

A KÉNYSZERKÖTŐDÉS ÉS AZ ÁTTÉRÉSI KÖLTSÉGEK JELENSÉGÉNEK PROBLÉMÁI A DIGITÁLIS PIACOKON*

Bak Márton Ferenc¹

A platformszabályozás mára jelentős méretű joganyagot foglal magában. Számos jogág reagált a platformok által támasztott kihívásokra, a felduzzadt joganyag pedig kezd egyféle dogmatikát, fogalomkészletet biztosítani, talán egy születőben lévő új jogág számára². A digitális gazdaság körüli jogi problémák megoldását azok páratlan sokszínűsége és ezáltal az interdiszciplináris problémamegközelítés igénye különösen nehéz feladattá teszi. A digitális piacokon észlelt problémák gyakran jogi szabályozás útján kezelhetők, azonban sok esetben kérdéses, hogy a jog feladata-e kezelni egy jelenséget. Fontos aspektus továbbá a piacsabályozási, versenyjogi beavatkozás indokoltsága, vagy ágazati beavatkozással szembeni opciója. Az Európai Unió fontos szabályozandó területként tekint a digitális gazdaságra. A 2020-as év végén napvilágot látott jogszabálycsomag³ kettős célt szolgált: a kérdéses piacok tisztességes működésének és támadhatóságának biztosítását, valamint a biztonságos, kiszámítható és megbízható online környezet megteremtésének elősegítését.⁴ Jelen tanulmány e szempontokat figyelembe véve járja körbe ezen aktuális témát.

1. Bevezetés

Az Európai Unió az elmúlt évtizedben elkötelezett harcot indított a közösség piacait jóformán letaroló amerikai illetőségű digitális óriáscegek piaci

* DOI 10.21867/KjK/2025.1.1.

¹Dr. Bak Márton Ferenc, doktorandusz, Debreceni Egyetem Marton Géza Állam- és Jogtudományi Doktori Iskola

² Zódi Zsolt (2023): *Platformjog*. Nemzeti Közszoigálati Egyetem, Ludovika Egyetemi Kiadó, Budapest, 9.

³ A hivatkozott jogszabálycsomagot 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, azaz DSA), valamint 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, azaz DMA) rendeletek képezik.

⁴ A DMA (7)-(8) preambulumbekzdései, valamint a DSA 1. cikk (1) bekezdése rögzíti a rendeletek célmeghatározását.

dominanciájának megtörése, és a piacok támadhatóvá tétele érdekében. Ennek jegyében született meg a P2B⁵ és a DMA rendelet.

A digitalizáció körüli jogi problémakört Zódi két csoportra osztja.

Az első a gazdasági területeket érintő problémák, melyek közül jelen tanulmány szempontjából kiemelendő a digitális gazdasági világ erős piaci koncentrációja. Ide sorolhatók általánosságban a versenyjogi, adójogi, munkajogi, fogyasztóvédelmi problémák. A második az alapjogokat érintő terület, melyre kiváló példa a szólásszabadság korlátozása körüli élénk vita.⁶ Az alapjogi kapcsolatban megfigyelhetők rendkívül aggasztó társadalmi „tünetek” is, nevezetesen a közbeszéd, valamint a politika drámai mértékű polarizációja, és a médiával szembeni jelentős bizalomvesztés.⁷

Sokat tárgyalt ebben a körben a modern információs technológia által lehetővé tett extrém mennyiségben való adatgyűjtés, feldolgozás és felhasználás okozta jogi elégtelenségek.⁸

Mindkét csoportnak megvannak a maga gazdasági, társadalmi területen jelentkező kétes hatásai, amik jelentős jogszociológiai színezetű kérdések eldöntésére kötelezik a jogalkotót.

A közelmúlt joggyakorlatból láthatjuk, hogy a Big Tech számos eszközzel védi piaci pozícióit. Árukapcsolás⁹, bevétel-megosztási-, antifragmentációs-, és mobilapplikáció-forgalmazási megállapodások hálózata¹⁰, önpreferencia¹¹ mind szerepel a Big Tech széles eszköztárában.

A tanulmány azon elsődleges kutatási témámhoz kíván egy új fejezetet nyitni, hogy mennyiben, és milyen eszközökkel lehetséges jogi beavatkozással csökkenteni a digitális piacokra jellemző erős piaci koncentrációt. Leegyszerűsítve, a vizsgálódás tárgya, hogy kiküszöbölhető-e a kényszerkötődés okozta jelentős piacra lépési akadály jogi eszközökkel. Jelen értekezés feltevése, hogy a schumpeteri monopolisztikus versenyelmélet nem érvényesül a digitális piacok tekintetében. Az elmélet egy innovációs dinamikát vesz alapul, miszerint az innovációs kényszer állandó, a monopol helyzet

⁵ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/1150 rendelete (2019. június 20.) az online közvetítő szolgáltatások üzleti felhasználói tekintetében alkalmazandó tisztességes és átlátható feltételek előmozdításáról.

⁶ Zódi (2023): *i.m.*, 12.

⁷ A témát kiválóan foglalja össze: Tucker, Joshua Aaron - Guess, Andrew - Barbera, Pablo - Vaccari, Cristian - Siegel, Alexandra - Siegel, Alexandra - Sanovich, Sergey - Stukal, Denis - Nyhan, Brendan (2018): *Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature*. SSRN, March 19, 2018. összefoglaló műve.

⁸ Thuraisingham, B. (2015): *Big Data Security and Privacy. Proceedings of the 5th ACM Conference on Data and Application Security and Privacy*. New York.

⁹ CASE AT.40099 Google Android-ügy.

¹⁰ 1:20-cv-03010-APM ügyszámon, valamint 20-cv-3715 (APM) ügyszámon nyilvántartott United States Of America et al., v. Google LLC egyesített ügy.

¹¹ CASE AT.39740 Google Search (Shopping)-ügy.

gyakorlatilag az innovációs tevékenység „jutalma”, a vállalkozások pedig váltják egymást eme pozícióban. Következésképpen a monopolhelyzet csak ideiglenes, és folyton váltakozik a piaci szereplők között, ugyanis az innovációs kényszer miatt egy jobb termék általi „kihívás” fogja érni a monopolhelyzetet éppen birtokló vállalatot a riválisok felől, és ez a helyzet egyféle innovációs kényszerrel szül a gazdaságban. Az elmélet digitális piacokon való érvényesülésének azonban látszólag ellentmond, hogy a monopolhelyzetben lévő vállalkozás jellemzően nem változik. A Big Tech egyes vállalatai lényegében évtizedek óta őrzik monopol pozícióikat az általuk uralt piacokon.

Hipotézisem szerint ez jelentős részben a kényszerkötődés miatt megkövült piaci struktúrának tudható be (a kényszerkötődést pont ez okból „megkövesedési” hatásoknak is nevezik). Úgy tűnik a Big Tech tagjainak piaci dominanciája inkább erősödik, annak ellenére, hogy a digitális piacok innovációs tevékenységének üteme rendkívül magas. Például a Google keresőmotorjának világpiaci részesedése 2010 és 2017 között 91%-ról csak 89%-ra csökkent. Az okostelefonok operációs rendszereinek piacán a Google Androidjának részesedése 2009 és 2016 között 78%-kal nőtt, míg az Apple iOS-e stabilan tartotta 18%-os részesedését. A Google Chrome böngésző piaci részesedése a 2012. júliusi 30%-ról 2017 februárjára 52%-ra nőtt. A közösségi hálózatok piacán a Facebook a 2008-as 7%-ról indulva 2020-ra 65%-os piaci részesedést ért el (hozzátéve, hogy már 2008 óta a legnagyobb részesedést birtokolja). A Youtube (amelyet 2006-ban vásárolt fel a Google) rendkívül domináns pozíciót birtokol videómegosztó platformok piacán. Az Amazon közönségelérése az elektronikus kiskereskedelmi szolgáltatások terén az Egyesült Államokban 2015-ben 70%-os volt.¹² Az app economy tekintetében, az Apple és a Google együttesen az alkalmazások világszintű vásárlásából származó bevételek 85%-át és az alkalmazások letöltéseinek 60%-át adták.¹³

Könnyen belátható, hogy a felhasználók nagy számú „leszakítása” nélkül nem lehetséges megtörni a digitális óriások dominanciáját. Itt leszakítás alatt természetesen nem hatalmas felhasználó csoportok szolgáltatásváltásának erőszakos kikényszerítését kell érteni. Az elérendő cél véleményem szerint a kényszerkötődés oldása, hogy a szolgáltatóváltás immateriális költségei ne akadályozzák a felhasználókat a platformok közötti szabad választásban. Jelen tanulmányban a jog gazdasági elemzésének módszerével kívánom megvizsgálni digitális piacok támadhatóságát jelentősen behatároló hálózati hatás és kényszerkötődés kiküszöbölésének lehetőségeit. Mint az a bevezetésben

¹³ Stéphane Ciriani - Marc Lebourges (2017): *The Market Dominance of US Digital Platforms: Antitrust Implications for the European Union*, 4. Elérhető: https://www.researchgate.net/publication/317272901_The_Market_Dominance_of_US_Digital_Platforms_Antitrust_Implications_for_the_European_Union (letöltés dátuma: 2024. december 11.)

említésre került, a kényszerkötődés jogi úton való oldását a jog gazdasági elemzésének módszerével kívánom elemezni. A módszer rövid ismertetésére a Jakab András és Sebők Miklós szerkesztette „Empirikus jogi kutatások” című mű remek meghatározását hívnám segítségül, miszerint: „(a módszer) általánosságban, a közgazdaságtan elméleti és módszertani apparátusának segítségével igyekszik magyarázatokat és előrejelzéseket adni egyrészt azzal kapcsolatban, hogy a jogi szabályok milyen hatással vannak gazdasági és társadalmi kimenetekre, másrészt arról, hogy különböző körülmények között a jog szabályai várhatóan hogyan keletkeznek és változnak, illetve hogy adott feltételek között várhatunk-e hatékony jogszabályokat. Harmadrészt a JGE egy normatív programot is megfogalmaz: értékeli a jogi szabályokat a társadalmi jólétre gyakorolt hatásuk szempontjából, vagy szerényebben: a közgazdaságtan modelljeivel és az ökonometria analitikus eszközeivel hozzájárul ahhoz, hogy láthassuk és értékelhessük, vajon egy adott jogi változás, adott (filozófiaiilag igazolt, politikailag kívánatos, törvényhozó által kitűzött stb.) célok szempontjából várhatóan kedvező hatást gyakorol-e vagy sem”.¹⁴

2. A kényszerkötődés jelensége

A kényszerkötődés jelensége, vagy „lock-in effect” a hálózati hatások, a platform- és alkalmazás ökoszisztémák és a digitális platformgazdaságra jellemző célzott tartalomszolgáltatás eredménye. Azt értjük alatta, hogy a felhasználó olyan nagymértékben kötődik az igénybe vett szolgáltatáshoz vagy termékhez, ami irreálisan magas áttérési költségeket eredményez.¹⁵ Ez egy jogi eszközökkel nehezen kezelhető problémáspirálhoz vezet: a vizsgált vállalatok rendkívüli mértékben dominálják piacaikat, a jogalkotói cél ezen piacok támadhatóvá tétele, azonban a kényszerkötődés jelensége miatt a felhasználók váltási hajlandósága alacsony, aminek betudhatóan megkövül a piaci struktúra, és potenciális versenytárs vállalatok nem lesznek képesek a szükséges kritikus felhasználó tömeget felhalmozni. A kényszerkötődés versenyjogi szempontból vizsgálva egy súlyos piacra lépési akadályt jelent, az áttérési költségek csökkentése következésképpen kívánatos az új belépők és a verseny intenzitásának növelése szempontjából.

A következőkben bemutatom a kényszerkötődés, vagy idegen szóval lock-in effect jelenség egyes építőelemit.

¹⁴ Jakab András – Sebők Miklós (2020): Empirikus jogi kutatások, Budapest, Osiris Kiadó 2020. 170-171.

¹⁵ Markus Eurich - Michael Burtscher (2014): *The Business-to-Consumer Lock in Effect*, University Of Cambridge.

Elérhető: <https://cambridgeservicealliance.eng.cam.ac.uk/system/files/documents/2014AugustPaperBusinessToConsumerLockinEffect.pdf> (letöltés dátuma: 2024. december 11.)

A digitális piacok egyik legfőbb jellegzetessége az úgynevezett közvetlen és közvetett hálózati hatás érvényesülése. A közvetlen hálózati hatás azt jelenti, hogy felhasználók számának növekedése miatt a platform egyre vonzóbbá válik majd az újabb és újabb felhasználók számára. Ezáltal egy öngerjesztő folyamat lép működésbe, ami exponenciálisan növeli a domináns vállalat elérését a piacon. A közvetett hálózati hatás pedig a másik oldal szereplőit veszi figyelembe, vagyis a felhasználók számának emelkedése vonzóbbá teszi a platformot a szolgáltatók hirdetői számára is.¹⁶ Az újonnan piacra lépő vállalatok, még ha alacsonyabb árat vagy nívósabb szolgáltatást is kínálnak, tömegesen kéne elvonniuk a felhasználókat a domináns vállalatától, mivel a platformok népszerűségét gyakorlatilag a felhasználók száma határozza meg.¹⁷

A Big Tech vállalkozások tekintetében a felhasználók kritikus tömege „hógolyó” effektust eredményezett, amely magas piaci koncentrációhoz és erősen domináns vállalatokhoz vezetett. Ez azonban egyben azt is jelenti, hogy a magas piaci koncentráció következtében a piacrajutás az új vállalkozások és szolgáltatások számára egyre nehezebb lesz, míg a platform tulajdonosainak a piaci ereje nő.¹⁸

A kapcsolatháló értéke öngerjesztő folyamatokat indít el, ami a nagy, sokszereplős hálózatok további növekedéséhez vezet. A vállalatok számára ez azt jelenti, hogy noha az egyes vevők megszerzési költsége magas, egy kritikus tömeg elérésén túl minden újabb vevő megszerzésével egyre növekvő eredmény érhető el, ami – a piacvezetőknek, illetve a monopolisztikus törekvéseknek kedvezve – koncentrációs folyamatokhoz vezethet az érintett iparágakban.¹⁹ Tény, hogy minél erősebb a pozitív hálózati hatás, annál kevesebb platform között oszlik el a felhasználói réteg. Hasonlóan, ha a fogyasztók szükségletei többnyire megegyezőek, akkor elegendő néhány platform azok kielégítésére.²⁰

A digitális piacokra jellemző, hogy áruk és szolgáltatások árukapcsolása útján egy meghatározott piacon domináns pozícióban lévő vállalkozás könnyen terjeszkedhet az uralt piaccal „szomszédos” piacok felé is.²¹ A különböző

¹⁶ Belényesi Pál (2015): A digitális piacok időszerű versenyjogi vonatkozásai, John Cabot University, Róma, 12. Elérhető: https://www.gvh.hu/data/cms1033315/12_Belenyesi_Pal_a_digitalis_piacok.pdf (letöltés dátuma: 2024. december 13.)

¹⁷ Priskin Boglárka - Hantosi István (2019): A versenyjog kihívásai a digitális gazdaságban – Az Európai Bizottság tanácsadó testületének jelentése és a Fuhrman-ríport tükrében. *Versenytükör*, XV.évf. /2. szám, 28.

¹⁸ Belényesi (2015): i.m., 12.

¹⁹ Nemeslaki András (2020): Platformgazdaságtan – kétoldalú piacok elmélete In: Sasvári, Péter (szerk.): *Informatikai rendszerek a közszolgáltatásban I.* Budapest, Ludovika Egyetemi Kiadó, 178.

²⁰ Csontos Réka Sára - Szabó Zsolt Roland (2018) A versengés új szinterei: platformok stratégiai menedzsment-megközelítésből. *Vezetéstudomány*, 49 évf., (9) szám, 62.

²¹ Klasszikus példa a szoftveres árukapcsolás jelenségére Európai Bizottság Microsoft Corp. ellen 1993-ban indított, véglegesen 2007-ben lezárult (A COMP/C-3/37.792 Microsoft ügy) ügy.

alkalmazások és szoftverek összekapcsolásával a platformszolgáltatók mind több és több felhasználói igényt elégítenek ki.²²

A felhasználó által érzékelt hálózati hatások²³, a „status quo” torzítás (az a jelenség, hogy a fogyasztók elsősorban az előretelepített, alapértelmezett alkalmazások használatát részesítik előnyben)²⁴, valamint a zárt platform ökoszisztémák „bezárják” a fogyasztót egy adott szolgáltatásba, vagy szolgáltatáseggyüttesbe.

Mindez jóideje ismert jelenség, A kényszerkötődés oldása versenyszempontokat figyelembevéve mindenképpen üdvözlendő lenne, azonban számos elméleti és gyakorlati problémába ütközik.

A gyakorlati oldalon a lock-in effect jelentette piacra lépési akadály építőkockái az úgynevezett *áttérési költségek*.

Áttérési költségeknek nevezzük összefoglalóan azon költségeket, amelyek a fogyasztó/ felhasználó számára bizonyos addig igénybe vett termék, vagy szolgáltató váltása során merülnek fel, egy új termelő, vagy szolgáltató termékével, illetve szolgáltatásával elégíti ki.²⁵

Ezen költségek lehetnek materiális, objektív, azaz anyagi, pénzben kifejezhető költségek (például két internetszolgáltató árazása közötti deficit), vagy immateriális, azaz szubjektív költségek, amelyek nehezen beárazhatók, és jelentős bennük a pszichológiai tényező.

Vizsgálódásom tárgyát alapvetően az olyan nagy platformszolgáltatókhoz való kényszerkötődés „oldása” képezi, amik anyagi értelemben ingyenes szolgáltatást nyújtanak a felhasználóknak. Ennek megfelelően a kutatás az immateriális költségek elemzésére fókuszál. Mindezek mérése nem könnyű, hiszen nem számszerűsíthetjük a konkrét költségeket, így elsősorban pszichológiai feltevések mentén kell a felhasználók döntési hajlandóságát vizsgálnunk.

Összefoglalva arra szeretnék választ találni, hogy hogyan csökkenthetők a platformváltás okozta immateriális áttérési költségek jogi eszközökkel.

Az áttérési költségek elemzéséhez fontos kontextusba helyoznunk azokat a hálózati hatás és a kényszerkötődés mechanikájának feltárásával és felhasználókra gyakorolt hatásainak gyakorlati példákon keresztül történő vizsgálatával. A digitális piacok üzleti modelljei a kapcsolódási pontok hálózata

²² Christian Karbaum – Max Schulz (2018): Ecosystems: New challenges for competition law enforcement. European Commission. Elérhető: https://ec.europa.eu/competition/information/digitisation_2018/contributions/%20glade_michel_wirtz.pdf 2.

²³ A hálózat tagjai a tagok számosságával arányosan egyre értékesebbnek érzik a platformot.

²⁴ Bársony Eszter et. al. (2024): Nagykommentár a DMA rendelethez, Wolters Kluwer, 75.

²⁵ Lőrincz László - Nagy Péter (2009): Az áttérési költségek hatása a versenyre a távközlési piacokon, In: Valentiny, P. – Kiss F. L. (szerk.): *Verseny és szabályozás* 2008, Budapest, Magyarország: MTA Közgazdaságtudományi Intézet, 171.

által alkotott közvetett vagy közvetlen hálózati hatások kihasználására épülnek²⁶. A hálózati hatás relevanciájának megértésében a közgazdaságtudomány elmélete nyújt segítséget. Ugyanis mint ismert, a hálózatos piacokon pozitív externália keletkezik, mivel a tagok hasznossága növekedik a hálózat méretével. Minél több a résztvevő, minél nagyobb a hálózat, annál nagyobb mértékben állnak rendelkezésre adatok, amik segítenek a kereslet-kínálat egymásra találásában²⁷.

Már említésre került, hogy számos digitális óriásvállalat szolgáltatásait a felhasználói oldalon anyagi szempontból ingyenesként írhatjuk le, a szolgáltatás valódi ára a legtöbb felhasználó esetében nem azonosítható. A verseny valójában a felhasználók interneten eltöltött idejéért és figyelméért zajlik. A felhasználók platformon végzett tevékenységéről, az ott történő interakciókról a szolgáltató adatokat gyűjt, amivel modellezni tudja a felhasználó digitális világon belüli fogyasztói preferenciáit. A végfelhasználókról szerzett értékes adatok birtokában megalkothatják azok úgymond digitális énjét, aminek köszönhetően személyre szabott tartalmakat és hirdetéseket kínálhatnak nekik, amelyek hatványozzák a felhasználó kötődését a platformhoz, azon keresztül pedig az azt biztosító szolgáltatóhoz. Minél több platformot integrál egy vállalkozás, annál pontosabb és összetettebb szolgáltatást tud kínálni a felhasználóknak (akik jellemzően a hirdetők, fogyasztók és a fogyasztókat megcélzó vállalkozások).²⁸

Jelentős kényszerkötődést erősítő eszköz a már sokat tárgyalt árukapcsolás gyakorlata is. Ha egy vállalkozás kifejleszt egy innovatív megoldást (terméket vagy szolgáltatást), és azt szabadalmi védelem eszközével „bezárja” a saját platformjára, azzal könnyen előállhat ez a helyzet. Ez különösen akkor járhat jelentős versenytorzító következményekkel, ha a vállalkozás erőfölényes helyzetben van az adott piacon. A platform ökoszisztémákat működtető digitális vállalkozások ezzel a módszerrel új piacokra is kiterjeszthetik dominanciájukat.

A jelenséget két olyan jogeseten keresztül világítom meg, melyek tapasztalatai jelentősen hozzájárultak a DMA rendelet megalkotásához.

A fentebb hivatkozott ügyben²⁹ a Microsoft árukapcsolása (a médialejátszó szoftver automatikus integrálása az operációs rendszerbe egyúttal a tökéletes integrálhatóságot biztosító inputok megtagadása szoftverfejlesztők számára) jelentősen megnövelte a felhasználók áttérési költségeit egy alternatív médialejátszó szoftver választása esetén. Hiszen ez óhatatlanul operációs rendszer változtatással is járt volna, amely mind a materiális (az új operációs szoftver ára, az esetlegesen addig megkötött licenc szerződések felbontásának

²⁶ Belényesi (2015): *i.m.*, 10.

²⁷ Csontos–Szabó (2018) *i.m.*, 3.

²⁸ Belényesi (2015): *i.m.*, 22.

²⁹ A COMP/C-3/37.792

vesztesége), mind az immateriális (a bizonytalansági, keresési, installálási, tanulási, pszichológiai) átváltási költségek terén jelentős terhet hárított a fogyasztóra. Ezzel mind a gazdasági hatékonyság és innováció központúság, mind fogyasztói jólét versenyjog doktrínája szerinti megközelítésből erősen káros hatásokat váltott ki a piacon. A gazdasági hatékonyság és innováció központú megközelítés szerint könnyen belátható, hogy az operációs rendszerek piacán elsőpró dominanciával bíró³⁰ Windows-hoz kizárólagosan illeszthető árukapcsolt médialejátszó szoftver pusztá létezése kiiktatta volna a versenyt (és ezáltal az innovációt) a médialejátszó szoftverek piacán. A fogyasztóvédelmi szempontú megközelítés szerint a fogyasztó akkor sem válthatott volna másik médialejátszó szoftverre Windows rendszerrel operáló személyi számítógépén, ha nincs megelégedve annak működésével. A felhasználó előtti választási lehetőségeinek elvételével nagymértékben csökken a fogyasztói jólét.

Az eset remekül rávilágít a versenyjog és a szellemi tulajdonvédelem közötti kollízióra. A Microsoft védekezése szerint a licenc és a know-how átadását jelentené a versenytársak számára, amelynek megtartásához a Microsoft jogos gazdasági érdeke fűződik, ez a szellemi tulajdon védelem szempontjából úgy vélem tökéletesen indokolható. Versenyjogi és versenypolitikai szempontból azonban ez a helyzet oda vezetne, hogy jelentősen csökken a verseny, az innováció, és a fogyasztók választási szabadsága egy dinamikusan fejlődő innovációvezérelt piacon. Mivel a domináns vállalat megtagadja az új belépő számára nélkülözhetetlen inputot, így a szolgáltatás folyamatosságának a megszakadása tovább növeli a fogyasztók által érzékelt váltási költséget.

A másik, a szoftveres árukapcsolás területén „állatorvosi lónak” számító ügy a Bizottság Google ellen indult nagyszabású antitröszt eljárásainak egyike, a Google Android-ügy.³¹ A Bizottsági vizsgálat fényt megállapította, hogy a Google összekapcsolta a Google Search alkalmazást a Play Store-ral és a Google Chrome-mal (amelyek mind különálló termékeknek minősülnek), ez a gyakorlatban azt jelentette, hogy amennyiben nem kerülnek telepítésre az Android mobil operációs rendszerrel vezérelt mobil eszközökre a fentebb megemlített Google alkalmazások, úgy a felhasználó nem lesz jogosult a Play Store (áruház), a Google általános alkalmazás-letöltő központjának használatára. Ezek az intézkedések a Bizottság álláspontja szerint korlátozzák a versenyt, ugyanis az összekapcsolás jelentős versenyelőnnyel ruházza fel a Google-t, amelyet a vetélytárs keresőszolgáltatók és nem operációs rendszer specifikus mobilböngészők nem képesek ellensúlyozni, az összekapcsolás továbbá akadályozza az innovációt és a fogyasztók károsítása mellett fenntartja és megerősíti a Google erőfölényét az érintett piacokon. A Google ezen túl nem

³⁰ Commission decision of COMP/C-3/37.792 Microsoft – (15)

³¹ CASE AT.40099

tudott semmilyen objektív, elfogadható okkal előhozakodni, amely igazolná a Google Search, a Google Chrome és a Play Store összekapcsolását.³²

Az eset a szoftveres árukapcsolás klasszikus példája, amely megvilágítja a vizsgált vállalkozások azon gyakorlatát, hogy egy, a platform megfelelő kihasználásához kulcsfontosságú termék vagy funkció használatát egy opcionálisan helyettesíthető kiegészítő termékhez vagy szolgáltatáshoz kötik. Ezzel a módszerrel az erőfölényes helyzetben lévő vállalkozás egy adott termék vagy szolgáltatás tekintetében jelentősen növeli az arról való áttérés költségeit azzal, hogy egy, az eszköz, vagy a platform ökoszisztéma kielégítő használatához elengedhetetlen másik termék vagy szolgáltatás igénybevételéhez köti.

Az ismertetett ügyek rendkívül értékes tapasztalatokkal szolgáltak a Bizottság számára a digitális piacokat és szolgáltatásokat szabályozni hivatott jogszabálysomag piacsabályozási elemének, a Digital Markets Act-nek a megformálásában.

Az említett jogforrások rendeleti jellege (mely a tagállamokban közvetlen hatállyal érvényesül) határozott egységesítő szándékot feltételez, de megjegyzendő, hogy a DMA a tagállami-, és uniós versenyszabályok mellett, nem helyett alkalmazandó.³³

3. Áttérési költségek a digitális gazdaságban

Mint arról már az előzőekben szó esett, áttérési költségeknek nevezzük mindazokat a költségeket, amelyek a fogyasztó/ felhasználó számára bizonyos addig igénybe vett termék, vagy szolgáltató váltása során merülnek fel, amennyiben igényeit egy új termelő, vagy szolgáltató termékével, illetve szolgáltatásával elégíti ki.³⁴

A váltási költségek piaci hatása szempontjából elsősorban az a döntő, hogy a fogyasztó milyen nehéznek érzékeli a váltást a döntés előtt, nem pedig az, hogy objektíve milyen nehéz volt, illetve, hogy vélekedik erről utólag.³⁵ Ha a fogyasztók egy váltásról, amely objektíve nem jár magas váltási költséggel, azt feltételezik, hogy az ahhoz kapcsolódó áttérési költségek nagyon magasak,

³² A Bizottság határozatának összefoglalója (2018. július 18.) az Európai Unió működéséről szóló szerződés 102. cikke és az EGT-megállapodás 54. cikke szerinti eljárással kapcsolatban (5) - Az Európai Unió Hivatalos Lapja— C402/19 elérhető: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1128\(02\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1128(02)) (letöltés dátuma: 2024. december 20.)

³³ Tóth András (2024): A DMA és a versenyjog viszonya. In: Koltay András – Szikora Tamás – Lapsánszky András (szerk.): *A vadnyugat vége? Tanulmányok az Európai Unió platformszabályozásáról*. Budapest, Magyarország, ORAC Kiadó, 340.

³⁴ Lőrincz - Péter (2009) i.m. 171.

³⁵ Bak Márton Ferenc – Bordás Péter (2024): Reguláció - dereguláció: kihívások és a digitális piacok szabályozásában, In: Glavanits Judit – Szabó Tamás (szerk.): *Kiszolgáltatók csoportok a digitális világban - A digitalizáció jogalkotói és jogalkalmazói kihívásai*, Universitas, Győr, 14.

akkor ennek ugyanolyan piaci hatása van, mintha azok objektíve magasak lennének (és reálisan értékelnék). Az áttérési költségek szubjektív jellegéből is fakad, hogy ezek a költségek az időben változhatnak, még akkor is, ha a szolgáltatók szerződéses feltételei, szerződéskötési gyakorlata, vagy egyéb külső tényező nem változik, de egyre több fogyasztó szerez tapasztalatokat a szolgáltató váltással kapcsolatban.

Az áttérési költségeket több módon csoportosíthatjuk. Jelen kutatáshoz a materiális és immateriális ismérvek alapján történő csoportosítást vettem alapul. Mivel a vizsgált vállalatok szolgáltatásainak lényegében nincs, vagy csak nagyon korlátozott mértékben áll rendelkezésre alternatívája, továbbá szolgáltatásai anyagi értelemben túlnyomórészt ingyenesek, így elsősorban az immateriális költségek számbavételére, és felbecsülésére tettem a hangsúlyt.

A vizsgált költségek mérésére az úgynevezett közvetlen módszerek a legalkalmasabbak. Azokat nevezzük Közvetlen módszereknek, melyek a fogyasztók egyéni viselkedése alapján mérik, vagy becsülik meg a váltási költségeket.³⁶ Ezeknek tehát abban az esetben van kiemelkedő szerepe, ha nincs meg az ár hatásának együtthatója a korábban említett okok valamelyike miatt, azaz nem tudjuk pénzben megadni a váltási költségek értékét, csak egyfajta valószínűséget kapunk, hogy milyen gyakran váltanak, vagy milyen feltételek fennállása esetén váltanának a fogyasztók szolgáltatást.

A szolgáltatások relatív ingyenessége okán elsősorban az nem anyagi költségek hatása jelentős: a pszichológiai, keresési, és bizonytalansági költségeké.

Pszichológiai költségek alatt azokat a költségeket értjük, amelyeket az generál, hogy a fogyasztó nagymértékben ragaszkodik az általa addig igénybe vett termékhez vagy szolgáltatáshoz, amelynek leváltása a szolgáltatás lényeges értékcsökkenésével járna. Sajnos könnyű belátni, hogy például egy közösségi médiaplatform esetében egy hatalmas felhasználói közösséggel bíró platformról nem érdemes egy olyanra váltani, amelynek felhasználói tábor a töredéke a korábban igénybe vett szolgáltatóéval. A perszonalizáció útján a platform képes egyre specifikusabb személyre szabott szolgáltatásokat nyújtani és hirdetéseket megjeleníteni,³⁷ ennek következtében pedig irreálisan magasra emelkednek az átváltási költségek.

A bizonytalansági költség különösen jelentős és nagymértékben hatással van az előzőekben bemutatott pszichológiai költségre, ha úgy tetszik annak egy alkotóeleme. A fogyasztó ugyanis nem lehet biztos abban, hogy az addig igénybe vett szolgáltatás vagy termék jobban kielégíti igényeit, azaz, hogy

³⁶ Lőrincz - Péter (2009): *i.m.* 188. old.

³⁷ Maka Zsófia (2022): A versenyjog és a tech-óriások küzdelme a digitális platformgazdaságban – A digitális piacokról szóló rendelettervezet (MA) törekvései és fejleményei, *Fontes Iuris*, 2022. évf. 1. szám, 39.

érdemes egy másikra váltani. A fogyasztói tudatosság pedig értelemszerűen nem értelmezhető ezen a síkon, hiszen naivitás lenne azt gondolni, hogy az egyszerű felhasználó lelki szemei előtt az Európai Unió digitális versenyképességének javítása, ebből kiindulva pedig az amerikai digitális óriások piaci monopolhelyzetének megtörése lebeg.

A vizsgált domináns vállalatok piaci beágyazottsága rendkívül magas, kimondhatatlanul széles körben ismert szolgáltatásokat és termékeket kapcsolnak össze gyakran velük (Facebook-közösségi háló, Google-keresőmotor, Apple-személyi számítógépek és okostelefonok, és az azokhoz tartozó szoftverek). Ennek fényében a pszichológiai és bizonytalansági költség igen jelentős méreteket ölthet. Végső soron ez a két költségtypus az, aminek magas értéke véleményem szerint komoly aggályokat vet fel a digitális monopóliumok dominanciájának megtörésére nézve. Ezek ugyanis szinte kizárólag a fogyasztók mind egyéni, mind kollektív döntésének függvényei. A bizonytalansági költség talán csökkenthető jogi úton, például olyan szabályozói nyilatkozatokkal, minőségbiztosítási, termékszavatossági eszközökkel, amelyekkel az újonnan belépők által nyújtott szolgáltatások minőségének elismerését elősegítik. Ezen eszközök hatékonysága azonban tapasztalatok híján mindenesetre megkérdőjelezhető.

A keresési költség azt a költséget jelöli, amelyet a felhasználó azzal fizet, hogy a korábban igénybe vett szolgáltatás vagy termék alternatívájának keresésével és kiválasztásával fizet meg.³⁸ Ezzel ugyan nagymértékben csökkenthető a pszichológiai költség és a bizonytalanság, azonban adott esetben jelentős időbefektetéssel jár, a kimenetel pedig bizonytalan, hiszen könnyen vezethet arra az eredményre, hogy a fogyasztó végül marad a korábbi szolgáltatónál. A domináns platformok területet biztosítanak olyan csoportok egymásra találásához, amelyek másképpen csak magas keresési költségek mellett léphetnének interakcióba egymással. Akárcsak a korábban bemutatott típusoknál, a keresési költségnél is nagyon hangsúlyos a szubjektív jelleg, igen nehezen mérhető, jogi eszközökkel pedig jóformán kezelhetetlen.

A tanulási költségek az összetettebb termékek és szolgáltatások váltása esetén kaphatnak szerepet, illetve lehetnek súlyosak, amennyiben a váltást követően az új termék vagy szolgáltatás használata nem egyértelmű a fogyasztó számára, és annak helyes, minden funkciót magába foglaló elsajátításához jelentősebb erőfeszítést és időbefektetést feltételez részéről.³⁹ Ez a költségtypus a digitális piacokon nyújtott termékek és szolgáltatások jellegére tekintettel jelentős mértéket ölthet, főleg olyan szélsőséges esetekben, amikor egész platform ökoszisztémákról váltóan egy másikra.

³⁸ Somosi Ágnes (2017): A szolgáltatáskivezetés hatása az ügyfelekre a telekommunikációs szektorban, Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástani Doktori Iskola, Doktori disszertáció, 43.

³⁹Lőrincz - Péter (2009): *i.m.* 172. old.

A tanulási költségek csökkentésére rendkívül korlátozottan állnak rendelkezésre jogi eszközök, ezt elsősorban a versenyző vállalkozásnak van lehetősége a lehető legkisebb mértékűre redukálni. Ennek egy lehetséges útja a domináns vállalathoz hasonló működési/ használati elven alapuló terméket vagy szolgáltatást piacra dobása. Mivel az áttérési költségek véleményem szerint korrelálnak egymással, ezzel csökkenthető lenne egyúttal mind a pszichológiai, mind a keresési költség mértéke is.

A jogi szabályozás ezen a területen meglátásom szerint inkább a szellemi tulajdonvédelem területén játszik nagy szerepet, hiszen a domináns vállalatok termékeinek és szolgáltatásainak szolgai másolása, vagy jogvédett technikai megoldásainak használata értelemszerűen IP jogvitákhoz fog vezetni.

Az installációs költségek a tanulási költségekhez hasonlóak abban, hogy a komplexebb szolgáltatások esetén lehetnek jelentősek, valamint abban is, hogy jogi eszközökkel közvetlenül nehezen csökkenthetők. Jelen tanulmány szempontjából számos példa hozható: gyakorlatilag minden szoftver váltás esetén felmerül, nem is beszélve az összetettebb digitális termékekről, platformokról, vagy a legszélsőségesebb az egész platform ökoszisztémáról történő áttérés esetében. Véleményem szerint jogi beavatkozásnak akkor lehet helye ezen amennyiben a támadhatóvá tenni kívánt piacot uraló óriásvállalat megtagad olyan létfontosságú inputokat,⁴⁰ amelyek lehetővé teszik, hogy az adott informatikai ökoszisztémába egyáltalán installálható legyen egy szoftver (lásd a korábban hivatkozott Microsoft vs. Bizottság ügyet).

A kompatibilitási költségek tipikusan bizonyos termékek esetén jelentkeznek, ahol egy tartós fogyasztási cikk megvételét követően ehhez a termékhez kompatibilis vásárlások történnek. Ez utóbbiak lehetnek szoftverek, de tipikusan alkatrészek vagy kiegészítő termékek. Erre kiváló példa az Apple termékcsalád. Ezen a területen hatékony lehet a jogi beavatkozás, amelyet egy frissnek mondható Európai Unió szabályozás is megmutat. A Parlament és a tagállamok megegyeztek, hogy a C típusú USB legyen a közös töltési szabvány a kis elektronikai eszközök esetében 2024 őszéig.⁴¹ A rádióberendezésekről szóló módosított irányelvről szóló ideiglenes megállapodás egységes töltési megoldást hoz létre egyes elektronikus eszközök számára. A hardveres kompatibilitás területén tehát erős szerepe lehet kógens Európai Unió intézkedéseknek, és üdvözlendőnek tartom az erre irányuló kiemelt jogalkotási szándékot.

⁴⁰ OECD (2021): "Abuse of dominance in Digital Markets", OECD Roundtables on Competition Policy Papers, No. 256, OECD Publishing, Paris, 25. old., elérhető: <https://doi.org/10.1787/4c36b455-en> (letöltés ideje: 2024. december 20.)

⁴¹ <https://www.europarl.europa.eu/news/hu/press-room/20220603IPR32196/deal-on-common-charger-reducing-hassle-for-consumers-and-curbng-e-waste> (letöltés ideje: 2024. december 20.)

Az átváltási költségek csökkentése és ezáltal a kényszerkötődés fellazítása véleményem szerint alulértékelt tényező a digitális monopóliumok dominanciájának enyhítése vagy megtörése szempontjából. Amennyiben az új szabályozás alapján nem sikerül egy kritikus felhasználótömeget elvonni az uralkodó platformszolgáltatóktól, hiába lesznek a kínált szolgáltatás tekintetében versenytársnak - például riválisnak tekinthető európai vállalkozások -, nem tudják majd növelni piaci részesedésüket.

A hálózati hatás egy tyúk-tojás problémát eredményez. Amíg nincs elegendő felhasználója a platformnak, addig a gyártók vagy tartalom-előállítók sem motiváltak a platformhoz való csatlakozásban. Viszont tartalom nélkül a fogyasztók se választják az adott platform szolgáltatását.⁴²

Álláspontom szerint a váltási költségek csökkentése a széles körű interoperabilitás megteremtését ösztönző szabályozás tűnik jogi eszközökkel leginkább megvalósíthatónak.

Amennyiben a hasonló szolgáltatásokat kínáló platformok között megvalósulna az átjárhatóság, tényleges verseny alakulhatna ki közöttük, és a közvetlen hálózati hatás okozta platformkötődés lényegesen oldódhatna.

A Digital Markets Act rendelet megalkotása során jelentős célként jelent meg az interoperabilitás megteremtése, a kényszerkötődés oldását eredményező szabályok lefektetése. A rendelet értelmében a kapuőrnek lehetővé kell tennie a szolgáltatók és hardverszolgáltatók számára az interoperabilitási célú hozzáférést a kliens szoftverekhez és az operációs rendszerhez. Ezen kívül engedélyeznie kell a harmadik féltől származó alkalmazások és alkalmazásruházak telepítését és használatát, feltéve, hogy ezek nem veszélyeztetik az operációs rendszer vagy a kliens szoftver integritását (DMA II. fejezet, 6. cikk (7)). Az interoperabilitás szempontjából fontos, hogy a végfelhasználók adatai mostantól hordozhatók lesznek az alkalmazások között. A kapuőrnek meg kell akadályoznia az önpreferenciás rangsorolás problémáját azáltal, hogy nem részesítheti kedvezőbb elbánásban saját szolgáltatásait a rangsorolás során, és biztosítania kell a hozzáférést az online keresőprogramjával végzett keresések során keletkező kattintási és rangsorolási adatokhoz is (DMA II. fejezet, 6. cikk (5), (11)). Végül, fontos megemlíteni az azonnali üzenetküldő alkalmazások alapfunkcióinak interoperabilitásának megteremtésére vonatkozó kötelezettséget. A rendelet 7. cikkét a számfüggetlen személyek közötti hírközlési szolgáltatások átjárhatóságának szenteli. A minősítés után a szolgáltatóknak szöveges üzenetek, multimédia tartalmak és

⁴² Csontos – Szabó (2018): *i.m.* 61.

csatolt fájlok terén, majd egyre szélesebb funkciók összehangolására is kötelezettek lesznek.⁴³

Az Európai Unió a DMA rendelet formájában megtette az első lépést a platform ökoszisztémák közötti átjárhatóság megteremtéséhez, azonban a kényszerkötődés jelenségének érdemi kezelésére mindenképpen ambíciózusabb, a szolgáltatások és alkalmazások szélesebb körét érintő szabályanyag megalkotására van szükség.

Források jegyzéke:

- Bak Márton Ferenc – Bordás Péter (2024): Reguláció - dereguláció: kihívások és a digitális piacok szabályozásában, In: Glavanits Judit – Szabó Tamás (szerk.): *Kiszolgáltatott csoportok a digitális világban - A digitalizáció jogalkotói és jogalkalmazói kihívásai*, Universitas, Győr, 14.
- Bársony Eszter et. all. (2024): Nagykomentár a DMA rendelethez, Wolters Kluwer, 75.
- Belényesi Pál (2015): A digitális piacok időszerű versenyjogi vonatkozásai, John Cabot University, Róma, 12. Elérhető: https://www.gyh.hu/data/cms1033315/12_Belenyesi_Pal_a_digitalis_piac_ok.pdf (letöltés dátuma: 2024. december 13.)
- Csontos Réka Sára - Szabó Zsolt Roland (2018) A versengés új színterei: platformok stratégiai menedzsment-megközelítésből. *Vezetéstudomány*, 49 évf., (9) szám, 62.
- Jakab András – Sebők Miklós (2020): Empirikus jogi kutatások, Budapest, Osiris Kiadó 2020. 170-171.
- Lőrincz László - Nagy Péter (2009): Az áttérési költségek hatása a versenyre a távközlési piacokon, In: Valentiny Pál – Kiss F. L. (szerk.): *Verseny és szabályozás 2008*, Budapest, Magyarország: MTA Közgazdaságtudományi Intézet, 171.
- Maka Zsófia (2022): A versenyjog és a tech-óriások küzdelme a digitális platformgazdaságban – A digitális piacokról szóló rendelettervezet (MA) törekvései és fejleményei, *Fontes Iuris*, 2022. évf., 1. szám, 39.
- Markus Eurich - Michael Burtscher (2014): *The Business-to-Consumer Lock in Effect*, University Of Cambridge.

⁴³ Bak– Bordás (2024): i.m. 18.

Elérhető: <https://cambridgeservicealliance.eng.cam.ac.uk/system/files/documents/2014AugustPaperBusinesstoConsumerLockinEffect.pdf> (letöltés dátuma: 2024. december 11.)

- Nemeslaki András (2020): Platformgazdaságtan – kétoldalú piacok elmélete In: Sasvári, Péter (szerk.): *Informatikai rendszerek a közszolgálatban* I. Budapest, Ludovika Egyetemi Kiadó, 178.
- Priskin Boglárka - Hantosi István (2019): A versenyjog kihívásai a digitális gazdaságban – Az Európai Bizottság tanácsadó testületének jelentése és a Fuhrman-riport tükrében. *Versenytükrök*, XV.évf. /2. szám, 28.
- Somosi Ágnes (2017): A szolgáltatáskivezetés hatása az ügyfelekre a telekommunikációs szektorban, Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástani Doktori Iskola, Doktori disszertáció, 43.
- Stéphane Ciriani - Marc Lebourges (2017): *The Market Dominance of US Digital Platforms: Antitrust Implications for the European Union*, 4. Elérhető: https://www.researchgate.net/publication/317272901_The_Market_Dominance_of_US_Digital_Platforms_Antitrust_Implications_for_the_European_Union (letöltés dátuma: 2024. december 11.)
- Thuraingham, B. (2015): *Big Data Security and Privacy. Proceedings of the 5th ACM Conference on Data and Application Security and Privacy*. New York.
- Tóth András (2024): A DMA és a versenyjog viszonya. In: Koltay András – Szikora Tamás – Lapsánszky András (szerk.): *A vadnyugat vége? Tanulmányok az Európai Unió platformszabályozásáról*. Budapest, Magyarország, ORAC Kiadó, 340.
- Tucker, Joshua Aaron - Guess, Andrew - Barbera, Pablo - Vaccari, Cristian - Siegel, Alexandra - Siegel, Alexandra - Sanovich, Sergey - Stukal, Denis - Nyhan, Brendan (2018): *Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature*. SSRN, March 19, 2018, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3144139>
- Zödi Zsolt (2023): *Platformjog*. Nemzeti Közszolgálati Egyetem, Ludovika Egyetemi Kiadó, Budapest, 9.
- A Bizottság határozatának összefoglalója (2018. július 18.) az Európai Unió működéséről szóló szerződés 102. cikke és az EGT-megállapodás 54. cikke szerinti eljárással kapcsolatban

- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/1150 rendelete (2019. június 20.) az online közvetítő szolgáltatások üzleti felhasználói tekintetében alkalmazandó tisztességes és átlátható feltételek előmozdításáról
- 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
- 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
- CASE AT.39740 - Google Search (Shopping)-ügy.
- CASE AT.40099 - Google Android-ügy
- COMP/C-3/37.792 - Microsoft ügy
- 120-cv-3715 (APM) ügyszámon nyilvántartott United States Of America et al., v. Google LLC egyesített ügy
- <https://www.europarl.europa.eu/news/hu/press-room/20220603IPR32196/deal-on-common-charger-reducing-hassle-for-consumers-and-curbing-e-waste> (letöltés dátuma: 2024. december 20.)
- OECD (2021): “Abuse of dominance in Digital Markets”, OECD Roundtables on Competition Policy Papers