóság elé eddig került releváns ügyek (melyeket alább bemutatunk) már előrevetítették azt az irányt, amerre a digitális termékek és szolgáltatások piaca halad: ti. hogy egy-egy szegmensben domináns piaci szereplők piaci erejüket más, rész- vagy kapcsolódó piacokon is érvényesíteni tudják, kiszorítva így e másik piacról (is) a kisebb szereplőket, és tovább növelve ezáltal saját piaci erejüket (minden érintett piacon). A közgazdaságtan már régen leírta ezt a fajta domináns viselkedést (Church – Ware 2000), azonban a digitális piacok fejlődési dinamikája az ilyen fajta céges terjeszkedésnek is soha nem látott mértékű ütemet adott.

Mivel a digitális piacoknak értelemszerűen fogyasztói oldaluk is van, ez felveti a verseny- és piacsabályozás mellett a *fogyasztóvédelmi szabályok* közösségi szinten történő rögzítését e piacok vonatkozásában is (Cseres 2012). Az Európai Unió néhány éve bevezette a fogyasztói piacok eredménytáblát (*Consumer Markets Scoreboard*), amelynek célja, hogy azonosítsa azokat a fogyasztói piacokat, amelyek nem kellően jól működnek – gazdasági és társadalmi szempontokat egyaránt

---

<sup>5</sup> Mind a tagállamokban, mind az EK/EU szintjén már az 1970-es évek óta találunk ágazati szabályozó hatóságokat, amelyek az internetes/digitális gazdaság szabályozóivá is váltak egyes területeken, pl. média, tőkepiacok (Kovács 2008). Ezzel együtt az utóbbi időben a szabályozott piacokon is egyre több olyan új jelenség alakult ki, amelyek feszítik a hagyományos szabályozás-gazdaságtan kereteit (Kiss 2007).

figyelembe véve. A 2016-os eredménytábla (EU 2016) már foglalkozott a digitális egységes piaccal is, és főbb megállapításai között szerepel, hogy ezen piacokon is érvényesíteni kell a szokásos fogyasztóvédelmi standardokat. Konkrétan az *internet-szolgáltatások piaca* az egyik leginkább problémás az EU szolgáltatási piacai közül. Az internet-szolgáltatás a legtöbb esetben telekommunikációs szolgáltatási szerződések keretében történik – ezek terén pedig a szolgáltatóváltás költséges, különösen ami a döntéshez szükséges információk megszerzését illeti. Továbbá a fogyasztói tudatosság e piacokon még nem kellő szintű. Ennek (fogyasztók adott szolgáltatóhoz kötése) versenyügyi vonatkozásai is lehetnek. Ami az *e-kereskedelmet* illeti, 2020-ban az EU belső piacán a fogyasztóknak már 71%-a vásárolt online és 63%-uknak volt az e-kereskedelemben bizalma, ami 2014-hez képest 6%pontos emelkedés, illetve 43%-uknak volt bizalma másik EU-beli országból történő online vásárlásban, 2014-hez képest 7%pontos emelkedést mutatva (EU 2021).

Egy másik, fogyasztóvédelmi szempontból erőteljesen érintett terület a *lakossági pénzügyi szolgáltatások piaca*, ahol a digitális/online megoldások szintén dinamikusan terjednek. Az Európai Bizottság ezen szolgáltatási szegmens tekintetében keresi az egységes piac megteremtésének lehetőségeit. A folyamat egy Zöld könyv (EB 2015a) publikálásával kezdődött 2015 decemberében. A dokumentum a digitalizációt alapvető jelentőségűnek tartja a lakossági és kisvállalkozói pénzügyi szolgáltatások határon átnyúló, valódi egységes piacának megteremtése szempontjából, a digitalizáció ugyanis megkönnyíti az információszerzést és a szolgáltatáshoz való hozzáférést egyaránt, egyúttal új pénzügyi és fizetési termékek megjelenését hozza magával, miközben a földrajzi elhelyezkedés jelentőségét nagymértékben lecsökkenti, ezáltal további komoly lendületet ad a piac fejlődésének. Mindazonáltal kifejezetten szenzitív szolgáltatási szegmensről van szó, ahol a bizalom alapvető jelentőségű – ez a bizalom pedig, és így a piac maga is, egyelőre nemzeti határok mentén töredezett. Másrészről a fogyasztóvédelmi szempontok érvényesülése e szektorban kiemelkedő jelentőségű, amit viszont a Bizottságnak feltétlenül monitoroznia kell, folyamatosan.

Az Európai Bizottság felkérésére 2016-ban készült egy tanulmány arról, hogy a digitalizáció és innováció milyen szerepet játszik a lakossági pénzügyi szolgáltatások és biztosítások egységes uniós piacának kiépülésében (Bouyon és szerzőtársai 2016). A tanulmány megállapítja, hogy a szektorban a határon átnyúló ügyletek aránya alacsony, a szereplők és ügylettípusok viszont nagy változatosságot mutatnak. Az ilyen tranzakciókban a főszereplők azok a platformok, amelyek fizetési szolgáltatásokat nyújtanak, és amelyek bankszámlákkal vannak összekötve. A bankszámlák részben elektronikus pénztárcák. Néhány FinTech cég, köztük *peer-to-peer* platformok is, nem megfelelően fedezett fogyasztói hiteleket is nyújtottak. Fogyasztói oldalon az elsődleges szereplők fiatalok és jól képzettek. Azonosítható a magasabb kamatok realizálása céljából történő külföldi befektetési szolgáltatások digitális igénybevétele is. A digitális pénzügyi szolgáltatások EU-szintű terjedése előtti akadályok leginkább olyan hiányok, amelyek a hagyományos pénzügyi szolgáltatásnyújtásnál adódtak (fogyasztói oldalról a személyes találkozás és tanácsadás bizalomépítő hatása, szolgáltatói oldalról a fogyasztók mély ismerete) (Bouyon és szerzőtársai 2016).

Szabályozási szempontból a digitális gazdaság tekintetében, annak jellegéből fakadóan gyakorlatilag szükségszerű, hogy a szabályozó csak követni tudja a piaci fejleményeket. A digitális gazdaság innovativitásának és a jogszabály-alkotás nehézségének együttes fennállásából következően a szabályozó nem tudja proaktív módon alakítani a piaci folyamatokat, az újonnan kialakuló piacok szerkezetét nem tudja előzetesen a kompetitív piac irányába terelni. A kihívás még nagyobb az uniós egységes belső piacon, amely egyrészt nemzeti szabályozási sémák és fogyasztói szokások mentén töredezett, másrészt az uniós döntéshozatali eljárás nehézségének terhét is magán viseli.

## A 2015-ös Digitális belső piaci stratégia

2015-ben az Európai Bizottság útnak indította az *Európai digitális egységes piaci stratégiát* (EB 2015b). Ebben – többek között – olyan konkrét célok szerepelnek, mint „a célnak megfelelő szabályozási környezet kialakítása a platformok és közvetítők vonatkozásában” (12. old.), vagy „versenyjogi vizsgálat indítása az e-kereskedelmi ágazatban, az internetes termékkereskedelemre és az internetes szolgáltatásnyújtásra vonatkozóan” (22. old.). A stratégia szorosan illeszkedik a Juncker-Bizottság politikai programjához (Juncker 2014), amely mindenképpen új korszakot kívánt nyitni – többek között – az Európai Unió piacsabályozási gyakorlatában is. A megfogalmazott menetrend tíz pontja a munkahelyteremtés, a növekedés, valamint a méltányosság és demokratikus változás prioritásokhoz kapcsolódott. A tíz pont közül a második volt „az összekapcsolt digitalizált egységes piac” (Juncker 2014, 6. old.). A stratégia három pillérré épül. Első pillére az *internetes termékek és szolgáltatások elérhetőbbé tétele* az európai fogyasztók és vállalkozók számára; második pillére a *digitális hálózatok és szolgáltatások fellendülését elősegítő feltételek* megteremtése; harmadik pillére pedig az európai digitális gazdaság *növekedési potenciáljának* maximalizálása. A középső, második pillér alá, a feltételek megteremtése közé tartozik „a tisztességes versenyt és az egyenlő versenyfeltételeket biztosító szabályozási környezet” (EB 2015b, 4. old.) kialakítása és működtetése.<sup>6</sup>

A digitális belső piaci stratégia kiindulópontja, hogy az információs és kommunikációs technológiák mára nem külön ágazatként jelennek meg a gazdaságban, hanem annak minden szektorát átszövik, szervesen és intenzíven beágyazódva a termékekbe, szolgáltatásokba, folyamatokba – olyannyira, hogy napjainkra egész életvitelünket és munkamódszereinket áthatják már. Annak, hogy a digitális termékek és szolgáltatások terén is egységes európai piacot kell alkotni – okos szabályozás révén –, az adja létjogosultságát, hogy a kihívások messze túlmutatnak a tagállamok kezelési hatáskörén. Ráadásul, ha a digitális gazdaság szabályozása a tagállamok mentén töredezetten történik, azzal Európa egésze szenved a világgazdaságban hátrányt legnagyobb versenytársaival, elsősorban az e technológiák kifejlesztésének és alkalmazásának piacain világszerte vezető Amerikai Egyesült Államokkal szemben.

A bizottsági program szerint a digitális technológiák soha nem látott, határtalan lehetőségeket kínálnak az emberiség számára, a cél minél jobban kihasználni ezeket. Szabályozni kell ugyanakkor a folyamatokat, továbbá a közösségi versenyszabályozásnak alkalmasnak kell lennie a digitális piacra vonatkoztatva is. A szabályozásnak – és a versenyjog alkalmazásának – elsősorban az egyenlő versenyfeltételek megteremtését kell biztosítani e piacokon is. A digitális gazdaság legnagyobb hozadéka – az öt év alatt elérhető 250 milliárd euró növekedési többleten felül – egy élénk tudásalapú társadalomban és több százezer új, főleg fiatalok számára elérhető munkahelyben testesül meg (Juncker 2014).

A *digitális technológiák* hagyományosnak tekinthető ágazatok piacait is átalakítják. A digitális megoldások különösen gyorsan terjednek a *távközlésben* (internet-alapú kommunikáció) és a *médiaszolgáltatásokban* (különösen az okostelefonokon történő médiafogyasztás és a letölthető médiatartalmak piacain). A stratégia külön alfejezetet (3.3.) szentelt a *platformoknak* és *közvetítőknak*. A számos platform típus közül hangsúlyos figyelem fordítódik az *internetes keresőprogramokra*, *közösségimédia-felületekre*, az *elektronikus kereskedelem* legnagyobb felületeire, a *számítógépes és mobilalkalmazások online áruházaira*, valamint az *ár-összehasonlító oldalakra*. Ezek azok a platformok ugyanis, ahol az információk birtokosaként operáló platformtulajdonosok piaci erejét a Bizottság a legnagyobbnak és legmeghatározóbbnak tartotta. Ezen platformok ráadásul működésük során további

---

<sup>6</sup> E célt a stratégia 3. pontja részletesen is kifejti, mi most e pontnak is csak a digitális piacsabályozási részeire koncentrálnunk.

hatalmas és exponenciálisan növekedő *adathalmazt generálnak*, amelyből algoritmusok alkalmazásával *további felhasználható információkat nyernek* a platform mindkét oldalának használóiról (szolgáltatók és fogyasztók).

A Bizottság szerint a platformok előnyei, hogy megújítják a digitális gazdaságot, lehetőséget kínálnak a hatékonyság növelésére, segítik a kisebb vállalkozásokat új piacok elérésében, új munkahelyeket generálnak, valamint könnyebbé teszik a fogyasztók számára az informálódást, a termékek és szolgáltatások elérését. A platformok mindazonáltal kihívásokat is állítanak a gazdasági szereplők elé, elsősorban azáltal, hogy régi, jól bevált üzleti modelleket „hatástalanítanak” (amivel komoly bizalmatlanságot és ellenérdekeltséget teremtenek hagyományos domináns piaci szereplőkben), míg más, új megoldásokat sikerre visznek. Lényeges továbbá, hogy a digitális gazdaság terjedése révén létrejövő új munkahelyekhez olyan speciális tudásra és készségekre van szükség, amelyek jelenleg nem illeszkednek a munkaerőpiac kínálati oldalának tudásához és készségeihez.<sup>7</sup>

Valójában minél sikeresebb egy platform működése – különös tekintettel a keletkező új adatok információvá alakítására –, annál gyorsabban nő a használóinak száma (a piac mindkét oldalán), és ezáltal piaci ereje. A platform részéről a saját működése során nyert információk felhasználása komoly versenyszabályozási aggályokat vet fel, elsősorban a következő területeken:

- a *platform információ-előnye* növeli alkupozícióját a piac mindkét oldalán, ám ez az előny nehezen mérhető;
- *átláthatatlan*, hogy a platformok miként juttatják egyes ügyfeleiket előnyös helyzetbe másokkal szemben (pl. keresés során találati sor elején való megjelentetés);
- sokszor *bújtatottan saját szolgáltatást promotálnak* versenytársak kárára;
- *árazási politikájuk, árképzési és értékesítési feltételeik kialakítása* a szabályozó szemszögéből – épp az információs aszimmetria folytán – nehezen megítélhető;
- a platformok sokszor az egy adott piacon fennálló erejüket más piacon is tudják érvényesíteni.

Mindezen kérdéseket a közösségi versenyszabályozás a digitális piacokról és szolgáltatásokról szóló rendeletek hatályba lépéséig csak az egyes versenyügyi esetekben való alkalmazás során tudta case-by-case módszerrel megválaszolni.<sup>8</sup>

A stratégia egyes elemeiről a Bizottság nyilvános konzultációkat folytatott le. Az online platformokra vonatkozó konzultáció 2015. szeptember 24-től 2016. január 6-ig zajlott. A konzultáció eredményeiből néhány fő trend kirajzolódott. Először is, az egyének és vállalkozások *nagy arányban ismerik fel az online platformok előnyeit*, ami ezek használatára készíteti őket. Az előnyök elsősorban abban öltenek testet, hogy az információhoz való hozzáférés és a kommunikáció a piac két oldala között könnyebbé válik – a kínálat könnyebben találja meg keresletét és viszont –, új üzleti lehetőségek nyílnak meg, és a platformok révén bővül a termékek és szolgáltatások választéka a fogyasztó számára.

A konzultáción részt vevők többsége *tudatában volt az online platformokkal kapcsolatos problémáknak* (Gawer 2016). Az üzleti szereplők érzékelése szerint jogsértés, inkonzisztens szabályozás, és nem-tisztességes üzleti magatartás egyaránt előfordul a platformok vonatkozásában. Utóbbiak közül leginkább a választék hiányát, a szerződési feltételek nem tisztességes megállapítását,

---

<sup>7</sup> Ez felveti az oktatási rendszerek adaptálásának igényét – ennek kifejtése azonban túlmutat jelen vizsgálatunk keretein.

<sup>8</sup> A teljesség kedvéért jegyezzük meg, hogy a digitális egységes piaci stratégiának a feltételek megteremtésére vonatkozó második pillére alá tartoznak még olyan kérdések is, mint az interneten elérhető jogellenes tartalmak elleni küzdelem, a digitális szolgáltatásokba vetett bizalom, illetve az e szolgáltatások (infrastrukturális és virtuális) biztonságának növelése – ezek részletesebb vizsgálatától eltekintünk.

és – kisebb mértékben – a transzparencia és semlegesség hiányát említették az üzleti válaszadók. A fogyasztók és egyének ugyanakkor a jogszabályok érvényesülése-érvényesítése terén fogalmaztak meg elsősorban negatív tapasztalatokat. Az egyéni és vállalkozói válaszadóknak is nagy többsége látta úgy, hogy *a platformoknak nagyobb transzparenciával kellene működniük*, különös tekintettel a keresési eredményekre, valamint a kínálati oldal mechanizmusaira általában. Aggályos továbbá, hogy nem lehet pontosan tudni, a platformok milyen adatokat gyűjtenek (mindkét oldali) használóikról, és pontosan milyen üzleti feltételek mellett működnek. Érdekes módon a platformok viszont úgy gondolták, elegendő információt közölnek ügyfeleikkel és felhasználóikkal e tekintetben. A konzultáció résztvevőinek többsége alapvetően a *szabályozás – önszabályozás – piaci mechanizmusok* egymást erősítő kombinációjában látja a problémákra a hatékony és eredményes megoldást.

A digitális egységes piaci stratégiához kapcsolódó számos, e tanulmányban nem részletezett további konzultáció vonatkozásában megjegyezzük még, hogy az ún. *geo-blocking* (területi alapú tartalomkorlátozás) terén találhattunk piac- illetve versenyszabályozási kérdéseket. Az egységes belső piac égisze alatt azok a piaci jelenségek tartoznak ide, amikor uniós fogyasztók másik EU-tagállamban a piaci elérés valamilyen fajta korlátozását élik meg. A geo-blocking-ra vonatkozó nyilvános konzultáció válaszadóinak több mint 90%-a gondolta úgy, hogy *az online tevékenységek földrajzi (országhatárok mentén való) korlátozása, blokkolása* jelentős akadályokat teremt az digitális egységes piacon. A geo-blocking témájában folytatott konzultáció eredményeit a Bizottság a vonatkozó, 2016. május 25-i jogszabály-javaslatába (EC 2016a) beépítette. A javaslat alátámasztása végett hatásvizsgálat is készült (EC 2016b), amely megállapította, hogy az áruk elektronikus értékesítése az egyik legnépszerűbb értékesítési csatorna az egységes belső piacon, jelentős határon átnyúló szegmennsel. A Bizottság 2016. május 25-én már konkrét jogszabályi javaslatot terjesztett a Tanács és a Parlament elé, hogy megszüntesse a geo-blocking-ot és minden további, a fogyasztó nemzetisége vagy földrajzi elhelyezkedése szerinti diszkriminációt az egységes belső piacon (EC 2016c). A rendelet (EU 2018/302) elfogadására végül 2018. február 28-án került sor, 2018. március 23-án lépett hatályba, és 2018. december 3-ától vált alkalmazandóvá a vállalkozásokra.

### A 2019-2024-es bizottsági prioritás: A digitális korra felkészült Európa

A Juncker-Bizottságot 2019. december 1-jén a von der Leyen vezette Bizottság váltotta, amely hat prioritást fogalmazott meg, ezek közül – az európai zöld megállapodásra vonatkozó után – a második helyen szerepel A digitális korra felkészült Európa célkitűzése.<sup>9</sup> Ennek keretében elfogadásra került az EU digitális stratégiája, amely maga is hozzá kíván járulni ahhoz, hogy az európai zöld megállapodásban lefektetett cél, miszerint Európa 2050-re klímasemlegessé váljon, megvalósuljon. A digitalizáció tehát önmagán túlmutató prioritás az EU-ban. A digitális korra felkészült Európa és a digitális stratégia égisze alatt számos stratégia, kezdeményezés és jogszabály-alkotási folyamat elindult az ipar, a technológia, az adatkezelés, de a világűr és az EU-USA kereskedelmi-gazdasági-technológia kapcsolatok terén is. A jogszabály-alkotás nem csak a platformokra, a digitális piacokra és a digitális szolgáltatásokra irányul (ezeket alább ismertetjük), de olyan további területekre is, mint digitális személyazonosság<sup>10</sup>, félvezetők<sup>11</sup>, vagy éppen a mesterséges intelligencia<sup>12</sup>.

---

<sup>9</sup> [https://european-union.europa.eu/priorities-and-actions/eu-priorities/european-union-priorities-2019-2024\\_en](https://european-union.europa.eu/priorities-and-actions/eu-priorities/european-union-priorities-2019-2024_en)

<sup>10</sup> EC (2021a)

<sup>11</sup> A csipekről szóló európai jogszabály (EC 2023a)

<sup>12</sup> EC (2023b)

## A platformok és digitális piacok uniós szabályozása

Tekintettel arra, hogy a digitális piacokat és szolgáltatásokat szabályozó uniós rendeletek csak 2022-2024 során lépnek hatályba, illetve kerülnek alkalmazásra, e tanulmányban a két említett jogszabály kereteinek ismertetésén felül az uniós versenyszabályok digitális piacokra, szereplőkre, vagy kifejezetten platformokra történő alkalmazását tudjuk megvizsgálni – ezt releváns versenyügyi eseteken keresztül tesszük, igyekezve rámutatni ezen új típusú piacok, szereplők és magatartások sajátosságaira a konkrét esetekben. Az esetismertetésből szándékunk szerint az is kirajzolódik, hogyan jutott el az EU digitálispiac-szabályozása a 2020-as években megszülető rendeletekig.

### Releváns versenyügyi esetek

Ahogy fentebb is említettük, a közösségi versenyszabályozás klasszikus területei közül tehát a piaci erőfölénnyel való visszaélés tilalma az, amely a digitális gazdaság meghatározó szereplői tekintetében elsősorban felmerül. Az Európai Bizottság Versenyügyi Főigazgatósága immáron sok éve vizsgál olyan IKT-szereplőket, akikkel kapcsolatban a versenyszabályozási aggályok a digitálisgazdaság-beli térnyeréssel hozhatók összefüggésbe.<sup>13</sup>

A 2000-es évek elején – Mario Monti versenyügyi biztossága idején – a Főigazgatóság honlapjának főoldaláról közvetlen link vezetett a Microsoft-dossziéhoz, amely igen vaskos volt. A Bizottság több esetben állapította meg, hogy a cég az egységes belső piacon tiltott módon visszaélt erőfölényével, és bírság megfizetésére, valamint magatartásának megváltoztatására kötelezte a(z) alapvetően) szoftvergyártót. Különös jelentőségű a *Microsoft* (AT.37792 számú) 2004-ben indult, majd 2008-ban 899 millió eurós bírsággal végződő ügye a számítógépgyártás terén fennálló erőfölénnyel történő visszaélés tekintetében. A versenykorlátozó magatartás elsősorban a *szabadalmi licenzek* mértékében és az *interoperabilitás* biztosításának feltételeiben nyilvánult meg. A Microsoft ugyan már 2007-ben lecsökkentette a licenzdíjat 3,87%-ról 0,7%-ra, az interoperabilitási díjat pedig 2,98%-ról 0,5%-ra, ám 2008-as döntésében a Bizottság a 2007 előtti magatartást büntette. A határozat a versenykorlátozó magatartás által okozott legnagyobb kárnak azt tartotta, hogy a Microsoft szabadalma által védett piacon az innovációs aktivitásnak így nem volt tere (EC 2008a).

A Microsofttal kapcsolatban a *Yahoo* keresőjének felvásárlása (M.5727 sz. eset), a *Skype* felvásárlása (M.6281 sz. eset), továbbá a *Nokia* (M.7047 sz. eset) és a *LinkedIn* (M.8124 sz. eset) akvizíciója is olyan ügyek voltak, amelyekben megjelentek a digitális piaci jelenléttel kapcsolatos szempontok. A Yahoo esetében az Európai Bizottság abból a megfontolásból engedélyezte a fúziót, hogy a Yahoo keresőjének az egységes belső piaci részesedése csak 10% körüli (ellentétben a Google 90%-os részesedésével), a Skype-felvásárlás elé pedig azért nem gördített akadályt, mert a videokommunikáció piacát oly mértékben bővülőnek találta, hogy a felvásárlás a vizsgálat konklúziója szerint nem hozza a Microsoftot erőfölényes helyzetbe. A Nokia mobil eszköz üzletágának felvásárlását olyan indoklással engedélyezte a Bizottság, hogy a két cég (Microsoft és Nokia) tevékenységének átfedése kismértékű, így az új piacra vonatkozóan a másik piacon meglévő erőfölénnyel való visszaélés esélye kicsi, illetve a mobiltelefon eszközök piacán az Apple és a Samsung olyan piaci erővel bír, hogy annak kockázata, miszerint a Microsoftból ezen a piacon erőfölényével visszaélő domináns szereplő válik, elenyésző.

---

<sup>13</sup> Az esetek és azok teljes nyilvános dokumentációja az Európai Bizottság versenypolitikai honlapjának esetkeresőjében megtalálhatók. Csak azokat a dokumentumokat hivatkozzuk közvetlenül, amelyekben valamilyen szempontból lényeges konkrét információ szerepel, egyébként az esetekre számuk szerint hivatkozunk. Az esetkereső oldal elérhetősége: <https://ec.europa.eu/competition/eiojade/isef/index.cfm>

A LinkedIn felvásárlását viszont csak feltételekkel engedélyezte a Microsoftnak a Bizottság.<sup>14</sup> A feltételek magukban foglalták, hogy a Microsoft operációs rendszerrel futó PC-ken lehessen nem installálni, illetve deinstallálni a LinkedIn-t. Ezenkívül a Microsoftnak biztosítania kellett, hogy a többi professzionális közösségi média szoftver (pl. Salesforce, Oracle, SAP) interoperabilitása a Microsoft Office programjában és annak applikációiban ne csökkenjen; illetve hogy ezek a konkurens szoftverek továbbra is hozzáférjenek a Microsoft Graph szoftverfejlesztő platformhoz és annak különböző szolgáltatásaihoz (felhő, adattárolás, kontakt adatok, naptár információk, e-mail stb.) (EC 2016d).

Az *Apple* első versenyügye a Bizottságnál 2007-ben kezdődött, és a zeneletöltések piacára vonatkozott (AT.39154 sz. eset). Az ügy jelentősége éppen abban állt, hogy a Bizottság a digitális szolgáltatások legalapvetőbb jellemzőjéből fakadó erőfölényt kifogásolta, ti. hogy az *Apple* az egységes piacon belül területi megkülönböztetést alkalmaz az *iTunes* online áruházból történő letöltések vonatkozásában, ami nemhogy ellentétes a közösségi versenyszabályokkal, de technikailag egyáltalán nem indokolt. Az ügy öröndetesen gyorsan lezárult és jól végződött: az *Apple* rövid úton megszüntette a szabályoknak nem megfelelő magatartását (EC2008b).

Az *Apple*-nek az *App Store* (saját *alkalmazásboltja*) gyakorlataival kapcsolatban 2020-ban három EU-s versenyügy is indult, mindhárom potenciálisan erőfölénnyel való visszaélés vizsgálata céljából. Egyik a *számítógépes játékokra* és *számítógépes programozásra* vonatkozik (AT.40716 sz. eset), és egyelőre csak az ügy megindítása történt meg. Indoklásként az szerepel, hogy az *Apple* visszaél erőfölényével a saját alkalmazásainak és szolgáltatásainak értékesítésekor az Európai Gazdasági Térség területén más hasonló, konkurens alkalmazásokat vagy szolgáltatásokat fejlesztő vállalkozásokkal szemben. Nagyon hasonlóak az *e-könyvek* és *hangoskönyvek* terjesztésével kapcsolatos (AT.40652 sz.), illetve a *zene streaming szolgáltatásokra* vonatkozó (AT.40437 sz.) esetek, amelyekben az *App Store* az *Apple Books* illetve az *Apple Music* alkalmazást részesíti előnyben a hivatalos felvetés szerint. A zene streaming esetben 2023. február 28-án a Bizottság kifogásokat fogalmazott meg az *Apple*-lel szemben, leginkább azt, hogy az *Apple* nem teszi megfelelően elérhetővé a fogyasztók számára, hogy hol és hogyan tudnak alacsonyabb árú streaming szolgáltatásokra előfizetni (EC 2023c).

Ugyanabban az időben, amikor az *App Store*-ral kapcsolatos ügyek elindultak, az *Apple mobilfizetési szolgáltatási* piaci magatartásával kapcsolatosan is nyitott a Bizottság egy erőfölényes ügyet (AT.40452 sz. eset), amelynek fókuszában az *Apple Pay* áll. Az indoklás szerint az, hogy az *Apple Pay* benne van az *iPhone*-ok operációs rendszerében, korlátozza ezen a digitális szolgáltatási piacon a versenyt, a konkurensek kizárásával. Az elsődleges vizsgálatok megalapozottnak találták az észrevételt, és a Bizottság határozott kifogást fogalmazott meg: az *Apple* az *iOS* platformon korlátozza a versenyt a *mobiltárcák piacán*, mivel az harmadik fél fejlesztők számára nem hozzáférhető, miközben az *NFC* (near-field communication) technológia standardizált és elérhető (EC 2022a).

Érdekes a *Motorola* 2012-ben megnyitott (AT.39985 sz.) esete is, amely éppen a két fent már említett nagy szoftveróriás, az *Apple* és a *Microsoft* közös panasa nyomán indult. A kifogás abban állt, hogy a *Motorola* bizonyos standardokat nem tartott be, amivel megnehezítette a szoftvercégek hozzáférését a *Motorola mobiltelefon termékek mint platform* piacához. Az esetet egy ponton a Bizottság elkezdte együtt kezelni a *Samsung* nagyon hasonló (AT.39939 sz.) ügyével. A két ügyben 2014-ben született a mobiltelefongyártókat elmarasztaló döntés, amely egyúttal a standardoknak való azonnali megfelelésre kötelezte őket. Ugyanakkor a Bizottság úgy döntött, hogy nem bírságolja meg a cégeket,

---

<sup>14</sup> Az összes piaci koncentrációs esetet tekintve a feltételekkel engedélyezés relatíve ritka, így annak jelentősége minden esetben nagy.



mivel ilyen típusú ügy még nem volt az EU-s bírósági gyakorlatban, a nemzeti bíróságok pedig divergens döntésekre jutottak a hasonló ügyekben (EC 2014a).

Ugyanakkor, szintén még 2012-ben, némi meglepődésre gyorsan és ellenvetés nélkül engedélyezte a Bizottság, hogy a *Google* felvásárolja a Motorola Mobility-t, amely okostelefonokat és tableteket fejlesztő cég volt (M.6381 sz. eset). A Bizottság úgy találta, hogy a tranzakció nem befolyásolja lényegesen az érintett piacokat (*okostelefonok és tabletek operációs rendszerei és ezek szabadalmainak piaca*). Mindazonáltal, a döntés ismertetésekor az akkori versenyügyi biztos, Joaquín Almunia kiemelte, hogy a Bizottság a döntést követően is szoros figyelemmel kíséri a piaci fejleményeket (EC 2012).

A *Facebook*-kal (Metával) szemben 2021-ben indult erőfölényes ügy (At.40684) a cég közösségimédia-felületének adásvételi platformjára, a *Marketplace*-re vonatkozik. A bizottsági észrevétel szerint a tech cég a Marketplace-en összegyűjtött hirdetői adatokat felhasználhatta más piacokon, például az online fizetett hirdetések piacán (EC 2021b). A vizsgálatot kifogásközlés követte, 2022 decemberében, melyben az eredeti észrevétel megerősítése mellett árukapcsolási, illetve a versenytársakkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot is kifogásolt a Bizottság (EC 2022b). Az árukapcsolásban a Marketplace online hirdetési szolgáltatása és a közösségi média platform érintett, ti. hogy utóbbinak a felhasználói automatikusan hozzáférnek az előbbihez, függetlenül attól, hogy ez szándékukban áll-e. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megtestesülését a Marketplace felhasználásának elfogadandó feltételeiben látja megtestesülni a Bizottság.

*Platform-szabályozás* terén az Európai Unióban a 2020-as években hatályba lépő rendeleteket megelőzően legjelentősebbnek a Visával és a MasterCarddal szemben folytatott, a *pénzügyi közvetítő platformokat* működtető vállalatok *díjszámítási gyakorlataira* vonatkozó vizsgálatokat tekinthetjük. A *Visa*-ügy (AT.29373 sz.) még 2000-ben indult, a *MasterCarddal* szembeni első vizsgálat (AT.34579 sz.) ennek kapcsán, 2006-ban kezdődött és végül a Bíróságnál végződött 2014-ben, miután a 2007-es bizottsági elmarasztaló döntést a MasterCard megtámadta. A Bíróság lényegében helyben hagyta a Bizottság korábbi döntését, és megerősítette a díjszámítási gyakorlat versenykorlátozó mivoltát (EC 2014b).

A MasterCarddal szemben azonban egy újabb vizsgálat (AT.40049 sz. eset) is elindult 2013-ban, amely 2019-ig tartott, és fókuszában az *interregionális* (Európa és más régiók közötti) *közvetítői díjak* álltak. Ebben az ügyben a Bizottság 2015-ben fogalmazta meg hivatalos kifogásait a MasterCard gyakorlatából szemben. A kifogás lényege az volt, hogy a MasterCard kizárja a kiskereskedőket az alacsonyabb közvetítői díjakból fakadó előnyökből. Döntés az ügyben 2019-ben született: a Bizottság 570 566 000 euróra büntette a MasterCardot a kereskedők hozzáféréseinek akadályozása miatt (EC 2019a). A döntésről tartott sajtótájékoztatón a versenyügyi biztos, Margrethe Vestager azt mondta: „Az európai fogyasztók minden nap kártyával fizetnek, amikor ételt vagy ruhát vesznek, vagy online vásárlásokat hajtanak végre. Azzal, hogy a MasterCard megakadályozta a kereskedőket abban, hogy más tagállamok bankjai által ajánlott jobb kondíciókat választhassanak piaci alapon, a MasterCard mesterségesen megemelte a kártyás vásárlások díját, amivel az EU fogyasztóit és kiskereskedőit egyaránt megkárosította” (EC 2019b). A MasterCard elfogadta a döntést, és – a Visával együtt – vállalta a versenykorlátozó magatartás megszüntetését.

A Visa és MasterCard ügyekkel szorosan összefügg az a szabályozási fejlemény, miszerint 2015. április 29-én a Parlament és a Tanács új rendeletet (2015/751) fogadott el a kártyaalapú fizetési műveletek bankközi jutalékairól (EU 2015). A rendelet a bankközi fizetések tekintetében maximális összegeket határoz meg (0,2% a fogyasztói betéti kártyák esetében, 0,3% a fogyasztói hitelkártyák esetében), és növeli ezen tranzakciók transzparenciáját. A rendelet 2015. június 8. óta hatályos.

Értelemszerűen az olyan digitális óriások, mint a *Google*, *Facebook*, *Apple* stb. óriási nyomást gyakorolnak az európai kormányzatokra és a Bizottságra egyaránt. Az utóbbi időben újabb ügyek jelzik, hogy a sokszor a színpalak mögött zajló, de annál jelentősebb politikai folyamatok a 2010-es évek második felében új szakaszba érkezhettek. Az egyik a(z AT.40099 számú) *Google*-ügy. A Bizottság 2015 áprilisában vizsgálatot indított, hogy kiderítse, a Google visszaélt-e piaci erőfölényével az *általános internetes keresőszolgáltatások* terén, valamint az *Android* készülégyártókkal és mobilhálózat-működtetőkkel szemben. Előbbi versenykorlátozó magatartás a Bizottság gyanúja szerint konkrétan úgy történt, hogy az általános keresési listázáskor saját ár-összehasonlító alkalmazását részesítette előnyben. Az *Android* vonatkozásában pedig a gyanú versenyellenes megállapodások megkötését, illetve a mobilkészülékeken mint platformokon működtetett operációs rendszerek, alkalmazások és szolgáltatások piacán a piaci erőfölénnyel való visszaélést foglalja magában. 2016 áprilisában a Bizottság kifogásközlést küldött a Google-nek az ügyben. Margrethe Vestager versenyügyi biztos a kifogásközlés megküldéséről tartott sajtótájékoztatóján a következőket mondta: „A versenyképes mobilinternet-ágazat egyre fontosabbá válik az európai fogyasztók és vállalkozások számára. Az eddigi vizsgálataink alapján úgy véljük, hogy a Google magatartása (...) gátolja a fogyasztókat abban, hogy a mobilalkalmazások és -szolgáltatások szélesebb skálájából választhassanak, és újtát állja a más piaci szereplők általi innovációnak” (EB 2016). Vagyis, újabb olyan ügy bontakozott ki, amelyben új típusú piacokon és termékek-szolgáltatások vonatkozásában került sor a meglévő szabályok alkalmazására. Hosszas vizsgálatok, valamint tanácsadói elemzések és jelentések után az ügyben 2018-ban született döntés: a Bizottság 4,34 milliárd euróra büntette a Google-t amiatt, mert az *Android* készülékeken a versenyszabályokkal össze nem egyeztethető módon segítette elő a Google saját keresőmotorjának dominanciáját. Ezt a Google úgy érte el, hogy a mobiltelefongyártóknak a Google keresőt és a *Chrome*-ot előzetesen installálni kellett készülékeikre, hogy a Google alkalmazásboltjának (*Play Store*) licenszét megkapják; ehhez a feltételhez kötötte a kifizetéseit egyes nagy gyártók felé; illetve megakadályozta, hogy a gyártók akár egyetlen olyan mobiltelefon értékesítsenek, amely nem a Google által jóváhagyott *Android* operációs rendszer verzióval (*Android forks*) futott (EC 2018).

Páratlan pénzügyi léptéket öltő, és ezzel új korszakot jelző eset a 2014-ben indult *Apple*-ügy (SA.38373 sz. eset), amely a digitális óriás *egységes piacon belüli adózási gyakorlatára* vonatkozik. Az eset az állami támogatások szabályozása alá tartozik, és az érintett állam Írország – a formális vizsgálat is a tagállammal szemben indult. Sem a magatartás, sem a szabályozási terület nincs közvetlen összefüggésben a digitális piaccal, ám mivel az érintett vállalat (az *Apple*) a digitális gazdaságban vált rövid idő alatt világméretű, meghatározó, az okostelefonok (*iPhone*) és tabletek (*iPad*) gyártásától az alkalmazás-áruházi piacokig (*iTunes*, *App Store*) számos részpiacon domináns piaci pozícióban lévő szereplővé, az ügy mégis releváns témánk szempontjából. Mégpedig elsősorban azért, mert a döntés a digitális multinacionális vállalatokkal szembeni bizottsági hozzáállás jeleként is értelmezhető, ami – mint azt mindjárt látjuk – meglehetősen kemény.

A történet valójában már 2013. június 13-án elkezdődött, egy Írországnak írt levéllel, amelyben a Bizottság információt kért arról, milyen szabályok szerint adózik az *Apple* a tagállamban. A levelezés folytatódott, majd a versenyügyi esetet a Bizottság hivatalosan 2014. február 21-én nyitotta meg, a vizsgálatot júniusban indították. A dokumentáció egyrészt az *Apple* mint multinacionális vállalat könyvelési gyakorlatának aggályos elemeire hívja fel a figyelmet, hivatkozva az OECD vonatkozó iránymutatásaira. A Bizottsági vizsgálat kimutatta, hogy az írországi adózási gyakorlat nyertese az *Apple* cégcsoport volt, vesztese az Európai Unió, a belső piacon realizált profit utáni adó meg nem fizetése révén.<sup>15</sup> 2016. augusztus 30-án a Bizottság megállapította, hogy Írország jogellenes

<sup>15</sup> A Bizottság az esetről szemléletes infografikát is készített:

[http://ec.europa.eu/competition/publications/infographics/2016\\_07\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/publications/infographics/2016_07_en.pdf)

adókedvezményt nyújtott az Apple-nek, amelynek összege a 13 milliárd eurót is elérheti. A hír futótűzként járta végig az európai és a világsajtót, a híre az Apple-vezér Tim Cook is azonnal reagált, meglehetősen felháborodottan, olyanokat mondva, minthogy az Apple évtizedek alatt felvirágoztatta az írországi Corkot, hogy a Bizottság döntése minden tény- illetve jogalapot nélkülöz, valamint hogy az Apple elkötelezett a nemzetközi adózási reformok iránt.<sup>16</sup> 2017 októberében a Bizottság az Európai Bíróság elé vitte az ügyet, mivel Írország addig még mindig nem számolta ki és nem gyűjtötte be az Apple-nek a Bizottság szerint illegálisan juttatott állami támogatást (EC 2017a). A Bíróság 2020. július 15-én hozott ítéletet (száma: ECLI:EU:T:2020:338), melyben megsemmisítette a Bizottság 2016-os határozatát. Ezzel együtt az ügy nagyban hozzájárult a digitális piacokról szóló jogszabály megszületéséhez, tartalmához, különösen a platformok (kapuőrök) erejét és lehetséges illegális magatartásait illetően.

Az *Amazon* (amely Nemeslaki (2010:275) megfogalmazásában „[a]z online kereskedelem kályhája, számtalan üzleti modell kitalálója, innovációs alkalmazások kiindulópontja”), szintén adózási gyakorlata miatt került az EU versenyszabályozásának látóterébe. A luxemburgi állami támogatási ügy kapcsán (SA.38944 sz. eset), amelyben a Bizottság az Apple-höz hasonlóan az adott tagállammal megkötött adózási megállapodás tekintetében gyanított az uniós versenyszabályokkal (állami támogatások tilalmával) össze nem egyeztethető magatartást, 2017 októberében született döntés, miszerint Luxemburg 250 millió euró értékű tiltott állami támogatást nyújtott az Amazonnak, adóengedmény formájában.<sup>17</sup> A döntés bírsággal nem sújtotta a tagállamot, ellenben az Amazont az elmaradt adó megfizetésére kötelezte (EC 2017b). A Bíróság azonban ítéletében (ECLI:EU:T:2021:252) ezt a határozatot is megsemmisítette 2021. május 12-én.

### Legújabb uniós szabályozás: platformok, digitális piacok, digitális szolgáltatások

A 2020-as évekre tehát eljutott oda az EU-s piacsabályozás, hogy a versenyszabályozási keretek már nem elegendőek a digitális piac szereplőinek és a digitalizált gazdasági tevékenységeknek szabályozására az egységes belső piacon. A felismerés óta három lényeges jogszabály került elfogadásra.

Némileg meglepő módon a platformok közül először az adapterek és konverterek szabályozása történt meg az EU-ban. A piacvizsgálatok ezen platformok vonatkozásában azt állapították meg, hogy a szereplők az interoperabilitás akadályozásában érdekeltek (Kerber – Schweitzer 2017), amelynek „sikeres” megvalósítása esetén erőfölényes helyzetbe kerülnek, amellyel aztán nagy valószínűséggel visszaélnek. Több éves előkészítő munkát követően az EU Tanácsa végül 2022. október 24-én fogadta el a köznyelvben „USB-C törvény”-ként aposztrofált jogszabályt (EU 2022a), amely jogforrástípusát tekintve irányelv, és valójában egy 2014-es irányelv módosítása. Az eredeti irányelv a rádióberendezések (radio equipment) forgalmazására vonatkozó tagállami jogszabályok harmonizációjára vonatkozott – a szóhasználat is jelzi, hogy a technológia és a piacok mennyivel előrébb járnak, mint a szabályozás. A mind jogilag, mind technológiailag igencsak technikai jellegű jogszabály végeredményben arról szól, hogy a rádióberendezésnek minősülő digitális eszközök<sup>18</sup> vezeték nélküli töltését USB-C típusú töltőcsatlakozással is el kell látni. Az irányelv rendelkezéseit a

<sup>16</sup> <http://www.apple.com/ie/customer-letter/>

<sup>17</sup> A vizsgálat megállapításairól készített bizottsági grafika elérhetősége:

[https://ec.europa.eu/competition/publications/infographics/2017\\_05\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/publications/infographics/2017_05_en.pdf)

<sup>18</sup> A jogszabály tételesen felsorolja a szabályozás hatálya alá tartozó eszközöket: kézi mobiltelefonok; táblagépek; digitális kamerák; fejhallgatók; mikrofonos fejhallgatók; kézi videojáték-konzolok; hordozható hangszórók; e-könyv-olvasók; billentyűzetek; egerek; hordozható navigációs rendszerek; fülhallgatók; laptopok.

tagállamoknak 2023. december 28-ig kell saját nemzeti jogrendszereikben elfogadniuk és kihirdetniük, a rendelkezések alkalmazása pedig 2024. december 28-tól alkalmazandó minden eszközcsoportra, kivéve a laptopokat, melyek esetében a jogalkalmazás kezdő dátuma 2026. április 28.

A *digitális piacokról szóló jogszabály* (Digital Markets Act, DMA) (EU 2022b) kifejezetten a platformokat célozza, melyeket kapuőröknek (gatekeeper) nevez. A szabályozó az elnevezéssel is érzékeltetni kívánja azt a kitüntetett szerepet és különleges piaci erőt, amelyet ezen vállalatok birtokolnak. A jogszabály elsődleges célja, hogy a platform-alapú piacokon, szektorokban is érvényesüljenek a tisztességes verseny feltételei és tényleges verseny működjön, illetve hogy a kapuőr inherensen erőfölényes helyzetével ne éljen vissza. Ennek megfelelően a platformoknak biztosítaniuk kell az interoperabilitást, üzleti felhasználók számára az általuk generált adatokhoz való hozzáférést, hirdetőik számára az ellenőrzést, valamint üzleti felhasználók számára nem írhatnak elő kizárólagosságot, hanem biztosítaniuk kell azok szabad hirdetését és szerződéskötését. Tiltott magatartásnak minősül a saját szolgáltatás előre rangsorolása, vásárlók számára harmadik féllel való kapcsolatfelvétel megakadályozása, deinstalláció megakadályozása, valamint a végfelhasználók tevékenységének nyomon követése célzott hirdetés megjelenítés végett (kivéve, ha ehhez a felhasználók explicite hozzájárulnak).

A jogszabály meghatározza a kapuőr státusz kritériumait is, amelyek a következők: domináns piaci helyzet, közvetítői szerep, valamint ezek legalább három éve való fennállása. A rendelet hatályba lépésének dátuma 2023. május 2. A releváns platformoknak ezt követően kéthónapos időkeret áll rendelkezésükre, hogy kapuőr státuszukat bejelentsék az Európai Bizottságnak, és a jogszabály által előírt adatszolgáltatási kötelezettségüknek is eleget tegyenek. A Bizottság ezen időszakot követően vizsgálja a megfelelést (compliance), emellett piaci vizsgálatokat végez, jogérvényesítési céllal. A jogszabályi előírásoknak való nem-megfelelés esetén a kapuőr vállalat globális forgalmának 10%-ára büntethető, amely ismételt jogszabályi nem-megfelelés esetén a forgalom legfeljebb 20%-ára nőhet. Ideiglenes jogszabálysértés esetén a büntetés mértéke legfeljebb a napi forgalom 5%-a, a jogszabályellenes magatartás idejére vonatkozóan.

Carugati (2022) értékelése szerint a következő vállalkozások minősülnek kapuőrnek a digitális piacokról szóló jogszabály értelmében: a négy legnagyobb Big Tech cég, vagyis az Alphabet (Google, YouTube), az Amazon, az Apple, a Meta (Facebook, Instagram, Messenger, WhatsApp) és a Microsoft, továbbá az Airbnb, a Booking, az Oracle (felhőszolgáltatása), a PayPal, a Salesforce, az SAP, az Uber, és a Zoom. A Big Tech erősen lobbizott a jogszabály elfogadása ellen, azonban megakadályozni nem tudták azt (Cini – Czulno 2022).

A *digitális szolgáltatásokról szóló jogszabály* (Digital Services Act, DSA) (EU 2022c), melyet 2022. október 19-én fogadtak el és 2024. február 17-től alkalmazandó, céljait tekintve nagyban hasonlít a digitális piacokról szólóhoz, azonban a rendelet tárgyából (szolgáltatások) következően ebben nagyobb hangsúlyt kapnak a fogyasztóvédelmi szempontok és egyéb jogok (pl. gyermekek jogai, legális kereskedelem). A rendelet nem piaci magatartásokra fókuszál, hanem olyan vállalatokra, amelyek a következő digitális szolgáltatásokat nyújtják: internetszolgáltatók, doménnév-szolgáltatók, tárhelyszolgáltatók, online piactér szolgáltatók, alkalmazásboltok, kollaboratív platformok, valamint közösségimédia-platformok. A rendelet kötelezettségeket ír elő a vonatkozó vállalatokra, úgymint – többek között – átláthatósági jelentéstétel, alapvető jogok figyelembevételén alapuló szolgáltatási feltételek, kapcsolattartási pontok, felhasználók tájékoztatása, panaszkezelési és jogorvoslati mechanizmus, adatok megosztása a hatóságokkal.

## Összegzés és értékelés

A digitális gazdaság szabályozása nem könnyű feladat. A digitalizáció jellegéből fakadóan a szabályozó szükségszerűen követő magatartást tud csak tanúsítani. Ezzel együtt a piaci fejleményekkel történő lépéstartás alapvető követelmény a piaci szereplők részéről, az Európai Bizottsággal szemben is.

Az EU-ban eddig tapasztalt, jobbra a case-by-case módszert követő szabályozás alapján megállapíthatjuk, hogy a digitális piacok európai szabályozása ugyanolyan módon fejlődik, mint amit a versenyszabályozásnál korábban – például a liberalizációs folyamatok során – megtapasztalhattunk (Pelle 2009): egy-egy jogeset felhívja a figyelmet a (sokszor új típusú jelenségekből vagy szereplőkből fakadó) piaci és/vagy szabályozási elégtelenségekre, amit vizsgálat és nyilvános konzultáció követ. Ezután az összegyűjtött tudás és szempontrendszer alapján az Európai Bizottság jogszabályi javaslatot terjeszt elő, amely – az uniós döntéshozatali eljárás eredményeképpen – közösségi jogszabályban ölt testet. Előfordul, hogy nem történik jogszabály-alkotás, csak kiegészül a jogszabály-értelmezés, például iránymutatások formájában.

Könnyen elképzelhető, hogy az egységes belső piacon a digitális gazdasági szereplők, különösen az online platformok ön-, illetve együttműködés szabályozása lesz a mérvadó. Ezen alternatív szabályozási formák gyorsan változó ágazatokban jellemzőek, és akkor reálisak, ha a hatósági szabályozással történő beavatkozás kevesebb hasznot hoz, mint amennyi zavart a szabályozás hiánya a piacon okoz, illetve amennyiben a piaci szereplők és a társadalom egyaránt érdekelték a szabályoknak való megfelelésben (compliance), bizonyos pozitív piaci externáliák internalizálásában (Muraközy – Valentiny 2012).<sup>19</sup> Véleményünk szerint ezek a feltételek a digitális gazdaság, a digitális piac tekintetében fennállnak, illetve elősegíthetők. Ebből egyúttal az is következik, hogy az uniós szabályozónak célszerű az önszabályozás ösztönzése irányába terelni a digitális egységes piac szabályozási folyamatait.

A digitális egységes piac stratégia alapvetően előremutató volt és nagy változásokat hozott az uniós digitálispiac-szabályozásban. A digitális piacokról szóló jogszabály tulajdonképpen a meglévő versenyszabályozást egészítette ki a platformok mint új típusú szereplők magatartása szabályainak lefektetésével, míg a digitális szolgáltatásokról szóló jogszabály a fogyasztóvédelmi szabályozást egészíti ki inkább, a rendelet hatálya alá tartozó szolgáltatási tevékenységek vonatkozásában.

Fő összegző következtetésként megállapíthatjuk, hogy az európai szabályozó előtti kihívás nagy, amikor a digitális gazdaságban, az online piaci térben kívánja az egységes belső piacra vonatkozó legfontosabb alapelveket (tisztességes és kellően intenzív verseny) hatékonyan érvényesíteni, miközben a tágabb EU-s érdekeket (globális versenyképesség) és értékeket is szem előtt tartja. A digitális gazdaságban a változások gyorsak, ezeket a szabályozás szükségképpen csak lekövetni tudja, ha egyáltalán. A piacok dinamikus természete mindazonáltal az ön- és együttműködés szabályozás mint alternatív lehetőség okos kiaknázására hívja fel a figyelmet.

A téma láthatóan napirenden van az Európai Bizottságban, a feladat (elméleti szinten) világos, és a szabályozással összefüggő politikai gazdaságtani folyamatok – jogszabály-javaslat, nyilvános konzultáció, megnyitott illetve lefolytatott vizsgálatok, megállapított jogsértések, valamint jogszabály-alkotás – arra engednek következtetni, hogy az Európai Bizottság elkötelezett egy tisztességes, átlátható, minden szereplő számára egyenlő versenyfeltételeket biztosító egységes digitális európai piac kiépítése és felügyelete mellett.

---

<sup>19</sup> Az önszabályozás jelenségét az egységes belső piacon már az 1990-es évek elejétől tapasztalhatjuk, például a reklámozás, vendéglátás, turizmus, bizonyos ügynöki tevékenységek, valamint az internet-szolgáltatások piacain (Muraközy – Valentiny 2012).

## Felhasznált szakirodalom

Aghion, P. – Bloom, N. – Blundell, R. – Griffith, R. – Howitt, P. (2002): *Competition and innovation: An inverted U relationship*. NBER Working Paper No. 9269. National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA, USA.

Belényesi, P. (2016): Digitális platformok és a Big Data. In: Valentiny, P. – Kiss, F. L. – Nagy, Cs. I. (szerk): *Verseny és Szabályozás 2016*. MTA KRTK Közgazdaságtudományi Intézet, Budapest, pp. 127-162.

Boda, Gy. – Juhász, P. – Stocker, M. (2009): A tudás mint termelési tényező. *Köz-gazdaság*, 4 (3):117-132.

Brynjolfsson, E. (2002). *Understanding the digital economy: Data, tools, and research*. MIT Press, Boston.

Bouyon, S. – De Groen, W. P. – Simonelli, F. – Renda, A. – Lannoo, K. – Di Salvo, M. – Amariei, C. – Torkkeli, M. – De Smet, D. – McCarthy, J. B. – Adam, F. – Carton, F. – Fitzgerald, C. – McCarthy, S. – Tan, K-T. – Hayes, J. (2016): *Study on the role of digitalisation and innovation in creating a true single market for retail financial services and insurance*. Final Report, FISMA/2015/075D, European Commission D-G. for Financial Stability, Financial Services and Capital Markets Union, Brussels.

Carugati, Ch. (2022): *Which mergers should the European Commission review under the Digital Markets Act?* Policy Contribution 22/2022, Bruegel, Brussels.

Church, J. – Ware, R. (2000): *Industrial Organization: A Strategic Approach*. McGraw-Hill, New York, NY, USA.

Cini, M. – Czulno, P. (2022): *The Origins of the Digital Markets Act: Explaining Policy Change*. VISTA Policy Paper No. 2/2022. CEPS, Brussels – Istituto Affari Internazionali, Roma.

Cohen, J. (2017): Law for the Platform Economy. *UC Davis Law Review*, 51 (133):133-204.

Cseres, K. (2012): Együtt vagy külön? Intézményi megoldások a fogyasztóvédelem és a versenyjog területén. In: Valentiny, P. – Kiss F. L. – Nagy Cs. I. (szerk): *Verseny és szabályozás 2012*. MTA KRTK Közgazdaságtudományi Intézet, Budapest, 61-98.

Elsner, W. – Heinrich, T. – Schwardt, H. (2014): *The Microeconomics of Complex Economies: Evolutionary, Institutional, Neoclassical, and Complexity Perspectives*. Elsevier, Amsterdam et al.

Evans, D. S. (2011): Antitrust Economics of Two-Sided Markets. In: Evans, D. S. (ed.): *Platform Economics: Essays on Multi-Sided Businesses*. Competition Policy International, Boston, MA, USA, 73-134.

Evans, D. S. – Schmalensee, R. (2011): Industrial Organization of Two-Sided Platforms. In: Evans, D. S. (ed.): *Platform Economics: Essays on Multi-Sided Businesses*. Competition Policy International, Boston, MA, USA, 2-30.

Firniksz, J. (2021): Rangsorolás – új szabályozási igény a platformok és az információs túlterheltség korában. In: Valentiny, P. – Kiss, F. L. – Nagy, Cs. I. – Berezvai, Z. (szerk): *Verseny és szabályozás 2021*. KRTK Közgazdaságtudományi Intézet, Budapest, pp. 165-199.

Foss, N. J. (2005): *Strategy, Economic Organization, and the Knowledge Economy: The Coordination of Firms and Resources*. Oxford University Press, Oxford.

Gawer, A. (2016): *Online Platforms: Contrasting perceptions of European stakeholders. A qualitative analysis of the European Commission's Public Consultation on the Regulatory Environment for Platforms*. Publications Office of the European Union, Luxembourg.

Hagel, J. (2015): The power of platforms. In: Canning, M. – Kelly, E. (szerk.): *Business ecosystems come of age*. Deloitte University Press, Westlake, TX, USA, 79-90.

Halpern, L. – Muraközy, B. (2015): The Relationship between Competition and R&D: Theoretical Approaches and Quantitative Results. In: Valentiny, P. – Kiss, F. L. – Antal-Pomázi, K. – Nagy, Cs. I.: *Competition and Regulation 2015*. MTA KRTK Közgazdaságtudományi Intézet, Budapest, 113-137.

Hámori, B. (2008): A versenyfogalom dinamikája. *Pszichológia*, 28 (2):141-164.

Juncker, J-C. (2014): *Új kezdet Európa számára: a munkahelyteremtés, a növekedés, a méltányosság és a demokratikus változás programja: Politikai iránymutatás a hivatalba lépő következő Európai Bizottság számára*. Nyitóbeszéd az Európai Parlament plenáris ülésén, Strasbourg, július 15. ([https://commission.europa.eu/system/files/2019-11/juncker-political-guidelines-speech\\_hu.pdf](https://commission.europa.eu/system/files/2019-11/juncker-political-guidelines-speech_hu.pdf))

Kelly, E. (2015): Introduction: Business ecosystems come of age. In: Canning, M. – Kelly, E. (szerk.): *Business ecosystems come of age*. Deloitte University Press, Westlake, TX, USA, 3-16.

Kelly, E. – Marchese, K. (2015): Supply chains and value webs. In: Canning, M. – Kelly, E. (szerk.): *Business ecosystems come of age*. Deloitte University Press, Westlake, TX, USA, 55-65.

Kerber, W. – Schweitzer, H. (2017): Interoperability in the Digital Economy. *Journal of Intellectual Property, Information Technology and Electronic Commerce Law*, 8 (1): 39-58.

Kiss, F. L. (2007): Bevezetés a szabályozás gazdaságtanába. In: Valentiny, P. – Kiss, F. L. (szerk.): *Verseny és szabályozás 2007*. MTA KRTK Közgazdaságtudományi Intézet, Budapest, 11-95.

Kiss, F. L. (2010): Bevezetés az internet gazdaságtanában. In: Valentiny, P. – Kiss, F. L. – Nagy, Cs. I. (szerk.): *Verseny és szabályozás 2010*. MTA KRTK Közgazdaságtudományi Intézet, Budapest, 13-71.

Kovács, A. Gy. (2008): Mitől szabályozó egy hatóság? In: Valentiny, P. – Kiss, F. L. (szerk.): *Verseny és szabályozás 2008*. MTA KRTK Közgazdaságtudományi Intézet, Budapest, 13-45.

Muraközy, B. – Valentiny, P. (2012): Az állami szabályozás alternatívái: Az ön- és együttszabályozás. In: Valentiny, P. – Kiss F. L. – Nagy Cs. I. (szerk.): *Verseny és szabályozás 2012*. MTA KRTK Közgazdaságtudományi Intézet, Budapest, 97-140.

Nemeslaki, A. (2010): A hazai online könyvpiac keresletoldali jellemzői. In: Valentiny, P. – Kiss, F. L. – Nagy, Cs. I. (szerk.): *Verseny és szabályozás 2010*. MTA KRTK Közgazdaságtudományi Intézet, Budapest, 274-300.

Pelle, A. (2009): A szolgáltatások EU-beli áramlásának előmozdítása versenypolitikai eszközökkel. In: Hetesi, E. – Majó, Z. – Lukovics, M. (szerk.): *Szolgáltatások világa*. Szeged: JATEPress, 74-87.

Pelle, A. (2014): Efficiency and technological progress in the internal market: Good reasons for exemption from prohibition on restrictive agreements? In: Beneyto, J. M. – Maillo, J. – Corti, J. – Milla, P. (szerk.): *Fostering Growth in Europe: Reinforcing the internal market*. CEU Ediciones, Madrid, pp. 195-218.

Piasna, A. – Zwysen, W. – Drahoukoupil, J. (2022): *The platform economy in Europe: Results from the second ETUI Internet and Platform Work Survey (IPWS)*. Working Paper 2022.05. ETUI, Brussels.

Polyák, G. – Pataki, G. – Gosztonyi, G. – Szalay, K. (2021): Versenyjogi előzmények és piacszabályozási eszközök a digitális piacokról szóló európai rendelet tervezetében. In: Valentiny, P. – Kiss, F. L. – Nagy, Cs. I. – Berezvai, Z. (szerk): *Verseny és szabályozás 2021*. KRTK Közgazdaságtudományi Intézet, Budapest, pp. 145-164.

Rochet, J-Ch. – Tirole, J. (2003): Platform Competition in Two-Sided Markets. *Journal of the European Economic Association*, 1 (4): 990-1209.

Szalavetz, A. (2002): "Új gazdaság" és gazdasági növekedés Magyarországon. *Külgazdaság*, 46 (9):31-45.

Török, Á. (2004): Buborék és kristálygömb. Az új gazdaság fogalmáról és gazdaságfejlesztési szerepéről. *Magyar Tudomány*, 165 (2):140-150.

Xue, Ch. – Tian, W. – Zhao, X. (2020): The Literature Review of Platform Economy. *Scientific Programming*, Vol. 2020, Article ID 8877128.

## Hivatkozott jogforrások, uniós dokumentumok

Curia ECLI:EU:T:2020:338: *Judgment of the General Court (Seventh Chamber, Extended Composition) 15 July 2020 (\*) (State aid — Aid implemented by Ireland — Decision declaring the aid incompatible with the internal market and unlawful and ordering recovery of the aid — Advance tax decisions (tax rulings) — Selective tax advantages — Arm's length principle)*.

Curia ECLI:EU:T:2021:252: *Judgment of the General Court (Seventh Chamber, Extended Composition) 12 May 2021 (\*) (State aid — Aid implemented by Luxembourg in favour of Amazon — Decision declaring the aid incompatible with the internal market and unlawful and ordering its recovery — Tax ruling — Transfer pricing — Selective tax advantage — Transfer pricing arrangement — Functional analysis)*.

EB (2015a): *Zöld könyv a lakossági pénzügyi szolgáltatásokról: Jobb termékek, bővebb választék és több lehetőség a fogyasztók és a vállalkozások számára*. COM(2015) 630 final, Európai Bizottság, Brüsszel, december 10.

EB (2015b): *Európai digitális egységes piaci stratégia*. COM(2015) 192 final, Európai Bizottság, Brüsszel, május 6.

EB (2016): *Antitröszt: A Bizottság kifogásközlést küldött a Google-nak az Android operációs rendszerre és alkalmazásokra vonatkozóan*. Európai Bizottság Sajtóközlemény, IP/16/1492, Brüsszel, április 20.

EC (2008a): *Commission Decision of 27 February 2008 fixing the definitive amount of the periodic penalty payment imposed on Microsoft Corporation by Decision C(2005) 4420 final (Case COMP/C-3/37.792 — Microsoft) (notified under document number C(2008) 764 final)*. OJ C 166, 18.7.2009, p. 20–23. European Commission, Brussels.

EC (2008b): *Antitrust: European Commission welcomes Apple's announcement to equalise prices for music downloads from iTunes in Europe*. European Commission Press Release, IP/08/22, Brussels, 9 January.



EC (2012): *Mergers: Commission approves acquisition of Motorola Mobility by Google*. European Commission Press Release, IP/12/129, Brussels, 13 February.

EC (2014a): *Antitrust decisions on standard essential patents (SEPs) - Motorola Mobility and Samsung Electronics - Frequently asked questions*. European Commission MEMO/14/322, Brussels, 29 April.

EC (2014b): *Antitrust: Commission welcomes Court judgment confirming that MasterCard's payment card interchange fees are anti-competitive*. European Commission MEMO/14/528, Brussels, 11 September.

EC (2015): *Antitrust: Commission sends Statement of Objections to MasterCard on cross-border rules and inter-regional interchange fees*. European Commission Press Release, IP/15/5323, Brussels, 9 July.

EC (2016a): *Proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council on addressing geo-blocking and other forms of discrimination based on customers' nationality, place of residence or place of establishment within the internal market and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC*. COM(2016) 289 final, European Commission, Brussels, 25 May.

EC (2016b): *Impact assessment accompanying the document proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council on addressing geo-blocking and other forms of discrimination based on place of residence or establishment or nationality within the Single Market*. SWD(2016) 173 final, European Commission, Brussels, 25 May.

EC (2016c): *Regulation of the European Parliament and of the Council on addressing geo-blocking and other forms of discrimination based on customers' nationality, place of residence or place of establishment within the internal market and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC*. COM(2016) 289 final, European Commission, Brussels, 25 May.

EC (2016d): *Case M.8124 – Microsoft / LinkedIn – Commission decision pursuant to Article 6(1)(b) in conjunction with Article 6(2) of Council Regulation No 139/2004 and Article 57 of the Agreement on the European Economic Area*. C(2016) 8404 final, European Commission, Brussels, 6 December.

EC (2017a): *State aid: Commission refers Ireland to Court for failure to recover illegal tax benefits from Apple worth up to €13 billion*. European Commission Press Release, IP/17/3702, Brussels, 4 October.

EC (2017b): *State aid: Commission finds Luxembourg gave illegal tax benefits to Amazon worth around €250 million*. European Commission Press Release, IP/17/3701, Brussels, 4 October.

EC (2018): *Antitrust: Commission fines Google €4.34 billion for illegal practices regarding Android mobile devices to strengthen dominance of Google's search engine*. European Commission Press Release, IP/18/4581, Brussels, 18 July.

EC (2019a): *Summary of Commission Decision of 22 January 2019 relating to a proceeding under Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union and Article 53 of the EEA Agreement (AT.40049 – MasterCard II) (notified under document C(2019) 241 final) (Text with EEA relevance.)* C/2019/241, HL C 185., 2019.5.29., 10-12. o.

EC (2019b): *Antitrust: Commission fines MasterCard €570 million for obstructing merchants' access to cross-border card payment services*. European Commission Press Release, IP/19/582, Brussels, 22 January.

EC (2021a): *Proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council amending Regulation (EU) No 910/2014 as regards establishing a framework for a European Digital Identity*. COM(2021) 281 final, European Commission, Brussels, 3 June.

EC (2021b): *Antitrust: Commission opens investigation into possible anticompetitive conduct of Facebook*. European Commission Press Release, IP/21/2848, Brussels, 4 June.

EC (2022a): *Antitrust: Commission sends Statement of Objections to Apple over practices regarding Apple Pay*. European Commission Press release, IP/22/2764, Brussels, 2 May.

EC (2022b): *Antitrust: Commission sends Statement of Objections to Meta over abusive practices benefiting Facebook Marketplace*. European Commission Press release, IP/22/7728, Brussels, 19 December.

EC (2023a): *Commission welcomes political agreement on the European Chips Act*. European Commission Press release, IP/23/2045, Brussels, 18 April.

EC (2023b): *Proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council laying down harmonised rules on Artificial Intelligence (Artificial Intelligence Act) and amending certain Union legislative acts*. COM(2021) 206 final, European Commission, Brussels, 21 April.

EC (2023c): *Antitrust: Commission sends Statement of Objections to Apple clarifying concerns over App Store rules for music streaming providers*. European Commission Press release, IP/23/1217, Brussels, 28 February.

EU (2015): *Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2015/751 rendelete (2015. április 29.) a kártyaalapú fizetési műveletek bankközi jutalékairól (EGT-vonatkozású szöveg)*. OJ L 123, 19.5.2015, p. 1-15.

EU (2016): *Consumer Markets Scoreboard: Making markets work for consumers*. 2016 edition, European Union, Luxembourg.

EU (2018/302): *Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2018/302 rendelete (2018. február 28.) a belső piacon belül a vevő állampolgársága, lakóhelye vagy letelepedési helye alapján történő indokolatlan területi alapú tartalomkorlátozással és a megkülönböztetés egyéb formáival szembeni fellépésről, valamint a 2006/2004/EK és az (EU) 2017/2394 rendelet, továbbá a 2009/22/EK irányelv módosításáról (EGT-vonatkozású szöveg)*. HL L 60I ., 2018.3.2., 1-15. o.

EU (2021): *Consumer Conditions Survey – Consumers at home in the single market*. 2021 edition, European Union, online.

<https://public.tableau.com/app/profile/consumer.conditions.survey/viz/ConsumerConditionsSurvey/Start>

EU (2022a): *Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2380 irányelve (2022. november 23.) a rádióberendezések forgalmazására vonatkozó tagállami jogszabályok harmonizációjáról szóló 2014/53/EU irányelv módosításáról (EGT-vonatkozású szöveg)*. PE/44/2022/REV/1, OJ L 315, december 7, 30-43. o.

EU (2022b): *Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/1925 rendelete (2022. szeptember 14.) a digitális ágazat vonatkozásában a versengő és tisztességes piacokról, valamint az (EU) 2019/1937 és az (EU) 2020/1828 irányelv módosításáról (digitális piacokról szóló jogszabály) (EGT-vonatkozású szöveg)*. PE/17/2022/REV/1, OJ L 265, október 12, 1-66. o.

EU (2022c): Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2065 rendelete (2022. október 19.) a digitális szolgáltatások egységes piacáról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról (digitális szolgáltatásokról szóló rendelet) (EGT-vonatkozású szöveg). PE/30/2022/REV/1, OJ L 277, október 27, 1-102. o.

European Commission Competition Policy Case Search:  
<https://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/index.cfm>