

PÁZMÁNY PÉTER KATOLIKUS EGYETEM
JOG- ÉS ÁLLAMTUDOMÁNYI DOKTORI ISKOLA

**PILLANATKÉP
A DIGITÁLIS PIACOK SZABÁLYOZÁSÁRÓL**

A DMA a vállalati compliance tükrében

Doktori értekezés

DR. FIRNIKSZ JUDIT

Témavezető:
DR. SZILÁGYI PÁL BÉLA
egyetemi docens

Budapest
2023

A KÉZIRAT LEZÁRÁSÁNAK DÁTUMA: 2023. JÚNIUS 20.

Ajánlom ezt az írást dr. Boytha Györgyné Enikőnek, Torjákné Amberger Teréznek, Morvayné dr. Vigh Katalinnak, dr. Dömötörfy Borbálának, dr. Csömör Magdolnának, Kézdi Katalinnak, akik az értekezéshez vezető úton megosztották velem gondolataikat, valamint mindazon további kollégáimnak, akik az elmúlt évtizedek során elültették és táplálták bennem a meggyőződést, hogy az őszinte kíváncsiságon és megbecsülésen alapuló szakmai vita a barátság és a szellemi fiatalság egyik forrása.

TARTALOMJEGYZÉK

Glosszárium.....	6
1. A kutatás háttere és alapkérdése.....	14
1.1. Bevezetés	14
1.2. Adatforradalom és hálózatiság.....	15
1.3. „Új normalitás” – a pandémia katalizátor-hatása.....	16
1.4. A megfelelés mint versenyképességi tényező.....	19
1.5. Kutatási alapkérdés és az értekezés szerkezete.....	21
2. Digitális megfelelés: az eligazodás művészete?.....	23
2.1. Kutatási kérdés	23
2.2. A vállalati megfelelés (corporate compliance) megjelenése a magyar gyakorlatban	23
2.2.1 A compliance gyökerei.....	23
2.2.2 Az elszámoltathatóság és a „by design” elvárások megjelenése.....	26
2.3. A compliance a vállalat belső nyelvére lefordítva.....	27
2.3.1 A szabályozási környezet mint kockázatforrás	29
2.4. Digitális megfelelés.....	31
2.4.1 A szabályozási logika szerepe a kockázatértékelésben.....	31
2.4.2 A szabályozás és innováció dilemmája	34
2.4.3 Termék- és üzleti innováció: hol kezdődik a megfelelés?.....	36
2.5. Összegzés és következtetések.....	39
3. Digitális piacok: miről (nem) szól a DMA?.....	42
3.1. Kutatási kérdés	42
3.2. Digitális ágazat – információs társadalommal összefüggő szolgáltatások	42
3.2.1 Az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások.....	42
3.2.2 A közvetítő platformok mint vegyes (kompozit) szolgáltatások az EUB előtt.....	44
3.2.3 Az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások a P2B Rendeletben	46
3.2.4 Digitális ágazat – digitális piacok	48
3.3. Piacszabályozás helyett kapuőr-szabályozás	49
3.3.1 A DMA szabályozási logikája és fogalomkészlete	49
3.3.2 Releváns szolgáltatások tételes jegyzéke.....	51
3.3.3 Kapuőrök és kötelezettségek	54
3.3.4 Rugalmasságot biztosító szabályozási elemek	57
3.4. Összegzés és következtetések.....	58
4. Platformok, avagy hogyan szabályozzuk a szabályozót?.....	60
4.1. Kutatási kérdés	60
4.2. Miért nem tartalmazza a DMA a platform fogalmát?.....	60
4.3. Versenyképesség	61
4.3.1 Európa a globális versenyben.....	62
4.3.2 A platformok, a digitális ágazat és az uniós közpolitikák viszonya – a megfelelés hatóköre	67

4.3.3	Konnektivitás – az internet ökoszisztéma szerepe	71
4.4.	Globális platformok és feszültségek az internet ökoszisztémában	72
4.4.1	Az OTT alapú audiovizuális tartalomszolgáltatások: médiapiacból tartalomfogyasztási piac	73
4.4.2	Az internet-értéklánc átalakulása	79
4.4.3	A globális platformok szerepe az internet-értékláncban.....	83
4.4.4	A hálózatsemlegesség és az internetszolgáltatók gazdasági mozgástere	85
4.5.	A platform mint koordinációs mechanizmus	88
4.5.1	Digitális ökoszisztémák.....	88
4.5.2	A koordinációs – szabályozói szerepkör	94
4.6.	Összegzés és következtetések	96
5.	Szabályozási területeken átívelő megfelelési kérdések.....	99
5.1.	Kutatási kérdés	99
5.2.	Rangsorolás.....	99
5.2.1	Verseny a figyelemért – figyelemgazdaság, fogyasztói élmény	99
5.2.2	Megtalálhatóság, felfedezhetőség	101
5.2.3	Új szabályozási igény a tételes jogban	102
5.2.4	Relatív kiemelés – láthatóság – önpreferálás	103
5.2.5	A kapuőrökre vonatkozó rangsorolási elvárások	108
5.2.6	Ajánlórendszerek, testreszabott ajánlatok	110
5.2.7	Fogyasztói eligazodás.....	111
5.3.	Interoperabilitás	112
5.3.1	Az interoperabilitás fogalma	112
5.3.2	Az interoperabilitás technikai integráció szintjei szerinti kategóriái	113
5.3.3	Az értéklánc érintett szintjei szerinti elkülönítés – modularitás	116
5.3.4	Horizontális interoperabilitás – számfüggetlen személyközi szolgáltatások	118
5.3.5	Interoperabilitás az elektronikus hírközlés ágazati szabályozási rendszerében... ..	119
5.3.6	A kapuőröknek a számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatások interoperabilitásával kapcsolatos kötelezettsége	120
5.3.7	Vertikális interoperabilitás	122
5.3.8	Sideloadig: alternatív forrásból származó alkalmazások és alternatív alkalmazásáruházak használata	123
5.3.9	Az operációs rendszerhez történő hozzáférés.....	124
5.4.	Összegzés és következtetések	125
6.	Kilátások és összegzés	131
6.1.	Az antitröszt bizonytalansági határai?	131
6.2.	Bizonytalanság – rugalmasság – feedback hurok	135
6.3.	Záró gondolatok.....	136
	Irodalomjegyzék	139
	Saját publikációk jegyzéke.....	149
	Függelék: az értekezéshez alkalmazott kvalitatív módszertan	150

GLOSSZÁRIUM¹

ALKALMAZOTT RÖVIDÍTÉS / FOGALOM	MEGHATÁROZÁS
AI Liability Act	Javaslat - Európai Parlament és a Tanács irányelve a szerződésen kívüli polgári jogi felelősségre vonatkozó szabályoknak a mesterséges intelligenciához való hozzáigazításáról (a mesterséges intelligenciával kapcsolatos felelősségről szóló irányelv) (COM/2022/496 final)
AIA (Artificial Intelligence Act)	Javaslat - az Európai Parlament és a Tanács rendelete a mesterséges intelligenciára vonatkozó harmonizált szabályok (a mesterséges intelligenciáról szóló jogszabály) megállapításáról és egyes uniós jogalkotás aktusok módosításáról (COM/2021/206 final)
Airbnb Ireland ügy	C-390/18 Airbnb Ireland ügy, EU:C:2019:1112
Amazon Buy Box ügy	COMP/AT.40703 ügyszámon indított eljárás
Amazon Marketplace ügy	COMP/AT.40462 ügyszámon indított eljárás
Antitröszt (jog)	A kartellelles és az erőfölénnyel való visszaélésre vonatkozó szabálygyűttes
Antitröszt Bírságközlemény	A Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 11/2017. közleménye a versenykorlátozó megállapodásokra és összehangolt magatartásokra, a gazdasági erőfölénnyel való visszaélésre, valamint a jelentős piaci erővel való visszaélésre vonatkozó tilalmakba ütköző magatartások esetén a bírság összegének megállapításáról
API (Application Programming Interfaces)	Nyílt alkalmazásprogramozási felületek
Árfeltüntetési irányelv (Price Indication Directive)	Az Európai Parlament és a Tanács 98/6/EK irányelve (1998. február 16.) a fogyasztók számára kínált termékek árának feltüntetésével kapcsolatos fogyasztóvédelemről (HL L 80., 1998.3.18., 27. o.)

¹ A digitális gazdaság szabályozásának gazdasági és jogi terminológiája kialakulóban van. A könnyebb érthetőség érdekében a glosszárumban az értekezésben hivatkozott joganyagokat, rövidítéseket és leggyakrabban előforduló fogalmakat tartalmazza. Tekintettel arra, hogy a hazai gyakorlatban a digitális gazdaságot érintő jogalkotási aktusok többségét annak angol terminológiájával, illetve rövidítéseivel hivatkozzák, erre tekintettel az értekezés is vegyes terminológiát használ.

AVMD	Az Európai Parlament és a Tanács 2010/13/EU irányelve (2010. március 10.) a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról (Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv) (HL L 95., 2010.4.15., 1. o.)
B2B (business-to-business)	Vállalkozási kapcsolat
B2C (business-to-consumer)	Vállalkozás és fogyasztó között fennálló kapcsolat
BEREC	Body of European Regulators for Electronic Communications, az európai elektronikus hírközlési hatóságok testülete
CAGR (compounded annual growth rate)	A befektetések időbeli teljesítményét jellemző kumulatív éves növekedési ráta
Connectivity Package	Az uniós konnektivitási ágazat átalakítására vonatkozóan 2023. február 23-án közzétett új bizottsági kezdeményezéscsomag (https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_985)
Copyright Directive	Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/790 irányelve (2019. április 17.) a digitális egységes piacon a szerzői és szomszédos jogokról, valamint a 96/9/EK és a 2001/29/EK irányelv módosításáról (HL L 130., 2019.5.17., 92. o.)
CRD (Consumer Rights Directive)	Az Európai Parlament és a Tanács 2011/83/EU irányelve (2011. október 25.) a fogyasztók jogairól, a 93/13/EGK tanácsi irányelv és az 1999/44/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv módosításáról, valamint a 85/577/EGK tanácsi irányelv és a 97/7/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv hatályon kívül helyezéséről (HL L 304., 2011.11.22., 64. o.)
Cyber Resilience Act	Javaslat – az Európai Parlament és a Tanács rendelete a digitális elemeket tartalmazó termékekre vonatkozó horizontális kiberbiztonsági követelményekről és az (EU) 2019/1020 rendelet módosításáról (COM/2022/454 final)
Cybersecurity Act	Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/881 rendelete (2019. április 17.) az ENISA-ról (az Európai Unió Kiberbiztonsági Ügynökségről) és az információs és kommunikációs technológiák kiberbiztonsági tanúsításáról, valamint az 526/2013/EU rendelet hatályon kívül helyezéséről (kiberbiztonsági jogszabály) (HL L 151., 2019.6.7., 15. o.)
Data Act	Javaslat - az Európai Parlament és a Tanács rendelete a méltányos adathozzáférésre és adatfelhasználásra vonatkozó harmonizált szabályokról (adatmegosztási jogszabály) (COM/2022/68 final)
DCSD (Digital Content and Services Directive)	Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/770 irányelve (2019. május 20.) a digitális tartalom szolgáltatására és digitális szolgáltatások nyújtására irányuló szerződések egyes vonatkozásairól

	(HL L 136., 2019.5.22., 1. o.)
DGA (Data Governance Act)	Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/868 rendelete (2022. május 30.) az európai adatkormányzásról és az (EU) 2018/1724 rendelet módosításáról (adatkormányzási rendelet) (HL L 152., 2022.6.3., 1. o.)
Digitális Évtized 2030 (Digital Decade 2030)	Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2481 határozata (2022. december 14.) a Digitális évtized 2030 szakpolitikai program létrehozásáról (HL L 323., 2022.12.19., 4. o.)
Digitális vállalkozások	Mindazon piaci szereplők, melyek (i) kínálata digitális technológiákra épül vagy (ii) tevékenységük során digitális technológiát alkalmaznak (Lyytinen és mtsai., 2016)
DMA (Digital Markets Act)	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) (HL L 265., 2022.10.12., 1. o.)
DOJ	Department of Justice – az USA igazságügyi minisztériuma
DORA	Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2554 rendelete (2022. december 14.) a pénzügyi ágazat digitális működési rezilienciájáról, valamint az 1060/2009/EK, a 648/2012/EU, a 600/2014/EU, a 909/2014/EU és az (EU) 2016/1011 rendelet módosításáról (HL L 333., 2022.12.27., 1. o.)
DSA (Digital Services Act)	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) (HL L 277., 2022.10.27., 1. o.)
EAA (Accessibility Act, Akadálymentességi Irányelv)	Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/882 irányelve (2019. április 17.) a termékekre és a szolgáltatásokra vonatkozó akadálymentességi követelményekről (HL L 151., 2019.6.7., 70. o.)
ECI	A Tanács 2008/114/EK irányelve (2008. december 8.) az európai kritikus infrastruktúrák azonosításáról és kijelöléséről, valamint védelmük javítása szükségességének értékeléséről (HL L 345., 2008.12.23., 75. o.)
E-Evidence Agreement	Elektronikus bizonyítékokhoz történő hozzáférésre vonatkozó javaslatcsomag (https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/IP_18_3343)
eIDAS Regulation	Az Európai Parlament és a Tanács 910/2014/EU rendelete (2014. július 23.) a belső piacon történő elektronikus tranzakciókhoz kapcsolódó elektronikus azonosításról és bizalmi szolgáltatásokról, valamint az 1999/93/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről (HL L 257., 2014.8.28., 73. o.)

E-kereskedő	Ahol az az online kereskedelem sajátosságaira tekintettel releváns, az üzleti felhasználó fogalmának szinonimájaként használjuk az e-kereskedő fogalmat
Elektronikus Kereskedelemről Szóló Irányelv	Az Európai Parlament és a Tanács 2000/31/EK irányelve (2000. június 8.) a belső piacon az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem, egyes jogi vonatkozásairól (HL L 178., 2000.7.17., 1. o.)
Elite Taxi ügy	C-434/15 Elite Taxi ügy, EU:C:2017:981
ellátási lánc (supply chain)	A fogyasztói igény kielégítésére szolgáló termékek és a szolgáltatások előállításához és forgalmazásához szükséges egymáshoz kapcsolódó tevékenységek, folyamatok ellátását végző piaci szereplők együttműködési rendszere (Blahó és mtsai., 2021)
E-Privacy Directive	Az Európai Parlament és a Tanács 2002/58/EK irányelve (2002. július 12.) az elektronikus hírközlési ágazatban a személyes adatok kezeléséről, feldolgozásáról és a magánélet védelméről (Elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv) (HL L 201., 2002.7.31., 37. o.)
E-Privacy Regulation	Javaslat - az Európai Parlament és a Tanács rendelete az elektronikus hírközlés során a magánélet tiszteletben tartásáról és a személyes adatok védelméről, valamint a 2002/58/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről (elektronikus hírközlési adatvédelmi rendelet) (COM/2017/010 final - 2017/03 (COD))
Ertéklánc (value chain)	Az ellátási lánc mentén keletkező költségek és létrejövő új értékek (Blahó és mtsai., 2021)
EU	Európai Unió
EUB	Az Európai Unió Bírósága
EUMSZ	Az Európai Unió Működéséről Szóló Szerződés
Európai Elektronikus Hírközlési Kódex	Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2018/1972 irányelve (2018. december 11.) az Európai Elektronikus Hírközlési Kódex létrehozásáról (átdolgozás) (HL L 321., 2018.12.17., 36. o.)
European Digital Identity Regulation	Javaslat - az Európai Parlament és a Tanács rendelete a 910/2014/EU rendeletnek az európai digitális személyazonosság keretének létrehozása tekintetében történő módosításáról (COM/2021/281 final)
FCPA	Foreign Corrupt Practices Act of 1977 (15 U.S.C. § 78dd-1, et seq.)
Felfedezhetőség (discoverability)	Valamely tartalom vagy információ elérhetősége az internet útján elérhető valamennyi tartalom és információ vonatkozásában
Fogyasztó	Azon természetes személy, aki kereskedelmi, üzleti, kézműipari vagy szakmai tevékenységén kívül eső célok érdekében jár el
Fogyasztóvédelmi Bírágóközlemény	A Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 12/2017. közleménye a fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól

FRAND (fair, reasonable and non-discriminatory)	Tisztességes, észszerű és diszkriminációmentes
GDPR	Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2016/679 rendelete (2016. április 27.) a természetes személyeknek a személyes adatok kezelése tekintetében történő védelméről és az ilyen adatok szabad áramlásáról, valamint a 95/46/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről (általános adatvédelmi rendelet) (HL L 119., 2016.5.4., 1. o.)
Google Android ügy	A Bizottság által AT.40099 ügyszámon 2018. július 18. napján hozott döntés
Google Shopping ügy	T-612/17. Google Shopping ügy - EU:T:2021:763
GVH	Gazdasági Versenyhivatal
Interoperable Europe Act	Javaslat – Európai Parlament és a Tanács rendelete a közszféra Unión belüli magas szintű interoperabilitását biztosító intézkedések meghatározásáról (COM/2022/720 final)
IoT (Internet of Things)	A „dolgok internete” az internetre csatlakozni képes azon eszközök összességét jelenti, melyek képesek az általuk begyűjtött adatokat az Interneten (felhőn) keresztül megosztani: az okoseszközöktől a szenzorokig, jeladóig széles az érintett eszközök köre, melyek elsődleges feladata, hogy információt szolgáltatassanak, amennyiben ezeket az eszközöket – általában automatizált – rendszerekkel kapcsolják össze, akkor jelentős segítséget nyújthatnak mind az ipari, mind a fogyasztói felhasználók számára azzal, hogy lehetővé teszik az adott körbe tartozó releváns információk gyűjtését, elemzését, és erre épülően akár valamely tevékenység(ek) elvégzését is
IPTV	Azon digitális televízió szolgáltatások, amelyeket internet protokoll (IP) használata révén biztosítanak
ITSZ Irányelv	Az Európai Parlament és a Tanács műszaki szabályokkal és az információs társadalom szolgáltatásaira vonatkozó szabályokkal kapcsolatos információszolgáltatási eljárás megállapításáról szóló 2015/1535 (EU) irányelve (HL L 241., 2015.9.17., 1. o.)
Láthatóság	Valamely vállalkozásnak, márkáinak vagy termékeinek egy adott felhasználói környezetben való megjelenítése
Lineáris műsorszolgáltatás	A médiaszolgáltatók által nyújtott azon médiaszolgáltatások, melyek műsorrend köré szerveződnek
Media Freedom Act	Javaslat – az Európai Parlament és a Tanács rendelete a belső piaci médiaszolgáltatások közös keretének létrehozásáról (az európai tömegtájékoztatás szabadságáról szóló jogszabály) és a 2010/13/EU irányelv módosításáról (COM/2022/457 final)
Megtalálhatóság (findability)	Valamely tartalom vagy információ elérhetősége valamely azonosítható konkrét online közegben, térben, felületen (például weblapon, e-kereskedelmi felületen)

MICA	Javaslat - az Európai Parlament és a Tanács rendelete a kriptoeszközök piacairól és az (EU) 2019/1937 irányelv módosításáról (COM/2020/593 final)
New Deal for Consumers	Új megállapodás a fogyasztói érdekekért – A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak (COM(2018) 183 final)
NIS Irányelv	Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2016/1148 irányelve (2016. július 6.) a hálózati és információs rendszerek biztonságának az egész Unióban egységesen magas szintjét biztosító intézkedésekről (HL L 194., 2016.7.19., 1. o.)
NIS2	Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2555 irányelve (2022. december 14.) az Unió egész területén egységesen magas szintű kiberbiztonságot biztosító intézkedésekről, valamint a 910/2014/EU rendelet és az (EU) 2018/1972 irányelv módosításáról és az (EU) 2016/1148 irányelv hatályon kívül helyezéséről (NIS 2 irányelv) (HL L 333., 2022.12.27., 80. o.)
Olasz Amazon Fulfilment ügy	A528 ügyszámon az olasz versenyhatóság (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) által indított ügy
Olasz Android Auto ügy	A529 ügyszámon az olasz versenyhatóság (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) által indított ügy
Omnibus Irányelv	Az Európai Parlament és a Tanács 2019/2161 irányelve a 93/13/EGK tanácsi irányelvnek, valamint a 98/6/EK, a 2005/29/EK és a 2011/83/EU európai parlamenti és tanácsi irányelvnek az uniós fogyasztóvédelmi szabályok hatékonyabb végrehajtása és korszerűsítése tekintetében történő módosításáról (HL L 328., 2019.12.18., 7. o.)
Open Internet Regulation (Nyílt Internet Rendelet)	Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2015/2120 rendelete (2015. november 25.) a nyílt internet-hozzáférés megteremtéséhez szükséges intézkedések meghozataláról, továbbá az egyetemes szolgáltatásról, valamint az elektronikus hírközlő hálózatokhoz és elektronikus hírközlési szolgáltatásokhoz kapcsolódó felhasználói jogokról szóló 2002/22/EK irányelv és az Unión belüli nyilvános mobilhírközlő hálózatok közötti barangolásról (roaming) szóló 531/2012/EU rendelet módosításáról (HL L 310., 2015.11.26., 1. o.)
OTT szolgáltatások (over-the-top szolgáltatások)	A fogalom az érintett szolgáltatások megvalósítási módja alapján mindazon tartalmakat, szolgáltatásokat vagy alkalmazásokat magában foglalja, melyeket a nyílt internet útján juttatnak el a végfelhasználókhoz (BEREC, 2016)
P2B (platform-to-business)	Platform és üzleti felhasználónak minősülő entitások közötti kapcsolat

P2B Rendelet	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 (HL L 186., 2019.7.11., 57. o.)
Pandémia	A SARS-CoV-2 vírus által okozott Covid19 elnevezésű betegséggel fertőző világjárvány. Első hulláma 2020 első hónapjaival, második hulláma 2020 nyarával, harmadik hulláma 2021 februárjával kezdődően zajlott le
Privacy Shield 2.0	EU-US Data Privacy Framework (www.privacyshield.com , https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda_22_7632)
Product Liability Directive (Termékfelelősségi Irányelv)	A Tanács irányelve (1985. július 25.) a hibás termékekért való felelősségre vonatkozó tagállami törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezések közelítéséről (HL L 210., 1985.8.7., 29. o.)
PSD2	Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2015/2366 irányelve (2015. november 25.) a belső piaci pénzforgalmi szolgáltatásokról és a 2002/65/EK, a 2009/110/EK és a 2013/36/EU irányelv és a 1093/2010/EU rendelet módosításáról, valamint a 2007/64/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről (HL L 337., 2015.12.23., 35. o.)
Regulation on targeting of political advertising	Javaslat – az Európai Parlament és a Tanács rendelete a politikai reklám átláthatóságáról és targetálásáról COM/2021/731 final
SEC	Securities and Exchange Commission – az USA értékpapír- és tőzsdefelügyelete
SOGD (Sales of Goods Directive)	Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/771 irányelve (2019. május 20.) az áruk adásvételére irányuló szerződések egyes vonatkozásairól, az (EU) 2017/2394 rendelet és a 2009/22/EK irányelv módosításáról, valamint az 1999/44/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről (HL L 136., 2019.5.22., 28. o.)
SOX	Sarbanes-Oxley Act, The Act to protect investors by improving the accuracy and reliability of corporate disclosures made pursuant to the securities laws, and for other purposes (Pub. L. 107–204 – July 30, 2002)
Streaming	Mindazon adatátviteli technikákon alapuló szolgáltatások, amelyek különféle médiatartalmak gyors továbbítását teszik lehetővé az interneten keresztül anélkül, hogy a teljes médiatartalom letöltésre kerülne a médiatartalom fogyasztása előtt
Termékdesign	A fejlesztés során a vállalkozások által valamely termék vagy szolgáltatás jellemzői, tulajdonságai vonatkozásában hozott döntéseinek összessége

UCPD	Az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK Irányelve a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról (HL L 149., 2005.6.11., 22. o.)
Üzleti felhasználó	Bármely, kereskedelmi vagy szakmai minőségben eljáró magánszemély, vagy bármely jogi személy, aki vagy amely (i) online közvetítő szolgáltatáson vagy (ii) alapvető platformszolgáltatásokon keresztül kínál fogyasztóknak árut vagy szolgáltatást üzleti, ipari, kézműipari vagy szakmai tevékenységéhez kapcsolódó célokból
Üzleti modell	Mindazon alapvető stratégiára, illetve stratégiák összessége, amelyek révén a cég eszközeit monetizálja, maximális bevételszerzésre törekedve
Végfelhasználó	Azon alapvető platformszolgáltatást igénybe vevő természetes vagy jogi személy, aki nem minősül üzleti felhasználónak
Versenyjog	A vállalatok közötti verseny szabályai, az antitröszt és a fúziós szabályrendszer együttesen
Video-on-demand	Lekérhető tartalomszolgáltatás

„Nem elég mai időkben törvényeket írni; de azok iránt szimpátiát is kell gerjeszteni.”

Széchenyi István²

1. A KUTATÁS HÁTTERE ÉS ALAPKÉRDÉSE

1.1. BEVEZETÉS

„Nem elég mai időkben törvényeket írni; de azok iránt szimpátiát is kell gerjeszteni. És ha valaki olyan törvénynek nem hódol, mely előtte gyűlöletes, melytől természete visszaborzad, sújthatja őt a betűnek szigorúsága ugyan, de célját veszti...” Bár nyelvezete mára kissé nehézkesnek tűnhet, de tartalmát tekintve Széchenyi mozgalmas, társadalmi és gazdasági változásokkal teli időkben tett kijelentésénél aligha lehet jobban érzékeltetni a jogszabályi megfelelés problematikáját (Széchenyi, 1981). Megértésen alapuló elfogadás nélkül a jogszabályok absztrakt fenyegetésként tornyosulnak az érintettek feje felett, de céljukat nem érthetik el.

Mind maga a robbanásszerű ütemben zajló adatforradalom, illetve az annak révén lehetővé váló digitális transzformációs folyamat, mind pedig a szabályozási környezet átalakulása folyamatos és jelentős adaptációs kihívást jelent a piaci szereplők számára. Egyre szélesebbé válik a digitális vállalkozások köre, amelyek kínálata digitális technológiákra épül vagy tevékenységük során digitális technológiát alkalmaznak. Esetükben indokolt friss szemmel tekinteni arra a kérdésre, miért és hogyan valósul meg vállalat(csoport)i szinten a jogkövetés, a vállalati megfelelés milyen hatást gyakorolhat a versenyképességre.

Az érem másik oldalát nézve pedig úgy fogalmazható meg a kérdés, hogyan válik élővé egy új szabályozás, milyen kihívások nehezítik szervezeti befogadását, a jogkövető vállalati magatartás kialakítását. Az értekezés a DMA szabályozási rendszerének összefüggéseiből kiindulva, de a digitális gazdaság szabályozási kontextusában elhelyezve azon kérdések vizsgálatára irányul, amelyekről a kutatási időszak alatt felvett szakmai interjúk és szakértői egyeztetések alapján beazonosítható volt, hogy a magyar piacon működő digitális vállalkozások számára az innovációs folyamatokat érintő szabályozási átalakuláshoz történő adaptációt elsődlegesen meghatározzák.

A *megfelelés (compliance)*, azaz a vállalati működéssel szembeni elvárásrendszer kapcsán adott szervezeti válaszok és felmerülő kérdések vizsgálata révén egyszersmind betekintést nyerhetünk a jog egy új területének formálódásába is. A digitális transzformáció a jogi szakmát sem hagyja érintetlenül: a jogi eszköztár bővül az innovatív technológián alapuló *legaltech* alkalmazások révén, és ugyanakkor a digitális vállalkozásoknál jelentkező jogász feladatok sajátos szabályozási és megfelelési szakértelmet kívánnak meg.

² A Magyar Akadémia körül – Széchenyi István 1842. november 27-én tartott nyitóbeszéde (Széchenyi, 1981).

1.2. ADATFORRADALOM ÉS HÁLÓZATISÁG

Az adatforradalom kifejezéssel 2016-ban találkoztam először egy olyan írásban, amely véletlenül került a kezembe. Versenyjogi ügyekben eljáró ügyvédként egy élelmiszerpiacot érintő fúziós ügyben kerestem piacelemzési háttéradatokat statisztikai tárgyú cikkek és elemzések között, amikor megakadt a szemem az adatforradalom kifejezésen. Bár nem tartozott a fúziós témához, de a címe felkeltette a figyelmemet, és a tanulmány olvastán gondolkodtam el először komolyan azon, milyen mély és alapvető változást hozhat az adatforradalom jelensége a versenyjog számára, és végső soron eredményezheti-e ez azt, hogy szükségessé válik a versenyjog eszköztárának és értelmezési keretrendszerének felülvizsgálata.

Az előzőekben hivatkozott cikkében Vukovich Gabriella, a Központi Statisztikai Hivatal elnöke a statisztikus avatott szemével tekintett az *adatforradalomra*, a napi gazdasági és társadalmi élet során keletkező információtömeg robbanásszerű növekedésére, és a gyors változások közepette is időtállóan rendszerezte azokat a főbb tendenciákat, amelyekben a jelen értekezés számára is értelmezendő gazdasági és társadalmi változások gyökereznek (Vukovich, 2015). A forradalom, azaz robbanásszerű változás megfigyelhető

- az adatok mennyiségének és adatok keletkezési ütemének növekedésében;
- az adatelemzési módszerek párhuzamosan zajló fejlődése nyomán az adatokkal bemutatható jelenségek körének bővülésében;
- az adatok rendelkezésre állásának gyorsulásában, hiszen a keletkező adatok egy jelentős hányada valós időben hozzáférhetővé válik;
- az adatforrások bővülésében;
- az adatkezelési műveleteket végző piaci szereplők, így az adatelőállítók, adatfeldolgozók, adatelemzők sokszínűségében és számuk növekedésében.

Digitális univerzum, online tér, digitális transzformáció, digitális ökoszisztéma, adatvezérelt piacok, adatalapú gazdaság, információs civilizáció, digitális fogyasztói magatartás – keressük a szavakat, fogalmakat. Szinte közhely, azonban – akár napi tapasztalataink alapján – nyilvánvalóan nem vitatkozhatunk érdemben azzal az állítással, hogy az adatforradalom az ipari forradalom óta az első olyan átalakulás, amely a társadalom és a gazdaság minden szegmensét érinti és átformálja (Schwab, 2016). Folyamatos a változás, és az eligazodást alapvetően nehezíti, hogy egyelőre nem rendelkezünk megfelelően letisztult és általánosan bevett fogalomkészlettel a jelenségek és problémák leírására.

Témánkról nehéz lenne úgy beszélni, ha bevezető gondolatként nem utalnánk a Castells (2005) által megfogalmazott *információs technológia paradigmára*, amellyel az elsők között igyekezett rendszerezni a változások lényegét és megfelelő fogalomrendszert rendelni hozzá. Castells gondolatmenete szerint a paradigma első jellegzetessége az, hogy az információ szolgál *nyersanyagként*: e kiinduló gondolat ma akár eredeti megfogalmazásban, akár valamilyen metaforaként újjászülvén („az adat az új olaj”) szinte másodpercenként hangzik el a gazdasági közbeszédben. A második jellemző, az új technológiák *mindent átható, pervazív* volta: ezek a társadalmi és gazdasági létezés minden szintjét meghatározzák, és a legkülönbözőbb tevékenységek nyomán létrejövő rendszereket és kapcsolathalmazokat képesek a hálózati logika mentén összekapcsolni.

Castells a hálózatosság mellett a *rugalmasságot*, valamint záróelemként a technológiák *konvergenciáját* emeli még ki a paradigma jellemzőjeként, mely utóbbi „erősen integrált rendszer kialakulásához vezet, és eközben a technológia régi, egymástól elkülönült pályagörbéi a szó szoros értelmében megkülönböztethetetlenül válnak” (Castells, 2005, 119. old.).

A társadalom- és gazdaságfilozófiai gondolkodásban is megkerülhetlenné vált a felismerés, hogy az adat vált a gazdasági működésben az egyik legfőbb értéké, központi erőforrássá (Harari, 2017; Lee, 2020; Zuboff, 2015, 2019). Ezzel párhuzamosan, függetlenül attól, hogy életünk mely szegmensében mozgunk, társas kapcsolatainkat ápoljuk, szabadidős tevékenységet végzünk, vagy akár fogyasztóként, akár az értéklánc bármely szintjén gazdasági tevékenységet végezve vagyunk jelen a piacon, tevékenységünk aligha marad digitális lenyomat nélkül.

Digitális lábnyomaink mentén társadalmi, gazdasági létezésünkben az adatok elképzelhetetlen mennyisége keletkezik percről percre. Egy valós idejű statisztikai összegzéseket bemutató online jelentés³ alapján jelen értekezés lezárásának időpontjában a világ össznépségének 86,29 %-a rendelkezik okostelefonnal, illetve 91,4 %-ának van valamilyen mobil eszköze.⁴ Elképesztő ez az arány, hiszen az összehasonlítás alapjául szolgáló népességszám a legfiatalabbakat és a legidősebbeket is magában foglalja.

A mindig zsebünkben rejtőző okostelefonokra a Castells-i paradigma, különösen a konvergencia-elem és a pervazivitás szimbólumaként is tekinthetünk, hiszen mára már életünk teljes, mindenre kiterjedő keresztmetszetét adják.

1.3. „ÚJ NORMALITÁS” – A PANDÉMIA KATALIZÁTOR-HATÁSA

Az értekezés alapjául szolgáló kutatás időszakát meghatározta a pandémia, amely mind a vállalkozások, mind a fogyasztók számára közvetlenül érzékelhetővé tette, hogy a digitalizáció milyen mélységben vált a gazdasági élet szerves részévé.

A fizikai kereskedelmet érintő korlátozások miatt mind több fogyasztó és vállalkozás lépett ki és maradt is tartósan jelen a digitális piacereken, még akkor is, ha elsődleges preferenciáik szerint inkább maradtak volna a megszokott, hagyományos közegben. A pandémia első hónapjai a keresleti és a kínálati oldalon is felgyorsították a halogatott váltásokat, és a tranzakciók mind szélesebb körét kényszerítették a digitális térbe. Mára, a világjárvány további hullámainak levonulását követően, az is nyilvánvalóvá vált, hogy az online piacterek⁵ az otthoni munkavégzés és az online oktatási formák mellett visszavonhatatlanul az „új normalitás” részévé váltak (Cuhls és mtsai., 2021).

A pandémia megkerülhetlenné tette a felismerést, hogy *a hagyományos szerepek megváltoztak, illetve megsokszorozódtak*. A hagyományos szerepek mellett, azok változásával párhuzamosan és összefüggésben új szerepek alakultak ki az értéklánc mentén (platformok, fulfilment szolgáltatók, UX-designerek, üzleti felhasználók, tartalomgyártók, virtuális üzemeltetők). A keresleti oldalon megjelent a digitális térben „offline énjétől” eltérő magatartást tanúsító e-fogyasztó (5.2.1. pont), aki e minőségét ugyanakkor nem tudja olyan módon gyakorolni, hogy egyszersmind valamilyen online szolgáltatás felhasználója ne legyen. (Egy online vásárlási folyamatot végigkövetve a konkrét kínálati elemet tartalmazó kereskedői és / vagy platform oldal mellett minimalisan egy e-mail fiókhöz történő hozzáférés is szükséges, és mára már az ellenérték teljesítése is túlnyomó részben valamilyen online fizetési szolgáltatás igénybevételével valósul meg.) Az e-fogyasztó ugyanakkor sokszor egyben *prosumerként* is színre lép, amikor a fogyasztással pár-

³ Forrás: <https://www.bankmycell.com/blog/how-many-phones-are-in-the-world#sources> – letöltés dátuma: 2023. május 20.

⁴ Mobil eszköz alatt értendő az okostelefonok és a hagyományos mobiltelefonok összessége.

⁵ Az online piactér fogalmával számos esetben a platformok szinonimájaként találkozhatunk. Az online piactérnek ugyanakkor van egy szűkebb értelmezése is, amely azon online platformokat foglalja magában, amelyek fogyasztók és kereskedők/más fogyasztók számára távollevők közötti szerződések létrehozását teszik lehetővé. A tanulmány a továbbiakban az online piactereket ez utóbbi, szűkebb értelemben használja, arra is tekintettel, hogy ez egybeesik az UCPD-be bevezetett online piac fogalmával.

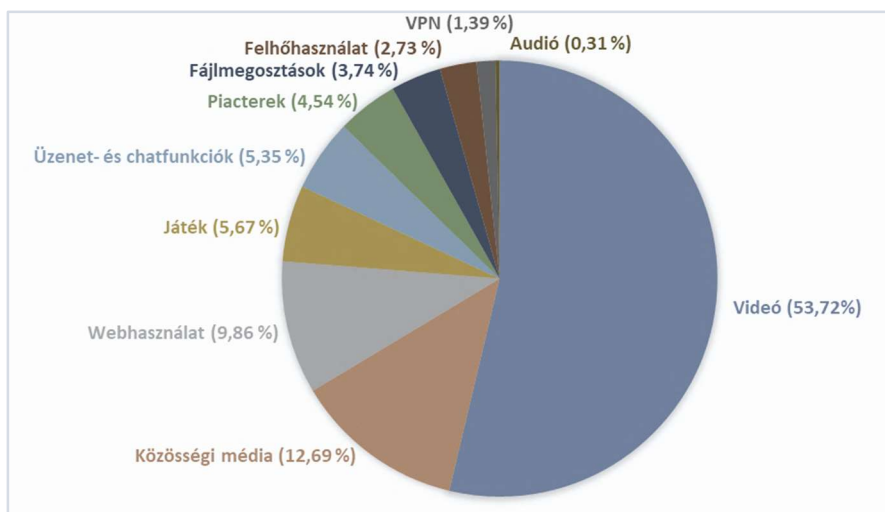
huzamosan bekapcsolódik az értékláncba és hozzájárul az értékteremtéshez.⁶ Nem kis feladatot tűz maga elé a kereskedelem jelenleg irányadó filozófiája, amely a fogyasztói élményt állítja középpontba, így a sokcsatornás (*omnichannel*) megközelítésben a vásárló viselkedését egészében, összefüggő rendszerként tekinti, az adatelemzések alapján a lehető legteljesebb képet igyekeznek összeállítani róla, és az elérhető összes csatornán nyújtja számára a testreszabott információkat. A kereskedelmi üzleti modellek is átalakulnak, a tisztán az online vagy offline térben megvalósuló értékesítés mellett az e-kereskedelem szempontrendszerét is figyelembe véve kialakított ún. *figital / hibrid modellek* legkülönbözőbb változatai fejlődnek ki, melyek a fizikai és a digitális világ elemeit ötvözik az ügyfélélmény teljességének növelése érdekében (PwC, 2021b).⁷ Egy másik globális felmérés fogyasztói oldalról tekint az aktuális piaci fejleményekre: globális szintről közelítve *négy fő törésvonal* térképezhető fel a vásárlásaikat az online térben intéző e-fogyasztók körében (PwC, 2021a). Az első törésvonal az ún. „Zoom-hatás” alapján osztja meg a fogyasztókat aszerint, hogy munkájukat otthonról végzik, vagy munkatevékenységük ellátása során továbbra is jelen vannak fizikailag. Nem meglepő, hogy az otthoni munkavégzők körében mintegy 10 %-kal nagyobb a hajlandóság a napi fogyasztási cikkeket érintő online nagybevásárlásokra. A *generációk* szokásai alapján azonosítható a második törésvonal: ha a napi fogyasztási cikkeket figyelmen kívül hagyjuk, akkor a legifjabb, milleniumi nemzedék vásárlásainak 43 %-át, míg a veteránok, azaz a legidősebb vásárlói generáció csupán a beszerzéseinek hat százalékát intézi az online térben. A pandémia nyomán beazonosítható harmadik jelenségként kialakult egy olyan – a válaszadók 23 %-át magában foglaló – fogyasztói csoport, amely a személyes jelenlétet nem igénylő vásárlás *biztonságosságát* helyezi előtérbe. E csoportot ugyanakkor egy szélesebb körű tudatosság is jellemzi: tagjai az egészséges, helyi előállítású, környezetbarát csomagolású, illetve fenntartható termelésből származó termékeket részesítik előnyben. A felmérés globális jellegénél fogva olyan érdekes trendekre is rámutatott, hogy fennmaradt és erősödött a korábbiakban is tapasztalt *kelet–nyugati törésvonal*, az ázsiai-csendes óceáni térségben a fogyasztók online vásárlásainak gyakorisága jóval nagyobb, mint amennyire az Nyugat-Európában, az amerikai és afrikai kontinenseken, vagy akár közel-keleti térségben jellemző.

Az e-kereskedelem példája mutatja be a legnyilvánvalóbban a gazdasági tranzakciók digitális térbe történő áthelyeződésének folyamatát. Az offline, fizikai termékek és szolgáltatások e-kereskedelmi értékesítése mellett az üzleti modellek átalakulása és a platform-működés megjelenése azt mutatja, hogy a vállalati működés során nemcsak a „*hol*”, hanem a „*hogyan*” kérdéseit és válaszait is újra kell fogalmazni.

Ugyanakkor a pandémia alatt felfutó fogyasztói kereslet dominánsan erősödött (1. diagram) olyan területeken is, mint a nyílt interneten igénybevehető ún. OTT szolgáltatások (például a *video-on-demand streaming* szolgáltatások), illetve a fogyasztói IoT-eszközök (például a sporttevékenységek élettani hatásainak mérésére szolgáló okoseszközök) és az ahhoz kapcsolódó alkalmazások terén is (Európai Bizottság, 2022; Sandvine, 2022). A tranzakciók tárgya is új elemekkel bővült, ezért tulajdonképpen a „*mit*” kérdését sem hagyta érintetlenül a technológiai változás.

⁶ Gondoljunk például az olyan meghatározó mértékben felhasználói tartalmakat kínáló videomegosztó-szolgáltatásokra, mint a Youtube.

⁷ A magyar piac vonatkozásában a 2021. május 27. napján a Magyar Marketing Szövetség és a Customer Experience Professionals Association együttes szervezésében megtartott CX@RESEARCH 2021 webináriumon elhangzott előadások (immár a világjárvány harmadik hullámának tapasztalataira is építve) szintén a vásárlásokhoz kapcsolódóan tudatosan kialakított és átfogó („holisztikus”) ügyfélélmény megvalósítását hangsúlyozták, melynek mérése az ún. ügyfélérettégi mutatók alapján történik.

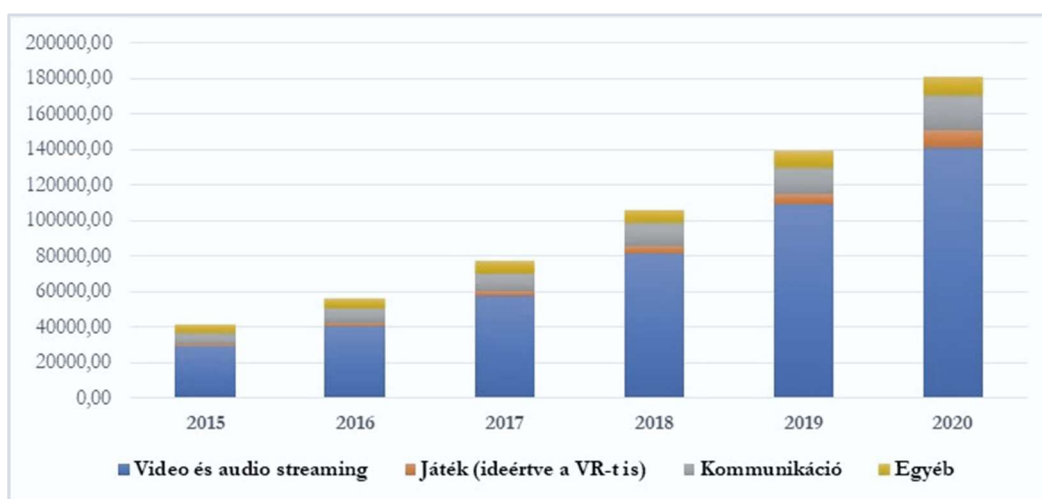


1. diagram

A globális internetforgalom belső arányai a felhasználás típusai szerint

Forrás: Sandvine (2022); Firniksz és mtsai (2023)

A tranzakciók mind jelentősebb hányada irányul a digitális tartalmakra, a digitális szolgáltatásokra és a digitális elemekkel rendelkező árukra. Erősödik a tendencia, hogy a termékek és szolgáltatások mind nagyobb hányada részben vagy teljesen az online világhoz kapcsolódik, önmagukban véve az offline világban ezek egyáltalán nem, vagy csupán részlegesen⁸ rendelkeznek használati értékkel.



2. diagram

A globális fogyasztói internetforgalom növekedése (átlag petabyte / hó) és belső arányainak változása a felhasználás típusai szerint

Forrás: Freyberg & Rand (2022)

⁸ Az okoseszközök esetében például vannak olyan funkcionálisok, amelyek a mögöttes alkalmazások nélkül is működnek, azonban a lényeges hozzáadott használati érték (például a sportórakkal felvett élettani értékek elemzése) ezen alkalmazások nélkül többnyire nem válik hozzáférhetővé.

Egyre többen és egyre szélesebb körben, a legkülönbözőbb célokra használjuk az internetet (2. diagram), a digitalizáció következtében a hálózatokra kapcsolódó eszközök száma ugrásszerűen növekszik. Folyamatosan nő a rendelkezésre álló sávszélesség, a forgalom döntő részét pedig a nagy sávszélesség-igényű videótartalmak teszik ki.

A használat növekedése és a használat belső arányainak változása a digitális gazdaság alapinfrastruktúráját adó internet-ökoszisztéma működését is átalakította (BEREC, 2022c), és mint az majd a 4.4. pontban részletesebben is kifejtésre kerül, a DMA-ben kapuőri szerepet betöltő platformok tényleges piaci jelentősége az internet-ökoszisztéma átalakulásában játszott szerepük vizsgálata nélkül nem értelmezhető.

1.4. A MEGFELELÉS MINT VERSENYKÉPESSÉGI TÉNYEZŐ

A doktori iskolai tanulmányokra 2019 tavaszán történő jelentkezéshez a motivációt az az ügyvédi gyakorlatból addigra már közvetlenül is leszűrt felismerés adta, hogy a *digitális transzformáció* a társadalmi és gazdasági élet szinte minden szegmensét áthatja, immár nem fogalmazható meg leszűkítő értelemben, pusztán információtechnológiai kérdésként.

A doktori tanulmányok megkezdésének időpontjára – 2019 őszére – világosan körvonalazódott, hogy a folyamatban lévő adatforradalom és az annak háttérében álló technológiai fejlődés hatására a piaci szereplők magatartása is jelentős és koncepcionális változáson ment át, és további, a korábbiaknál is jelentősebb arányú változásoknak nézünk elébe. A gazdaság egésze átalakult, sőt a társadalom működésének új területei – gondolva itt például a közösségi hálók keresleti és kínálati oldalra gyakorolt hatásaira, hirdetési és adattermelő potenciáljára, valamint az utóbbi időben már piactérként is történő működésére – monetizálódtak az új üzleti modellek részeként, és váltak a piaci működés új terepeivé.

A jelentkezési anyagban leadott kutatási terv a vizsgálat tervezett fő irányát még úgy fogalmazta meg, hogy „a piaci folyamatok e minőségi átalakulása a versenyjog értékelési szempontrendszerét, jogalkalmazási gyakorlatát és szabályozási kérdéseit is közvetlenül érinti mind az alapul fekvő jelenségek feldolgozása, mind az egyéb jogterületekkel (így különösen a szintén átalakulás alatt álló adatvédelmi joggal, valamint az új technológiák szabályozási kérdéseit megoldani hivatott technológia-joggal) történő érintkezése kapcsán”.

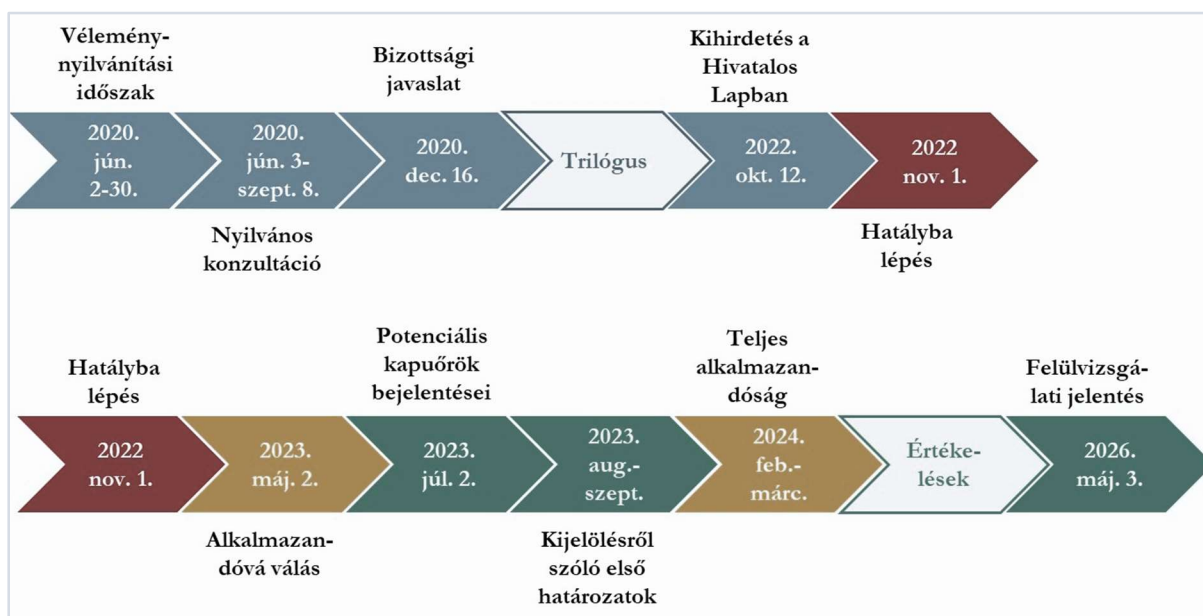
Az előbbieken ismertetett fő irány mentén került sor a kutatási tervben a kutatási alapkérdés megfogalmazására. Ez abból kiindulva, hogy a digitális transzformáció a piaci szereplők magatartását és a piaci folyamatokat gyökeresen átformálja, azt helyezte a vizsgálat középpontjába, hogy a „digitalizált” piacokra alkalmazható-e jelentős változtatások nélkül a „hagyományos” piacokon kialakult versenyjogi paradigmarendszer (arra is tekintettel, hogy a versenyjogi szabályozás keretjellege folytán a jogalkalmazási gyakorlat szerepe meghatározó és változatlan versenyjogi szabályozás mellett a paradigmaváltozás végbe mehet akár a jogalkalmazási gyakorlat változásával).

A jelentkezés időpontjában még nem volt sejthető, hogy rövidesen milyen jelentős volumenű jogalkotási hullám indul be az Európai Unióban, mely évtizedünkre Európa „digitális évtizedeként” tekint (Európai Parlament és Tanács, 2022).

A kutatás megvalósításának háttérében – a kutatási kérdés megfogalmazását és a módszertant is közvetlenül befolyásoló folyamatként – ott zajlott a digitális gazdaságot érintő átfogó jogalkotás. Megjegyzendő, hogy ehhez még két olyan további külső folyamat csatlakozott, amely a kutatást keretező tényezőként azonosítható be: (i) a pandémia egymást követő hullámai, amelyek, mint az előző pontban is láthattuk, a digitális gazdaságban zajló folyamatokra katalizátorként hatottak,

(ii) a technológia, így különösen a mesterséges intelligencia alapú rendszerek további gyors ütemű fejlődése.

Az uniós jogalkotási folyamat azzal is járt, hogy a kutatás számára kitűzött elsődleges kérdésre az Európai Bizottság a maga részéről adott is egyfajta választ: az adatvezérelt gazdaság működése, így különösen a kapuóri szerepet betöltő platformok által felvetett kihívásokra a DMA rekord ütemben történő kidolgozásával, elfogadásával és hatályba léptetésével reagált.



1. ábra
A DMA jogalkotási és jogalkalmazási mérföldkövei
Forrás: saját szerkesztés

Vállalati szemszögből a kutatás 2020 tavaszától egybeesett a DMA-re történő felkészülési időszakokkal. A doktori tanulmányok számára 2019-ben kialakított kutatási terv fontos szerepet szánt annak, hogy a kutatás keresztmetszetet adjon arról, hogyan érzékelik az érintett hazai piaci szereplők a digitális transzformáció által okozott paradigmaváltás jogi-szabályozási következményeit. A DMA-ra vonatkozó bizottsági javaslat megjelenésével kezdődően ez a dimenzió fokozatosan előtérbe került, és javarészt ennek köszönhetően a kutatás a *law in context* megközelítésben gyökerezik, mivel szélesebb körben és egyidejűleg igyekezett követni az alapul fekvő politikai és gazdasági problémák megértését és modellezését, valamint a kialakulóban lévő szabályozási válaszokat.

Ebben a tekintetben az értekezés azt a Snyder (1987) által kialakított és a jelenlegi jogtudományban is tovább élő megközelítést követi, amely az uniós jogra mint a politika, a közgazdaságtan és a jog bonyolult szövetére tekint, és annak tanulmányozására ennek megfelelően interdiszciplináris, kontextuális és kritikai megközelítést lát szükségesnek (Harlow, 2022; Herlin-Karnell és mtsai., 2021). A kutatási alapkérdés megfogalmazását ugyanis az a vita is keretezte, amely 2019-ben a Magyar Tudományos Akadémia Világgazdasági Tudományos Tanácsának napirendjére is felkerült, és azt a kérdést helyezte középpontba, mennyiben képesek a hazai és a régiós digitális vállalkozások egy alternatív növekedési motor szerepét betölteni (Szanyi, 2021). A vita kiinduló kérdésként felvetette, hogy a hazai digitális vállalkozások tevékenysége idővel eredményezhet-e olyan helyi innovatív megoldásokon alapuló, jelentős helyi hozzáadott értéket generáló, minőségi fejlődést, amely érdemben ráhatást gyakorolhat (a vizsgálat megállapításai

szerint a vizsgálati időszakban elsősorban a közvetlentőke-befektetők beruházási döntéseitől függő) fejlődési pálya átalakulására. Ezzel párhuzamos kérdésként került megfogalmazásra, hogy képesek-e ezek a vállalkozások olyan mértékben dinamizálni a közép-európai országok gazdaságait, hogy ezzel növekedési modellváltást tudjanak beindítani (Sass, 2021; Szalavetz, 2021a, 2021b).

1.5. KUTATÁSI ALAPKÉRDÉS ÉS AZ ÉRTEKEZÉS SZERKEZETE

Mind a globális értékláncokban szerepet játszó (döntően multinacionális vállalatok részeként működő) leányvállalatok, mind a helyi digitális vállalkozások azt érzékelik, hogy versenyben maradásuk feltétele az, hogy jelentős digitalizációs erőfeszítéseket tegyenek. Ez valójában versenyparitás, nem versenyelőny, hiszen versenytársaik hasonló erőfeszítéseket tesznek, ezért a fejlődés a legtöbb esetben csak a meglévő erőviszonyok megőrzését biztosítja, nem feltétlenül teremt kitorési lehetőséget (Demeter, 2021).⁹ Esetükben a compliance, a *digitális megfelelés*, azaz a digitalizációs lépések jogszerű és (különösen a mesterséges intelligencia rendszerek működtetése terén) etikus megvalósítása ebben a kontextusban vállalati versenyképességi (*firm competitiveness*) kérdéssé vált.

A megfelelési problémák feltáró, empirikus jellegű eszközeül szolgáltak az egyéni interjúk, illetve szakértői viták (így különösen tematikus workshopok, meet-upok), amelyek során negyven szakértővel került sor tételes adatfelvételre is.¹⁰ Az értekezés tematikai lehatárolásánál a végső szempont, tulajdonképpen *kutatási alapkérdés* annak meghatározására irányult, hogy a DMA-ból kiindulva melyek azok a kérdések, amelyek a compliance szempontjából a hazai digitális vállalkozások számára (főként innovációs projektjeik kapcsán) a legjelentősebb problémaként merülnek fel: az értekezés egyes fejezetei ezeket dolgozzák fel.

A második fejezet a digitális megfelelés – mint kialakulóban lévő *új jogi „műfaj”* – szerepét és problémakörét határolja le. A harmadik és a negyedik fejezet a digitális megfelelési kérdések *hatókörét (scope of compliance) érintő alapfogalmak* (digitális piacok, digitális ágazat, ökoszisztémák, platformok) értelmezését járja körül. Az ötödik fejezet a *digitális szabályozás területein átívelő megfelelési kérdések* problémáját vizsgálja két konkrét példán (rangsorolás, interoperabilitás) keresztül. A hatodik fejezet a minden korábbinál jelentősebb bizonytalansági faktorkkal dolgozó szabályozás számára történő *visszacsatolási lehetőségek* fényében vizsgálja a compliance szerepét.

Az értekezés ilyen módon pillanatfelvételnél is tekinthető, amely a *DMA hatálybalépése körül felmerülő legfontosabb vállalati compliance kérdések* elemzésére fókuszál. Az egyes fejezeteket záró összegzés, valamint az abban foglalt következtetések a legtöbb esetben egyben további potenciális kutatási irányokat meghatározó problémafelvetéseket is tartalmaznak, melyeknek további részletes vizsgálata a digitális gazdaság további fejlődésének, illetve a most kialakuló digitális szabályozás (így különösen a DMA) jövőben kialakuló joggyakorlatának ismeretében mérlegelendő.

A vállalati szintű jogalkalmazási gyakorlatból kiinduló, alkalmazott jogi megközelítésben lehatárolt kérdéseknek a kidolgozása során a kutatás a téma szempontjából releváns, elsősorban

⁹ Különösen a mesterséges intelligencia rendszerek vonatkozásában erős a nyomás, amely abból származik, hogy a piaci szereplők számára a versenyparitás fenntartása a gazdasági működés konstans feltétele lett, melyben elengedhetetlen szerepet játszik az akár szélesebb körben értelmezendő mesterséges intelligencia alapú megoldások implementációja. (Hogyan löjünk futóvadra? Letöltés dátuma: 2023. május 5., forrás: <https://jogaszvilag.hu/szakma/hogyan-lojunk-futo-vadra-a-mesterseges-intelligencia-szerepe-a-digitalis-megfelelesben/>.)

¹⁰ A kvalitatív felmérés összefoglalását a függelék tartalmazza.

az Európai Unió jogalkotásával és joggyakorlatával foglalkozó hazai és külföldi szakirodalom minél szélesebb körű feldolgozására épít. A dogmatikai elemzés terén a jogtudomány területére eső tanulmányok és szakkönyvek mellett a téma gazdasági beágyazottságára tekintettel bevon közgazdasági forrásokat is, és ugyan csak érintőlegesen, de figyelembe vesz egyes a szabályozási változások társadalomra gyakorolt hatását érintő műveket is. Az értekezés nem támaszkodik a jogösszehasonlítás módszerére, kizárólag az elengedhetetlenül szükséges mértékig mutat rá az eltérő jogrendszerek közötti különbségekből fakadó problémákra.

2. DIGITÁLIS MEGFELELÉS: AZ ELIGAZODÁS MŰVÉSZETE?

2.1. KUTATÁSI KÉRDÉS

Az értekezést előkészítő szakmai párbeszédnek során egyértelművé vált, hogy a digitális vállalkozások belső megfelelési mechanizmusai szűrőjén keresztül tekintenek a jogszabályi környezetben végbemenő változásokra, mind a digitális szabályozás tengelyét alkotó DMA-re, mind pedig a tágran értelmezett uniós digitális jogalkotásra. Ugyanakkor az is kiviláglott, hogy a vállalati megfelelés (ritkábban megfelelés), illetve az ennek szinonimájaként, általánosan használt compliance fogalmát ugyan széles körben használja a magyar gazdasági-jogi közbeszéd, azonban nincsen egységesen elfogadott tartalom mögötte. Az egyik válaszadó azt az intuitív választ adta, hogy a megfelelés tulajdonképpen nem más, mint az eligazodás művészete. Ez az állítás szellemesen megfogalmazott keretet kínál a jelen fejezetben vizsgált kutatási kérdéshez: *mi a compliance jelentése és jelentősége a digitális vállalkozások, így különösen a náluk folyó innovációs projektek szempontjából.* Más irányból megfogalmazva: *mit takar a digitális megfelelés (digital compliance) újonnan kialakuló jelensége?*

2.2. A VÁLLALATI MEGFELELÉS (CORPORATE COMPLIANCE) MEGJELENÉSE A MAGYAR GYAKORLATBAN

A compliance a legszélesebb értelemben véve olyan *vállalati magatartásforma*, amely (i) a különböző külső normáknak, valamint (ii) a belső, a vállalat által saját maga által – a stakeholderek, így tulajdonosai, munkavállalói, szerződéses partnerei számára – felállított, részben szintén külső normákon, részben pedig a vállalati kultúrát meghatározó erkölcsi-etikai alapokon nyugvó normáknak történő megfelelést biztosítja. A vállalati compliance működése akkor hatékony, ha képes biztosítani, hogy a vállalati célokhoz és értékrendhez igazodóan a megfelelési körben kijelölt normák a szervezeti működésben *internalizálódjanak*: (i) kifejezik az adott vállalati közösség értékrendjét; (ii) általánosan elfogadottak és érvényesek, így a szabályok betartása és érvényesülése túlnyomórészt az önkéntes szabálykövetés eredménye; (iii) elvárt magatartási mintaként szolgálnak; (iv) lehetővé teszik a szervezeten belüli magatartások előzetes becslését, ezáltal kiszámíthatóvá válik az egyének közötti együttműködés; (iv) értékelést fejeznek ki, a szabályok be nem tartása esetén a szervezet részéről hátrányos következmény alkalmazására lehet számítani (Kocziszky & Kardkovács, 2020).

2.2.1 A COMPLIANCE GYÖKEREI

A compliance, a vállalati működéssel szembeni elvárásrendszer fogalma az angolszász jogban alakult ki, ezért figyelhető meg az, hogy a hétköznapi szóhasználatban ma is leginkább compliance-ként fordul elő. A jelenség viszonylag újkeletű a magyar gazdasági és jogi köztudatban, Ambrus & Farkas (2020) ezért mintegy „import” (jog)területnek, kialakulóban lévő szakmának tekinti, amely még idegen testként van jelen a magyar jogban, nincs mögötte önálló dogmatikai háttér.

A compliance a hazai gyakorlatban először az amerikai vállalkozások magyarországi leányvállalatainál jelent meg két extraterritoriális hatályú jogszabály alkalmazása kapcsán. A külföldi korrupciós gyakorlatok megelőzését szolgáló FCPA 1977 óta, a befektetővédelmi célú SOX 2002 óta világszerte formálta az amerikai vállalatok és leányvállalataik működését.¹¹ Az

¹¹ Az FCPA alkalmazása az USA határain kívül elkövetett, korrupciós jellegű tevékenységekre is kiterjed, ha kibocsátóról (*issuer*), belföldi illetőségű szervezetről/vállalatról vagy személyről (*domestic concerns*) vagy olyan

FCPA-nek történő megfelelés érdekében kialakított programok a későbbi compliance rendszerek kialakulása számára példaként szolgáltak (Tarun & Tomczak, 2018), ennek háttérében az is ott áll, hogy a jó vállalati gyakorlatok támogatására a jogérvényesítő hatóságok az FCPA értelmezésére vonatkozó részletes iránymutatást bocsátottak ki (DOJ & SEC, 2020).

Az egyesült államokbeli vállalati compliance kialakuló fejlődése szempontjából jelentős két jogszabály szerepét itt annyiban hangsúlyozzuk, hogy az azokban jelentkező elvárások és megfelelési gyakorlatok közvetlenül és közvetve is több évtizede hatást gyakorolnak az uniós piaci szereplők mindennapjaira. Ez a hatás egyrészt a vállalati szintű kapcsolatenszert érinti olyan esetekben, ha az érintett vállalkozás maga is az FCPA és/vagy a SOX kötelezettségeinek címzettje, vagy üzleti partnereik valamelyike tartozik ezek hatálya alá. Ilyen esetben ugyanis az üzleti partnerek az FCPA és a SOX megfelelési folyamatai miatt áttételesen akkor is érintetté válnak, ha esetleg saját maguk nem is tartoznak az említett jogszabályok közvetlen címzetti körébe. Másrészt lecsapódik a vállalati elvárások rendszerébe az is, hogy az európai jogalkotásban mind uniós¹², mind nemzeti¹³ szinten is érezhetően megjelennek a vállalati compliance-t érintő amerikai gyökerű szabályozási témák.

A compliance gyökereinek feltárása során természetesen meg kell említeni az USA antitröszt gyakorlatában a vizsgált magatartás jogi értékelése és a szankciók kiszabása során figyelembe vett megfelelési programokat. A DOJ Büntetőjogi Főosztálya által kibocsátott értékelési szempontrendszer kiemeli, hogy nincsen minden vállalatra általánosan alkalmazható ellenőrző lista, az ügyészek három alapvető kérdésből indulnak ki és ehhez rendelik a megvalósítással szembeni elvárásokat (DOJ, 2023): (i) jól van-e megtervezve a vállalat megfelelőségi programja? (ii) ténylegesen és jóhiszeműen alkalmazzák a programot? (iii) a gyakorlatban valóban működik-e a vállalat megfelelőségi programja? (A DOJ által a kérdések mentén vizsgált szempontrendszert részletesebben az 1. táblázat foglalja össze.)

A GVH joggyakorlatában is explicit módon megjelent a szemlélet, mely az önkéntes jogkövetés megnyilvánulási formájának tekinti a jogsértések megelőzését, feltárását és kezelését szolgáló megfelelési programokat. 2017-től vannak jelen nevesítetten a compliance programok a bírságcsökkentés szempontjából értékelendő tényezők között, a compliance-elvárások tekintetében érdekes adalék, hogy a GVH milyen eltérő szempontrendszert alkalmaz a hatáskörébe tartozó ügytípusok esetén.

egyéb kategóriába eső szervezetről vagy személyről van szó, amely/aki közvetlenül vagy közvetve vesztegetési célú kifizetéseket segít elő. Az FCPA-t eredetileg az amerikai piacon versengő vállalatok közti egyenlő versenyfeltételek megteremtésének eszközének tervezték, célja a piac hatékony működésének helyreállítására irányult. Mára megváltozott ez a kiinduló helyzet, a jogszabályt egyre gyakrabban alkalmazzák külföldi vállalatok ellen. A Stanford Law School statisztikája szerint az értekezés leadásának időpontjában a vizsgálat alá vont vállalkozások 40 %-a külföldi illetőségű (<https://fcpa.stanford.edu/statistics-keys.html>), illetve a külföldi entitásokra történő jogalkalmazás rendszerét és logikáját a Magyar és a Deutsche Telekom esetén keresztül kiválóan bemutatja Hancz (2013).

A SOX megalkotásához vezető végső kiváltó oknak a pénzügyi beszámolók manipulálása nyomán kirobbant Enron-botrány tekinthető. A SOX az amerikai tőzsdék valamelyikén jegyzett vállalatok és azok külföldi leányvállalatai számára befektetővédelmi céllal ír elő a beszámolók megbízhatóságát és pontosságát garantálni hivatott szabályokat és kontrollokat.

¹² Példaként említhető a közelmúltban az uniós jog megsértését bejelentő személyek védelméről szóló 2019/1937 parlamenti és tanácsi irányelv (HL L 305., 2019.11.26., 17-56. o.) nyomán a magyar jogba átültetett visszaélés-bejelentési (whistleblowing) szabályrendszer.

¹³ Az FCPA szabályozási logikája tetten érhető például a 2011-ben az Egyesült Királyságban hatályba lépett Bribery Actben.

JÓL VAN MEGTERVEZVE A VÁLLALATI MEGFELELÉSI PROGRAM?	
KOCKÁZATÉRTÉKELÉS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kockázatmenedzsment folyamatok ▪ Kockázattal arányos erőforrások hozzárendelése ▪ Frissítés és felülvizsgálat ▪ A felülvizsgálati eredmények beépítése
SZABÁLYZATOK ÉS ELJÁRÁSOK	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A kialakítás folyamata ▪ Kellően átfogó jelleg ▪ Hozzáférhetőség ▪ Felelősség a vállalati működésbe történő átültetésért ▪ A kulcsfelelősök megfelelő képzése
KÉPZÉS ÉS KOMMUNIKÁCIÓ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kockázatalapú képzés ▪ A képzés formája, tartalma és hatékonysága ▪ A jogellenes magatartásra vonatkozó belső kommunikáció ▪ Iránymutatás a munkavállalók számára
BELSŐ BEJELENTÉSI ÉS VIZSGÁLATI FOLYAMATOK	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A bejelentési mechanizmusok hatékonysága ▪ Megfelelő képzettséggel rendelkező személyek által megfelelő körben elvégzett belső vizsgálatok ▪ A vizsgálatok eredményére adott szervezeti válasz ▪ A bejelentések és vizsgálatok vonatkozásában rendelkezésre álló erőforrások és az eredmények nyomon követése
KÜLSŐ PARTNEREK	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kockázatalapú és a működésbe beillesztett folyamatok ▪ Megfelelő kontrollok ▪ A kapcsolatok kezelése ▪ Tényleges fellépés és következmények
FÜZIÓK	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Előzetes átvilágítási folyamat ▪ A compliance funkció beillesztése az M&A folyamatba ▪ Az előzetes átvilágítás eredményeinek figyelembevétele a megvalósítás-ban
VALÓBAN ÉS JÓHISZEMŰEN ALKALMAZZÁK A MEGFELELÉSI PROGRAMOT? RENDELKEZÉSRE ÁLLNAK A MEGFELELŐ BELSŐ ERŐFORRÁSOK ÉS JOGOSULTSÁGOK?	
A KÖZÉP ÉS FELSŐ VEZETŐK ELKÖTELEZETTSÉGE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A megfelelési célok megjelenése a vezetői magatartásban ▪ A megfelelési lépések együttes képviselése a különböző vezetői szinteken ▪ Felügyelet gyakorlása
AUTONÓMIA ÉS ERŐFORRÁSOK	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A szervezeti struktúrában történő megfelelő és indokolható elhelyezés ▪ A megfelelési feladatok megfelelő senioritási szinten történő képviselése a szervezetben ▪ Tapasztalattal és képzettséggel rendelkező szakemberek ▪ Megfelelő szakértői létszám ▪ Információ- és adathozzáférés ▪ Döntési autonómia biztosítása ▪ Kiszervezett compliance funkciók esetén a kiszervezett feladatok köre és a kiszervezés indokai
SZERVEZETI ÖSZTÖNZŐK ÉS SZANKCIÓK	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A megfelelési ösztönzők és szankciók beépítése a HR-folyamatokba ▪ Szankciók típusai és súlyossága ▪ Konzisztens alkalmazás ▪ Ösztönzők típusai és alkalmazása ▪ Hatékonyság
A GYAKORLATBAN VALÓBAN MŰKÖDIK A MEGFELELÉSI PROGRAM?	
VISSZACSATOLÁSI MECHANIZMUSOK	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Belső auditok ▪ Ellenőrző tesztek ▪ Frissítések, fejlesztések ▪ Megfelelési kultúra fejlesztése
NORMASÉRTŐ MAGATARTÁSOK KIVIZSGÁLÁSA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hatáskör, eljárási jogosultság és eljárási szabályok ▪ Gyökérok feltárása ▪ Az eljárási jogosultsággal rendelkező személyek függetlensége
KOMMUNIKÁCIÓS KOCKÁZATOK	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A vállalati kommunikációs csatornák használatának szabályai ▪ Kommunikációs és adatbiztonsági eljárások ▪ Kommunikációs kockázatok kezelése
NORMASÉRTÉS ORVOSLÁSA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gyökérok elemzése ▪ Szervezeti működés hiányosságainak elemzése ▪ Források és pénzügyi érintettség elemzése ▪ Harmadik fél partnerekkel történő együttműködés feltételeinek vizsgálata ▪ Előzetesen a normasértésre utaló jelek, jelzések beazonosítása ▪ Az orvoslás érdekében tett lépések ▪ Jogkövetkezmények, szankciók alkalmazása

1. táblázat - A DOJ Büntetőjogi Főosztálya által alkalmazott alapkérdések és értékelési szempontrendszer - Forrás: DOJ (2023) nyomán saját szerkesztés

A GVH nagyobb súlyt tulajdonít az előzetes megfelelési programoknak, azaz az olyan megfelelési erőfeszítéseknek, melyek már a versenyfelügyeleti eljárás megindítását megelőzően is működtek. A Fogyasztóvédelmi Bírágközlemény az eljárás megindításakor már működő compliance program esetén a bírság korlátlanul enyhíthető, ha az eljárás alá vont vállalkozás igazolni tudja, hogy a később jogsértőnek ítélt kereskedelmi gyakorlat kialakítása és/vagy közzététele előtt jogi szakvéleményt kért, és a teljes tényállást figyelembe vevő, megalapozott szakvéleményben foglalt állásfoglalásnak megfelelően alakította ki a kereskedelmi gyakorlatát.¹⁴

Az Antitröszt Bírágközlemény is hangsúlyozza, hogy a megfeleléségi programok léte önmagában nem minősül bírságcsökkentő tényezőnek. Az eljárás alá vont vállalkozásoknak többlettényállási elemeket kell bizonyítaniuk: (i) a megfelelő compliance erőfeszítések alátámasztásra igazolni kell megfeleléségi program lényegi elemeit, mivel annak meg kell felelnie a nemzetközileg elfogadott minimumkövetelményeknek;¹⁵ (ii) a compliance mechanizmusok által jelzett jogsértés észlelését követően fel kell hagyni a jogsértő magatartással, (iii) objektív és hiteles bizonyítékkal kell alátámasztani, hogy a jogsértés abbahagyására a compliance program eredményeként került sor, és d) bizonyítani kell, hogy a jogsértésben magas rangú vállalati vezetők nem vettek részt (Kara & Pista, 2016; Kocsis, 2019).¹⁶

2.2.2 AZ ELSZÁMOLTATHATÓSÁG ÉS A „BY DESIGN” ELVÁRÁSOK MEGJELENÉSE

A napi operatív gyakorlatban a magyar piaci szereplők legszélesebb köre számára a GDPR elszámoltathatósági elvárása¹⁷ tette ágazattól és mérettől függetlenül megkerülhetlenné a compliance alapú gondolkodást. Egy szakmai fórumon elhangzott szellemes megjegyzés ezt úgy fordította le a vállalati működés nyelvére, hogy nem elég jogszerűnek lenni, de bármelyik percben erre a bizonyítékot is elő kell tudni venni.

Az elszámoltathatósági logika azóta a digitális vállalatokra számos egyéb területen is jelentős adminisztratív feladatokat ró, a DSA-ról közismert, hogy a belső ellenőrzési és megfeleléségi kötelezettség típusú elvárások túlsúlya jellemzi. Kevésbé közismert, holott gyakorlatilag valamennyi digitális vállalkozást érint és rendkívül jelentős volumenű belső monitoring és compliance kötelezettséget ír elő a hatálya alá tartozó digitális szolgáltatások és termékek vonatkozásában az Akadálymentességi Irányelv.¹⁸ Alaposabb tartalmi vizsgálatnak alávetve a

¹⁴ Azon vállalkozások, melyeknek még nincs megfeleléségi programjuk, a bírság csökkentését érhetik el, ha megfelelési program bevezetését vállalják. Ilyen esetekben a maximálisan elérhető bírságcsökkentés mértéke annak függvényében változik, hogy a compliance programot tevőleges jóvátétellel vagy jogsértés beismerésével együtt vállalja-e bevezetni az eljárás alá vont vállalkozás. Ilyen többletvállalások esetén maximum 20 %-os bírságcsökkentés érhető el, ennek hiányában a mérséklés plafonja 5 % (Fogyasztóvédelmi Bírágközlemény, 74-90. pont).

¹⁵ Az Antitröszt Bírágközlemény 73. pontjában felsorolt szempontrendszer mögött felfedezhető a DOJ compliance elvárásainak alaplogikája.

¹⁶ Amennyiben a fenti feltételek teljesülnek, a GVH 7 %-os bírságcsökkentést alkalmazhat. A bírságmérséklés elérheti a 10 %-ot, ha a már működő megfeleléségi program alapján a vállalkozás bizonyítékokat szolgáltat az eljárás során. Az utólagos megfelelési programok az eljárás eredményességéhez már nem tudnak érdemben hozzájárulni, csak a jövőre vonatkozóan segíthetik elő a jogkövető magatartást, ezért legfeljebb 5 %-os bírságcsökkentés érhető el, de csak akkor, ha a vállalásra engedékenységi politika keretében beadott kérelemmel, egyezségi eljárásban való részvétellel együtt és/vagy tevőleges jóvátétel tanúsításával párhuzamosan kerül sor (Antitröszt Bírágközlemény 70-74. pont).

¹⁷ A GDPR 5. cikkének (2) bekezdése alapján az adatkezelő felelős az 5. cikk (1) bekezdésében foglalt adatkezelési elveknek történő megfelelésért, és mindenkor képesnek kell lennie arra, hogy a megfelelést igazolja.

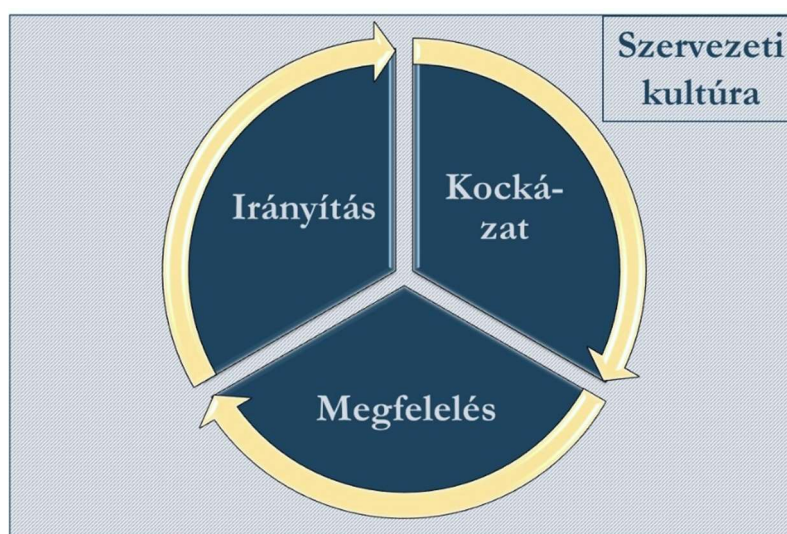
¹⁸ A magyar piac vonatkozásában ez az átültető jogszabály a termékekre és a szolgáltatásokra vonatkozó akadálymentességi követelményeknek való megfelelés általános szabályairól szóló 2022. évi XVII. törvény 6-7. §-aiban jelenik meg.

2.3.1. pontban felvázolt szabályozási térképen szereplő valamennyi jogszabály tartalmaz több-kevesebb elszámoltathatósági típusú compliance-elvárást. A jogszabályokban megjelenő compliance elvárások növekvő aránya kapcsán a szerző egyetért azzal az egyik szakértői egyeztetésen felmerült állásponttal, hogy ez a jogalkotási gyakorlat végső soron a közigazgatási eljárások jellegére is sajátos hatást gyakorolhat. Az érintett magatartások vonatkozásában mintegy kiszervezve a közigazgatási hatóságok bizonyítási feladatainak egy jelentős részét a vállalkozásokhoz, és ezzel akár hosszútávon a közigazgatási eljárások általános inkvizitórius jellegének megváltozását is magával vonhatja.

A GDPR az elszámoltathatóságon túlmenően még egy újdonságot hozott be a compliance szakértők napi aktív szókincsébe: az ún. *by design* elvárást. A beépített és alapértelmezett adatvédelem¹⁹ azt a követelményt támasztotta a vállalkozásokkal szemben, hogy bármilyen személyes adatot érintő projektet vagy feladatot valósítanak meg, az adatvédelmi szempontok már a gondolkodás nulladik fázisában legyenek jelen. A digitális vállalkozások számára ez egyben azt is jelenti, hogy a technológiai tervezés kiinduló pillanatában gondolni kell arra, hogy melyek azok a megfelelési elvárások, amelyeknek a technológiába történő beépítéséről (bizonyíthatóan) gondoskodni kell.

2.3. A COMPLIANCE A VÁLLALAT BELSŐ NYELVÉRE LEFORDÍTVA

A compliance egyik legfontosabb feladata, hogy le kell tudnia fordítani a külső elvárásokat a szervezet belső nyelvezetére. Ez az előfeltétele annak, hogy a megfelelési elvárásokat a vállalkozás(csoport)ok saját működési filozófiájuk, szervezeti kultúrájuk, stratégiájuk, üzleti modelljük, értékláncaik és piaci kapcsolataik rendszerébe be tudják beilleszteni.



2. ábra

A Governance–Risk–Compliance (GRC) modell

Forrás: SAIPA (2018) nyomán saját szerkesztés

A belső logikát érzékletesen szemlélteti az ún. GRC-modell, amely az irányítás (*governance*), kockázat-menedzsment (*risk*) és megfelelés (*compliance*) hármas egységébe tagolja az összefüggő lépéseket.

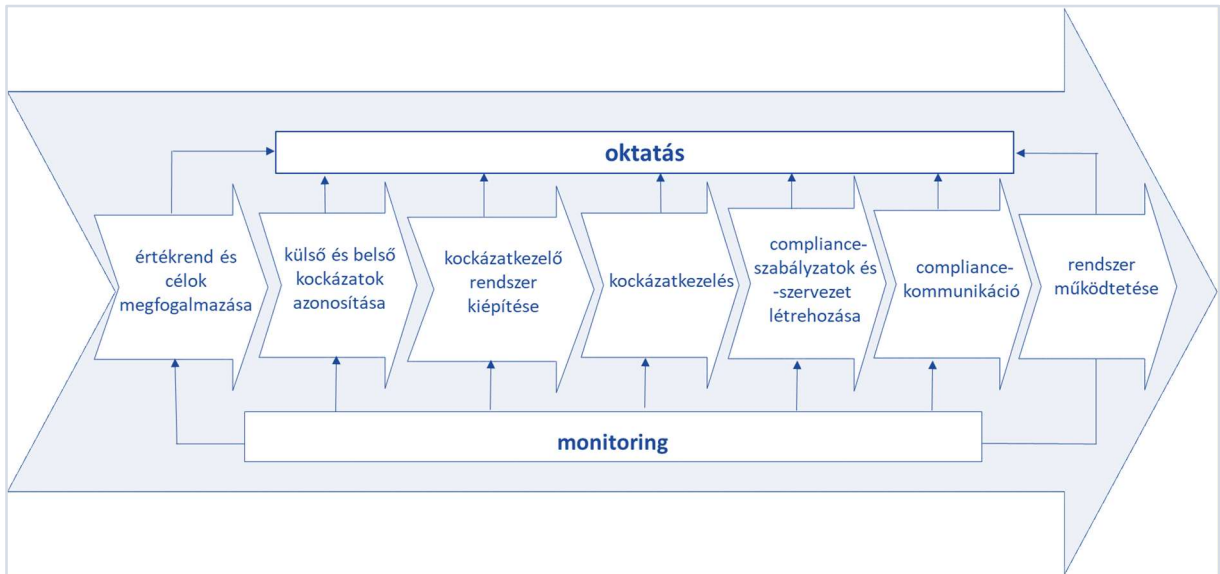
¹⁹ GDPR 25. cikk.

Az *irányítás* körébe tartoznak mindazon tevékenységek, melyek azt biztosítják, hogy a vállalkozás vezetése számára az információk pontosan, teljes körben és időben rendelkezésre álljanak. A cél a menedzsment megfelelő döntéshozatali képességének biztosítása, és hogy ennek megfelelően ki lehessen választani azokat az eszközöket, amelyek e döntések hatékony és szisztematikus megvalósításához szükségesek. A *kockázat-menedzsment* azon egymásra épülő lépések sorozata, melyek révén a menedzsment azonosítja, elemzi és szükség esetén megfelelően reagál azokra a felmerülő kockázatokra, amelyek negatív hatást gyakorolhatnak a szervezet üzleti céljainak megvalósulására. A *megfelelés* a vállalkozás működése szempontjából releváns követelmények beazonosítását, az ezeknek való megfelelés értékelését, a kockázatok és a nem-megfelelések költségének a tervekkel való összemérését és a szükséges korrekciós intézkedések meghozását jelenti.

Bár az irányítást, a kockázat-menedzsmentet és a megfelelést gyakran különálló funkcióknak tekintik, a szerző álláspontja szerint *szimbiotikus kapcsolat* fogja őket össze. Az irányítás megalkotja a stratégiát és kijelöli az üzleti tevékenységet összefogó kereteket, amelyekből le lehet bontani a teljesítendő egyedi követelményeket. A kockázatkezelés összekapcsolja az ezekhez az egyedi irányítási követelményekhez kapcsolódó specifikus kontrollokat az irányítással és a relevánsnak értékelt kockázatokkal. Ezáltal biztosítja a szervezeti döntéshozók számára azokat az információkat, amelyekre szükségük van az erőforrások rangsorolásához és a kockázatalapú döntések meghozatalához. A compliance biztosítja az egyedi irányítási követelményeknek való megfelelést, és az ehhez kapcsolódó ellenőrzésekkel a megfelelés fenntartását. Az ellenőrzés eredményeiről a vezetés számára adott visszajelzéssel lesz teljes a visszacsatolás hármas rendszere. Mivel a compliance mutatja ki legélesebben az elvárások és a működés közötti feszültségeket, ezért egyes megközelítésekben a compliance-hez kapcsolják a külső szabályozási környezet alakításával összefüggő feladatokat, a vállalati szempontok és jogos érdekek szakmai becsatornázását. Ebből következően úgy véljük, hogy a compliance „műfajától” nem idegen a 6.2. pontban vázolt visszacsatolási hurokba a DMA szempontjából releváns információk betáplálása.

A szervezeti működés biztonságát szavatoló architektúrák (az ún. corporate security, és a digitális vállalkozásoknál különösen jelentős cybersecurity funkciók), a technológiai és innovációs megvalósítást biztosító mérnöki munka és az üzleti, piaci műveletek akkor reziliensek (azaz élvezik a legnagyobb védettséget), ha a GRC-modell szerinti hármas működés valóban szerves egységet alkot. Ez a tágabb üzleti környezet szempontjából azért is fontos a szervezet számára, mert a biztonságos és megbízható működés a digitális piacokon mind az üzleti partnerek, mind a fogyasztók szempontjából kulcskérdés. A fogyasztói bizalom mellett témánk szempontjából különös hangsúlyt kap, hogy a reputáció, a szervezeti megbízhatóság belépési feltétel bármilyen értékláncba, így különösen az innovációs ökoszisztémák egymásra épülő rendszerébe.

A 2.2.1. pontban a compliance-rendszerekre vonatkozóan bemutatott elvárások rendszerét a vállalati terminológia általában a compliance-menedzsmentrendszer (*compliance management system*, CMS) fogalmával fordítja le a vállalati feladatok és folyamatok nyelvére. A 3. ábra a GRC-modellben beazonosított funkciók folyamattá szervezési logikáját mutatja be.



3. ábra

A compliance folyamata

Forrás: Kocziszky & Kardkovács (2020)

2.3.1 A SZABÁLYOZÁSI KÖRNYEZET MINT KOCKÁZATFORRÁS

A compliance rendszerek alaprégét képezik a kockázatkezelési mechanizmusok, ezek nélkül nem képzelhető el hatékony vállalati megfelelés. A *külső kockázatok* között kiemelten szerepel a szabályozási környezet, és annak gyors változása kockázatonövelő tényező. A releváns jogi és etikai normák beazonosítását és ezeknek történő megfelelést a vállalati terminológia a szabályozási megfelelés (*regulatory compliance*) fogalmával írja le. Ezen belül kialakulóban van egy új fogalom, digitális megfelelés (*digital compliance*), amely a digitális vállalkozások működése szempontjából releváns szabályozási környezetre fókuszál.

A kockázatkezelés kiinduló lépése a kockázatok feltárása, beazonosítása, majd azok értékelése. Az ennek során alkalmazandó szempontok természetesen nagyon szerteágazóak. Itt utalunk a *belső – szervezeti működéssel összefüggő* – technikai, technológiai, likviditási, vagyoni és reputációs *kockázatokra*, azonban témánkat szem előtt tartva ezek részletes bemutatásától eltekintünk.

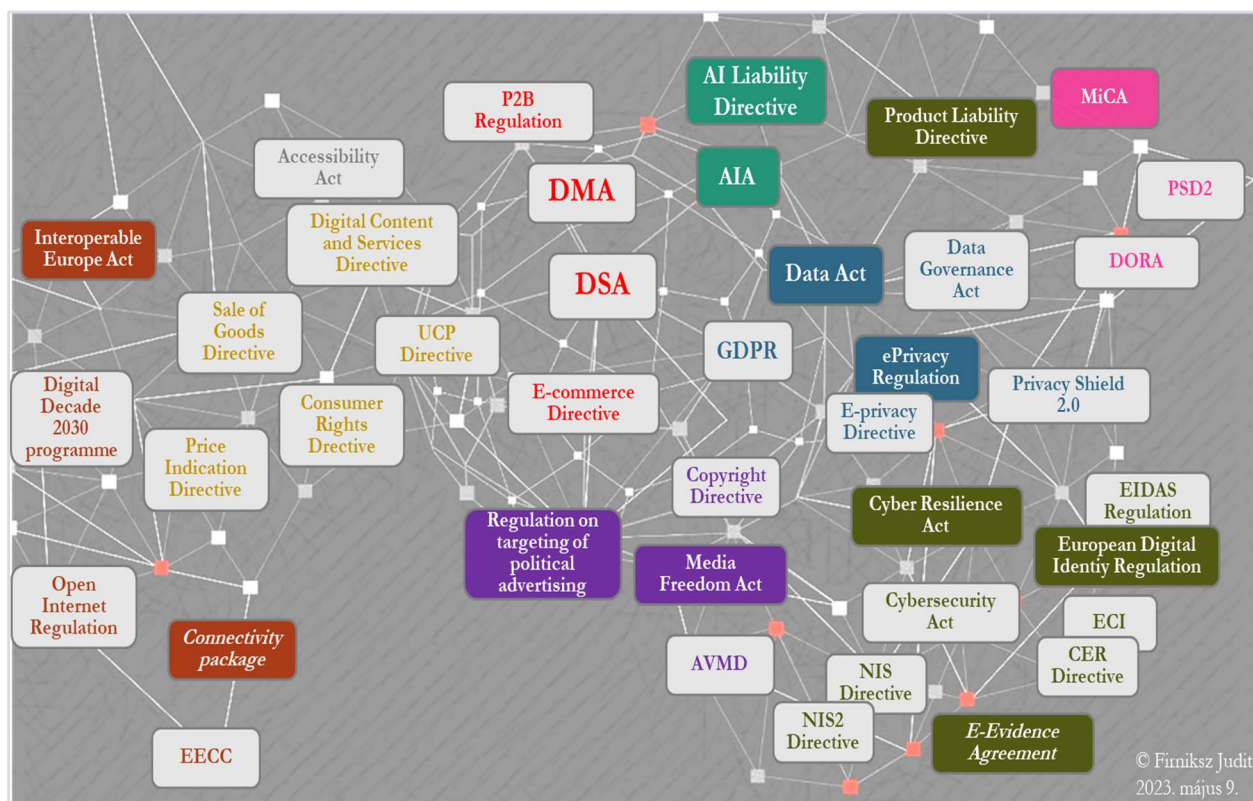
A külső kockázatok között hagyományosan figyelembe kell venni a vállalkozás földrajzi elhelyezkedését és kulturális beágyazottságát, az ágazati elvárásrendszereket, a piaci struktúrát, a szabályozási környezetet, az ügyfelek és üzleti partnerek körét. Ebben az összefüggésben kell elhelyezni és értékelni (i) a kötelező és (ii) az önként vállalt (például ágazati önszabályozásból származó) külső jogi normákból származó elvárásokat és kockázatokat.

A szerző – adatfelvétel során megerősített – tapasztalatai alapján a digitális vállalkozások esetében a kockázatértékelés terén már a fenti „klasszikus”, azaz offline piacokon bevált és irányadó szempontokra is új szemmel kell tekinteni. Így például már a start-up vállalkozásoknál is gyakran előfordul, hogy a földrajzi lefedettség regionális szintű, de nem ritka akár a globális működési modell sem. A földrajzi alapú szabályozási fragmentáció (azaz a különböző nemzeti és regionális jogok és jogrendszerek figyelembevétele) kapcsán azonban nem csupán a vállalat(csoport) működést kell figyelembe venni, hanem – mint azt a 4.5.2. pontban részletesen kifejtjük – annak

az értékteremtési folyamatnak az egészét, melyben a vállalkozás(csoport) valamilyen szerepet vállal (Dedehayir és mtsai., 2018).

A jogi környezet gyors változása a legjelentősebb külső kockázatforrások közé tartozik. Az utóbbi mintegy fél évtizedben beindult uniós digitális jogalkotási hullám a piacokon átívelő vállalati tevékenységek és képességek jogszerű tervezése és megvalósítása szempontjából ezért e téren a kockázatelemzés egyik központi kérdése lett a digitális vállalkozások számára. (Az 5. fejezet két ilyen szabályozási területeken átívelő komplex megfelelési témát dolgoz fel.)

A 4. ábra azt a kutatási folyamat során felvázolt ún. *digitális szabályozási térképet* mutatja be, amely lezárásának időpontjában a digitális vállalkozások számára a működési környezetet *általános jelleggel* meghatározó uniós szabályozási kezdeményezéseket és elemeket foglalja össze. Az ábrán azonos színek jelzik az azonos szabályozási területhez tartozó elemeket. A beazonosított szabályozási területek az ábrán balról jobbra haladva: (i) narancssárga: internet ökoszisztéma; (ii) sárga: fogyasztóvédelem; (iii) szürke: akadálymentesség; (iv) piros: platformok és e-kereskedelem; (v) lila: tartalom; (vi) zöld: mesterséges intelligencia; (vii) kék: adatvédelem és adatgazdaság; (viii) khaki: termék- és szolgáltatásbiztonság; (viii) rózsaszín: online fizetési műveletek. Világos háttér jelzi a lezárás időpontjában már kihirdetett joganyagokat, illetve azokat a jogszabályokat, melyek digitális szempontú felülvizsgálatát tartalmazó módosító jogszabály (mint például a fogyasztóvédelmi területet átfogóan érintő Omnibus Irányelv) már kihirdetésre került. Színes háttér emeli azon elemeket, ahol a jogalkotási folyamat még zajlik, és ezen belül kurzív szedés mutatja, ahol a jogalkotás még a policy-alkotás fázisában van.



4. ábra

*Digitális szabályozási térkép*²⁰

Forrás: a kutatás során felvett adatok alapján saját szerkesztés, szerkesztés lezárva 2009. május 9.

²⁰ Az ábrán látható rövidítések meghatározását a glosszrium tartalmazza.

Az ábra az uniós jogalkotási szintet szemlélteti, ez szükségképpen leképeződik a nemzeti joganyag változásában, hiszen az irányelvi rendelkezések átültetése mellett a közvetlenül hatályos és alkalmazandó rendeleti jogalkotás esetében is többnyire szükséges az ellentmondásmentes illeszkedést biztosító regulációs és deregulációs lépések megtétele.

2.4. DIGITÁLIS MEGFELELÉS

Az előbbiek alapján a digitális compliance-ről valóban elmondható, hogy az az eligazodás művészete. Mindenekelőtt ugyanis a digitális gazdaságot érintő dinamikusan változó jogalkotásban történő eligazodás, továbbá ehhez szorosan kapcsolódva az újonnan megjelenő, a digitális szabályozási területeken átívelő szabályozási tematikák szabályozási összefüggéseinek feltérképezése jelent kihívást.

A hatékony kockázatkezeléshez vezető lépcsőfokok sorában a releváns szabályozási környezet meghatározását és az abból származó kockázatok feltárását közvetlenül követi a kockázatok értékelése is. A compliance-menedzsmentrendszerek ugyanis akkor tudnak megfelelő védelmet biztosítani, ha a kockázatok azok súlyosságának megfelelően képesek kezelni a szükséges erőforrások és képességek hozzárendelésével (*risk-tailored resource management*). Ezen a téren a digitális compliance számára fontos feladatként jelenik meg a hatókör (scope of compliance) kijelölése, és így a versenyjogi, a már fennálló hagyományos ágazati és a most kialakuló sajátos „digitális ágazati” szabályok határainak és kapcsolatának megértése, valamint a jogszabályi normák érvényesítése terén felügyeleti hatáskörrel rendelkező hatóságok hatáskörének beazonosítása is.

2.4.1 A SZABÁLYOZÁSI LOGIKA SZEREPE A KOCKÁZATÉRTÉKELÉSBEN

Ahogy az az egyik szakmai meet-upon 2023 tavaszán elhangzott: „ma tervezzük és fejlesztjük a holnap innovációját”. Ezt tulajdonképpen a digitális compliance vonatkozásában tételmondatként fogadhatjuk el, hiszen tökéletesen kifejezi, hogy a digitális vállalkozások esetén a vállalati célok között az innováció elsődleges szerepet tölt be, így az üzleti és az operatív, működési modellek lényeges részét adják a technológiai fejlesztési projektek.

Az idézett mondat egyben kifejezi a változó szabályozási környezet kapcsán a regulatory compliance-szal szemben támasztott *előrejelzési elvárást*, hogy nem csupán a hatályos, hanem a születőben lévő jogszabályokat is figyelembe kell venni. A digitális vállalkozások szabályozási környezete dinamikusan változik mind nemzeti, mind uniós, mind nemzetközi szinten. A változás lényege szempontjából különösen jelentős, hogy teljesen új szabályozási témák (például az IoT eszközök biztonsága) és területek (például az adatgazdaság működése) kerülnek be a képbe. A digitális compliance területén ezért hatványozottan érvényesül a prediktív kockázatbecslési nyomás.

Bár már számos mesterséges intelligencián alapuló szoftver²¹ kínál prediktív kockázatértékelést a regulatory compliance területén is, a gyakorlatban a prediktív jellegű megállapítások alapja azonban továbbra is a szabályozási folyamat során keletkező előkészítő anyagok és tervezetek megismerése, a mögöttes szabályozási logika feltárása és értelmezése. A szabályozási logika idővel változhat, de mint a távközlési liberalizáció mutatja, egy koherens elvekre épülő változás követhető a piaci szereplők számára is (A. Tóth, 2008).

Mariniello (2022) szerint a digitális gazdaságpolitika koherens rendszerének kialakítása során azzal a kihívással kell szembenézni, hogy az online gazdaságot több dimenzió mentén is

²¹ Néhány érintőleges példa: Seerist (seerist.com), Extedo eRegulatory Affairs (extedo.com).

egymással ellentétes folyamatok feszítik (5. ábra). A szabályozás szintjén ezek a *dichotómiák* megakadályozzák a digitális gazdaság belső feszültségektől mentes szabályozását, és megnehezítik a szabályozási összefüggések értelmezését.

A digitális gazdaságot alkotó egyes *piacok fejlődési üteme* jelentősen eltérő. Dinamikus változás jellemzi a digitális szolgáltatások, digitális tartalmak és a digitális elemeket tartalmazó áruk piacait. E piacokon egyik napról a másikra új elemek jelennek meg, nagyon gyorsan akár globálisan elterjednek, jelentős változásokat előidézve a termelési és fogyasztási folyamatokban. A termékek és szolgáltatások mellett az innováció az új üzleti modellek terén is megjelenik. Az innovációs dinamika a jogalkotási beavatkozás szükségességének mérlegelése mellett a jogalkotási folyamatok idődimenzióját is előtérbe helyezi. A dinamikus környezetben akár egy gyors ütemű jogalkotási folyamat esetén is fennáll a veszély, hogy mire a szabályozás hatályba lép, az érintett piacok már jelentősen megváltozhatnak, és a szabályozás már a kezdetektől elavulttá válhat. Egy irányelvi szinten szabályozott kérdésnél a nemzeti jogba történő átültetésnél ez a probléma hatványozottan érvényesül.



5. ábra

A digitális piacok szabályozását befolyásoló dichotómiák

Forrás: Mariniello (2022) nyomán saját szerkesztés

A dinamikus átalakulás átformálhatja a piacokat, korábban nem látott ütemben átcsoportosítva a jövedelem elosztását az értékteremtési folyamatokban résztvevő különböző szereplők között. Ugyanakkor a digitális gazdaság fejlődésének vizsgálatakor nem téveszthetjük szem elől, hogy a digitális gazdaság alapja az internet. Ebből következően a működés meghatározó jellemzői közé tartozik a hálózati jelleg, az elektronikus hírközlési hálózatok működése, az összekapcsoltság (*konnektivitás*) és a számítástechnikai infrastruktúra. A hírközlési és informatikai infrastruktúra piacait ugyanakkor az előbbieken felvázoltakhoz képest teljesen más fejlődési dinamika jellemzi. Az alpinfrastruktúrát csak jelentős, hosszú távú beruházásokkal lehet létrehozni és fejleszteni, ezekhez pedig stabilitásra, a gazdaság jövőbeli alakulására vonatkozó transzparenciára és a hosszútávú megtérülés megalapozott reményére van szükség.

A kutatás időszakában a digitális gazdaság piacait jellemző dinamizmus és a stabilitás iránti igény közötti feszültség az uniós gazdasági és politikai döntéshozók egyik első számú gondja. A szerző – a 4.4. pontban részletesen is kifejtett érvek mentén kialakított – álláspontja szerint a (P2B Rendeletben, a DMA-ben és a DSA-ben) foglalt „közvetlen” platformszabályozás mellett ez szintén a compliance-szempontról releváns, tágran értelmezett platformszabályozási összefüggések körébe tartozik (i) egyrészt az internet ökoszisztéma egyensúlyának biztosítása miatt,

(ii) másrészt a szabályozási ökoszisztémák kapcsolatrendszerének az uniós szakpolitikák rendszerében történő elhelyezésének kapcsán.

Az előbbiekkal szoros kapcsolatban áll a *digitális gazdaság közgazdasági sajátosságait* érintő kettősség. A digitális vállalkozások sikerüket annak köszönhetik, hogy az általuk előállított szolgáltatások, tartalmak és termékek használata egyszerű és intuitív. Könnyű ezeket használni, működtetésük alaposabb megismerés, jelentős tudatos kognitív folyamatok igénybevétele nélkül elsajátítható. Ennek elérése érdekében a termékdesign mögött vállalati oldalról a sikeres piaci jelenlét biztosítása érdekében az ún. *design thinking paradigma* általános elterjedése áll. Ez az innováció olyan felhasználó-központú megközelítése, amely a tervezési fázisban rendelkezésre álló technológiai eszköztárat (így a kiterjedt adatelemzést is) arra fókuszálja, hogy a felhasználói igényeket kielégítse, esetenként pedig új igényeket keltsen. Amint azt az 5.2. pontban a rangsorolás problémáján keresztül bemutatjuk, a design thinking jogszerű megvalósítása olyan komplex, több digitális szabályozási területen átívelő probléma, amely jelenleg az egyik legnagyobb és legaktuálisabb compliance-kihívás, és szinte minden digitális vállalkozás életében jelentkezik.

Az egyszerű, „felhasználóbarát” szolgáltatások mögöttes gazdasági dinamikáját annál nagyobb komplexitás jellemzi. Az összetettség szintjét növeli, hogy ezek az új piackoordinációs alakzatok többoldalú piacként is funkcionálnak, és a korábbiakban nem látott számban és geográfiai kiterjedtséggel kötik össze a piaci szereplők legváltozatosabb csoportjait, melyek szabályozói beazonosítását nehezíti, hogy – mint arra az 1.3. pontban utaltunk – a hagyományos szerepek is átalakultak. Olyan új szereplők – így a 4. fejezetben részletesebben tárgyalt platformok, gazdasági ökoszisztémák – is megjelentek, melyek az értékteremtési folyamatok mentén új piaci koordinációs mechanizmusként funkcionálnak és esetenként globális kapuórré nőttek ki magukat. A DMA a kapuóri problémát az antitröszt fogalomrendszerét kölcsönözve közelítette meg, de az új koordinációs alakzatokat szinte minden szabályozási terület a saját szabályozási logikájával és eszközeivel igyekszik megragadni. Ebben a tekintetben nem világos még, hogy a platformműködésre, és ezen belül a kapuóri működésre az innováció gátjaként vagy ugródeszkájaként kell-e a szabályozás oldaláról tekintenünk. A megtámadhatóság lényeges elemeként szerepel, ugyanakkor a ma technológiai fejlesztéseinek egyik alapfeltétele az interoperabilitás biztosítása (5.3. pont).

A kockázatértékelési szempontoknál (a 2.3.1. pontban) már érintettük, de a szabályozási dichotómiák között is fontos szerep jut a digitális piacok *földrajzi fluiditásának*. A technológia fejlődése magával hozta a mobilitást: lehetővé tette, hogy a gazdasági tranzakciók a világ bármely pontjáról megvalósíthatók legyenek. Az internetnek köszönhetően a fizikai távolság már nem olyan elsődlegesen releváns kérdés, amely a munkavégzést, a termelést, a fogyasztást vagy a kommunikációt érdemben befolyásolja. Ebből következően a ma születő startup cégek jövő héten már gyors növekedésnek indulhatnak, és jövő hónapban elérhetik az egész világot, azoknak a költségeknek a jelentéktelen töredéke merül csak fel, amelyet hasonló helyzetben néhány évvel, évtizeddel ezelőtt viselniük kellett volna. Ez a földrajzi fluiditás azonban azt is jelenti, hogy a digitális piacok nagyon érzékenyek a szabályozás széttagoltságára, földrajzi fragmentáltságára. A digitális vállalkozások számára tipikusan fontos tényező a növekedéssel fokozódó hálózati hatások kihasználása, így egy digitális vállalkozás sikerének esélyét ténylegesen akadályozó tényezők közé tartozhatnak azok az eltérő szabályozási keretek és kultúrák, amelyekben a különböző földrajzi régiók vagy országok eltérő követelményeket támasztanak.

Az értekezés a digitális compliance szempontjából releváns gazdasági és szabályozási folyamatokra fókuszál. Mindezt azonban annak tudatában teszi, hogy az az etikus vállalati magatartást szavatoló compliance tevékenység során sem veszíthető szem elől, hogy minden gazdasági szabályozási beavatkozás szükségképpen a társadalomra is hatást gyakorol. Ez végső

oron a digitális technológia *pervazív, mindent átható jellegéből*, és ezáltal a technológia társadalomban betöltött szerepéből vezethető le. Megéljük a digitális alkalmazások előnyeit, ezek mindenütt jelen vannak, a pandémia nyomán már szinte minden társadalmi szerepkörnek megvan a maga digitális csatornája. Használjuk ezeket a tanuláshoz, a munkához, a szabadidős tevékenységek tervezéséhez és az egészségügyi információk lekéréséhez, a közösségi hálózatok és a chat funkciók pedig azok a fő csatornák, amelyeket a barátokkal, a családdal és az ismerősökkel való kapcsolattartáshoz használunk. Az olyan gazdasági jelenségek, mint (i) a társadalmi kapcsolattartás során keletkezett személyes adatok monetizációja, és (ii) a mára már széles körben alkalmazott mesterséges intelligencia rendszerek, mély etikai dilemmákkal járnak, amelyekre a "helyes" válasz megfogalmazása még várat magára. Ebből következik a dichotómia, hogy az alkalmazások nélkülözhetetlenségének belátása ellenére a digitális technológiákat gyanakvással vizsgáljuk, mert nem vagyunk és minden általános szerződési felétel és előzetes tájékoztatás alapos elolvasása után sem lehetünk teljesen tudatában annak, hogy használatuk milyen következményekkel jár. A közpolitika, a szabályozás és általában a jog számára ez a kihívás nyilvánvaló: minden technikai és gazdasági problémára adott válasz egyidejűleg mély következményekkel jár a társadalom mögöttes értékstruktúrájára is.

2.4.2 A SZABÁLYOZÁS ÉS INNOVÁCIÓ DILEMMÁJA

Amikor valamely piac fejlődését a technológiai és üzleti innovációk határozzák meg, akkor a kor kihívásait és a piac sajátosságait nem megfelelően kezelő szabályozás kockázatot jelenthet mind az innováció, mind a beruházások számára (Pápai, 2011): a technológiai innováció szerepével összefüggésben kifejtett érvelés megfontolandó a digitális piacok vonatkozásában is.

Azok a nagy változások, amelyek felforgatták a digitális piacokat, technológiai jellegűek voltak, az üzleti modellek és a szabályozás inkább kiegészítették, gyorsították vagy éppen lassították a technológia által indukált változásokat. A felforgató, diszruptív innováció fogalma közel három évtizede formálja az üzleti stratégiákat (Christensen és mtsai., 2015). A diszruptióra, azaz a *diszruptív technológiafejlesztésre* olyan folyamatként tekinthetünk, melynek lényege, hogy egyrészt aláássa a hagyományos piaci szereplők pozícióját, másrészt új piaci tevékenységek számára nyit utat, és ezáltal végül teljesen átalakítja a piacot (Csedő & Zavarkó, 2021).

A fenntartó (*sustaining*) jellegű innovációs lépések lényegüket tekintve hasonlóak a piacon már bevált, főáramlatba tartozó (*mainstream*) megoldásokhoz, és folyamatos, egymásra épülő előrelépéseket jelentenek a gondos piackutatások eredményeként feltárt fogyasztói igények kielégítésében. A beazonosított fogyasztói célcsoport így azon attribútumok, termék- illetve szolgáltatásjellemzők terén érez fejlődést, amelyek az előzetes piaci felmérések alapján a fogyasztói preferenciák körébe tartoznak. A fogyasztói élmény azáltal valósul meg, hogy a fogyasztó azt érzi, hogy valamely fontos tulajdonság érezhető javuláson ment át az innováció eredményeként.

A diszruptív technológiafejlesztés értékteremtő ereje ugyanakkor nem a már beazonosítható piaci elvárásoknak történő megfelelésben gyökerezik. Az ennek eredményeként létrejövő jellemzők, attribútumok halmaza (*package of attributes*) jelentősen eltér és több tekintetben nem is felel meg a „történetileg” kialakult piaci elvárásoknak (Bower & Christensen, 1995). A diszruptív technológiafejlesztés nyomán ezért a mainstream fogyasztói szegmens számára irreleváns, érdektelen termék jön létre, amelyet a fogyasztók nem is tekintenek az eredeti termék helyettesítőjének, és így nem is jelentős irántuk a kereslet. Az eredeti piacon jelenlévő fogyasztók igényeit tekintve a kezdeti teljesítmény így jóval elmarad a már bevált megoldásoktól. Az alacsony profitabilitási várakozások miatt ezt az új piacot vagy piaci szegmenst az inkumbens nagyvállalatok gyakran figyelmen kívül hagyják, így kimaradnak egy új piac teremtéséből, hiszen

a diszruptív technológia által lehetővé váló új piac a stratégiaalkotásuk időszakában még nem is létezett. Így (versenyjogi értelemben is) egy új piac kialakulása zajlik le. Ennek megvannak azok a veszélyei, hogy hiába tudja a kisebb méretű, gyakran start-upként piacra lépő vállalkozás a diszruptióval létrehozott terméket vagy a szolgáltatást alacsonyabb áron forgalomba hozni, a „mainstream” fogyasztók a váltással kivárnak egészen addig, amíg ez a diszruptív technológia-fejlesztéssel versenybe kerülő kisebb vállalat a minőséget a fenntartó technológiafejlesztéseket végző nagyvállalat szintjére hozza, majd ekkor váltanak az olcsóbb alternatívára.

Klasszikusnak mondható példa a diszruptióra, ahogy a digitális fényképezés adta lehetőségek olyan új üzleti modellek középpontjába kerültek (Facebook, Tencent, Snapchat, Line, Instagram vagy TikTok), amelyek a felhasználók számára életük digitális megjelenítésére kínálnak módot. Végző soron a Kodakot nem egy klasszikus versenytársa, mint például a Fuji szorította ki a piacról, de még csak nem is egy digitális fényképezéssel foglalkozó start-up. Az okoseszközök és a digitális megjelenítést biztosító közösségi hálózatok pecsételték meg a Kodak sorsát azáltal, hogy teljesen más módon viszonyulnak az értékteremtéshez, másképp jelenítik azt meg üzleti és működési modelljeikben. A fotómegosztást az üzleti modelljeik középpontjába helyező vállalatok valójában soha nem is tekintették a Kodakot versenytársnak, a filmgyártó cég egyszerűen a járulékos veszteség szerepét töltötte be a közöttük a felhasználókért zajló versenyben (Birnbaum és mtsai., 2005; Iansiti & Lakhani, 2020).

A példán keresztül is érzékelhető a technológiai és üzleti innovációk összekapcsolódása és meghatározó szerepe, amely a dinamikus hatékonyság fenntartásának és ösztönzésének²² jelentőségre hívja fel a figyelmet. Az új technológiák megjelenése a szabályozás szempontjából mindig kívülről érkezett, és legtöbbször nem volt prognosztizálható. A szabályozás ezáltal szükségképpen követő jellegű, reagálni igyekszik az érzékelt változásokra. Ugyanakkor pontosan ezen reaktív jelleg miatt megalapozottnak tekinthető az az igény, hogy a szabályozás mindenkor kellő visszafogottsággal kerüljön alkalmazásra, értve ezalatt, hogy csak úgy és olyan mértékben jelenjenek meg a szabályozási eszközök és valósuljanak meg a szabályozói beavatkozások, hogy ne akadályozzák a fejlődés dinamikus tényezőit. Jogi-szabályozási szempontból ide kapcsolódó problémát ír le az ún. Collingridge-dilemma is, amely szerint a fejlődés korai szakaszában történő szabályozás a technológia ismeretének hiányában könnyen korlátozó lehet. A fejlődés későbbi szakaszában viszont, amikor a technológia társadalmi hatásai már nyilvánvalóvá válnak, azzal a kockázattal kell számolni, hogy már nem lehet felette érdemben szabályozói kontrollt gyakorolni (Genus & Stirling, 2018).

²² A statikus hatékonyság írja le az adott időpontban, adott mennyiségű erőforrásból előállítható output mennyiségét. A termelési hatékonyság a vállalat szintjén adja meg, hogy az az adott mennyiségű jöszágot a lehető legalacsonyabb költségek mellett állítja-e elő, míg az allokációs hatékonyság a társadalom szintjén arra fókuszál, hogy a társadalom optimálisan osztja-e fel a rendelkezésre álló erőforrásokat, minden termékből éppen annyit állít-e elő, amennyinek az árát a fogyasztók hajlandóak megfizetni. A dinamikus hatékonyság ezzel szemben a hatékonyság jövőbeni alakulására utal, ezáltal az innovációt, a vállalatok innovációs technológiai fejlődési képességét és alkalmazkodóképességét fejezi ki. A dinamikus hatékonyság képes idővel termelési, illetve allokációs hatékonysággá alakulni, ezáltal növelve a jólétet.

2.4.3 TERMÉK- ÉS ÜZLETI INNOVÁCIÓ: HOL KEZDŐDIK A MEGFELELÉS?

Amikor az adatkezelőt jelölte ki felelősnek azért, hogy az adatkezeléssel érintett értéklánc minden szereplője betartsa a kötelezettségeket, a 2.2.2. pontban leírtakon túlmenően a GDPR gyakorlata azt is széles körben világossá tette a hazai digitális vállalkozások számára, hogy a megfelelési kötelezettség nem áll meg a szervezet határainál.²³ A pandémia pedig katalizátorszerepet töltött be azokban a változásokban is, amelyek nyomán a compliance számára is közvetlenül érzékelhetően megváltozott a gazdaság szerkezete, és ennek megfelelően végképp átalakultak az értékteremtési folyamatokat leíró modellek is.

Az eredeti porteri értéklánc-megközelítés a modell kialakításánál egy termelővállalat fő értékteremtési folyamatainak felépítését és összefüggéseit vette alapul (Porter, 1980). A *globális értéklánc* fogalma a multinacionális vállalatcsoportok működéséhez illeszkedik, annak mentén a különböző helyszíneken lévő hozzáadott érték forrásainak rendszerét írja le egy globálisan integrált termelési rendszerben. A globális értéklánc első lépésében a kiszervezési, illetve a kihelyezési döntések jönnek létre. Így amikor az értékláncban megvalósuló vállalkozási B2B kapcsolatrendszer a hálózati struktúrával ötvöződött, ezek a döntések már korábban is nagy kihívást jelentettek a szabályozási struktúra kialakítása szempontjából. A közvetítőszolgáltatók és az ún. fulfilment szolgáltatási modellek²⁴ megjelenése nyomán transzparenciahiánnyal fenyegetett például, hogy az e-kereskedelemben alkalmazott modellekben egyre gyakoribb, hogy a fogyasztó nem azzal köti meg az adásvételi szerződést, akitől az árut vagy a szolgáltatást megkapja, a közvetítő(k)nek – azaz jogi fogalomhasználattal élve a bevont harmadik fél közreműködőknek – pedig esetenként sem tulajdonába, sem birtokába nem kerül az adott termék (Gelei, 2017).

A vállalati működésre koncentráló lineáris értéklánc megközelítést új modellek váltották fel. Mára valójában inkább már értékláncok többszörös összekapcsolódásából keletkező globális értékhálókról, ökoszisztémákról, ökoszisztéma-rendszerekről beszélhetünk, és ebben a megközelítésben az érintkező (globális) értékháló sajátos csomópontjait alkotják a platformok.

A többdimenziós értékháló modell mellett mind gyakrabban találkozhatunk a gazdasági ökoszisztémák fogalmával a sokszereplős üzleti együttműködésen alapuló *koordinációs alakzatok* leírására. Ezek a hálózati háttérre ráépülő rendszereken belül a kapcsolatok állandó fejlődésben, változásban vannak. A nagyszámú szereplők egyes területeken együttműködnek, kiegészítve egymás képességeit, míg más területeken viszont potenciális versenytársként is felléphetnek. Ennek megfelelően, az – 5.3.3. pontban ismertetett – modularitásban rejlő lehetőségek kiaknázása érdekében termékeik és szolgáltatásaik gyakran egymást kiegészítő, egymáshoz kapcsolódó vagy egymással kombinálható jellegűek. A pénzügyi válság, illetve a pandémia rávilágított, hogy az ökoszisztéma-megközelítés különösen előnyös akkor, ha a környezetet nagy és kiszámíthatatlan változások jellemzik, hiszen ilyenkor stratégiai előny a rugalmasság. Az ökoszisztémában betöltött szerepkörök azonban alapvetően eltérnek a vállalat(csoport)i logikától, ezért az inkubens nagyvállalatok esetén nehézséget okozhat a változtatás. Esetükben a vállalati értéklánc-modell újragondolása és ezzel párhuzamosan általában az erősen hierarchikus szervezeti rendszerről egy rugalmasabbra történő átállás szükséges ahhoz,

²³ A multinacionális vállalkozások compliance terminológiájában a *responsible value chain* kifejezés az értékláncra globálisan alkalmazandó magatartási standardok összességére utal, melyet Kara & Pista (2016) a hazai versenyjogi compliance kontextusában megjelenő érvelésben is alkalmaz.

²⁴ A fulfilment több, mint pusztán logisztika és/vagy raktározás, az e-kereskedelemmel összefüggő B2B kiszervezési folyamatok nyomán egy specifikus szolgáltatás-egység jött létre, mely az értékesített termékek akár teljes útját lefedheti a vevői döntéstől az áru átvételéig, egyes fulfilment modellekben a bevont szolgáltatók tevékenysége kiterjedhet még a számlázási, ügyfélszolgálati és visszarúzási tevékenységre is.

hogy egy ökoszisztéma résztvevőjévé válhassanak. A hálózati jellegből adódóan egy cég egyszerre több ökoszisztémának is tagja lehet, és a rendszer ágazati szempontból heterogén, tagjai általában nem ugyanazon ágazatban működő cégek. Az ökoszisztémák általában ágazatközi együttműködések, és az ökoszisztémák magját sokszor olyan digitális platformok alkotják, amelyeket a rendszerben zajló műveleteik koordinálására hoznak létre / fogadnak el / kénytelenek elfogadni a résztvevők (Dedehayir és mtsai., 2018; Fuller és mtsai., 2019; Granstrand & Holgersson, 2020).

Mind a termék-, mind az üzleti innováció új piaci magatartásokat hoz magával; ebből a szempontból a változások egy fontos iránya a termékdesign és az üzleti modellek versenyjogi megközelítéséből vezethető le (Manne & Wright, 2010). A következőkben *termékdesign* alatt értjük a fejlesztés során a vállalkozások által valamely termék vagy szolgáltatás jellemzői, tulajdonságai vonatkozásában hozott döntéseinek összességét (Ibáñez Colomo, 2021). *Üzleti modellként* tekintünk mindazon alapvető stratégiára, illetve stratégiák összességére, amelyek révén a vállalkozás az eszközeit, képességeit monetizálja, maximális bevételszerzésre törekedve. Az új koordinációs alakzatok által alkalmazott üzleti modellek azonban más logikát követnek, mint amelyre a hagyományos versenyjogi megközelítés épít, ezért a piaci erő mibenlétét a digitális piacokon nehéz a versenyjogi eszköztárral megragadni. Az ökoszisztémák és platformok működésének üzleti modelljei ugyanis abszolút nem stabilak, és nem is egy jól meghatározható végtermékre irányulnak. Folyamatosan és dinamikusan változnak, a technológiai eszközök és lehetőségek (így különösen a konvergencia és modularitás) előnyeit kihasználva átjárhatóságot teremtenek az ágazatok között, és mind újabb és újabb elemeket illesztnek a szolgáltatás- és termékportfólióikhoz. A vállalati magatartás értelmezési környezetét ezért már nem a végtermékként megjelenő termékek és szolgáltatások piacainak, illetve az ezekhez kapcsolódó alapvető vállalati kompetenciáknak (*core business competencies*) az összefüggései adják, hanem a piacokon átívelő tevékenységek és az ehhez szükséges képességek határozzák meg. A piacokon átívelő tevékenységek és képességek (*cross-market activities and capacities*) így kialakuló dominanciája a gazdasági, üzleti és jogi-szabályozási környezet (4.5.1 pontban felvázolt) átalakulását vonja maguk után (Lianos & Carballa Smichowski, 2021).

Az előbbieken felvázolt irányból megközelítve belátható, hogy a modularitással, az együttes fejlődéssel és a döntési komplexitással jellemezhető ökoszisztémák az innováció fejlődését biztosító piaci koordinációs mechanizmusnak is tekinthetők, melynek célja, hogy az innovációt egyidejűleg különböző hierarchiákban, piacokon és iparágakban lehessen összehangolni. Olyan gazdasági szereplők közösségei, „akik javaikat és szolgáltatásaikat nagyrészt összehangolt víziókkal fejlesztik, és akiknek egyéni üzleti tevékenysége nagyrészt az egész közösség sorsán osztozik” (Moore, 2006; Oh és mtsai., 2016). Az ökoszisztémán belüli szerepek és a résztvevők által képviselt piaci erő nagy eltéréseket mutathat. Ebből következően (különösen azon platform-ökoszisztémák esetén, amelyek összetartó magját valamely integrált globális platform koordinatív ereje biztosítja) az 5.3. pontban tárgyalt interoperabilitási elvárások a rendszer megnyitását, illetve nyitottságának fenntartását igyekeznek szavatolni azáltal, hogy az integrált platformnak meg kell nyitnia az értéklánc egyes rétegeit a helyettesítők és a kiegészítők piacainak résztvevői előtt.

A piacszerkezeti változásokkal párhuzamosan a technológiai fejlődéssel, innovációval érintett piacokon a vállalkozások azt érezhetik, hogy jelentős változáson ment keresztül a versenyjogi jogalkalmazás is. Az antitruszt jog az elmúlt időszakban mind erőteljesebben jelentkezett olyan területeken, így például a termékdesign és az üzleti modell kérdéseiben, amelyek korábban az uniós és nemzeti jogalkalmazó hatóságok álláspontja szerint egyértelműen a vállalati privátautonómia részét képezték. Az uniós versenyjog hagyományosan óvatosan viszonyult a vállalkozások üzleti és operációs modelljeihez, szervezeti és munkaszervezési döntéseikhez. Ezek

nagyrészt az antitröszt jogalkalmazás hatókörén kívül eső kérdésként kerültek beazonosításra, abból kiindulva, hogy a versenyjog szerepe az, hogy indirekt módon, a vállalkozások közötti verseny fenntartásának biztosítása által avatkozzon a versenyfolyamatba. Az online platformokat érintő eljárásokban a nemzeti és uniós hatóságok azonban mind gyakrabban kérdőjelezik meg versenyjogi megfelelés szempontjából az érintett vállalatok üzleti modelljének lényegét vagy a termék kialakítását (Dömötörfy & Firniksz, 2021).

A globális technológiai óriásvállalatok ellen indított eljárások és ezek nyomán a rekordbírságokkal járó marasztaló döntések sora jelzi az új megközelítést. A Google Shopping ügyben a Google keresőmotorjának működési elve, azaz a szolgáltatás központi magja minősült erőfölénnyel való visszaélésnek. Az olasz Android Auto ügyben a versenyhatóság – szintén a gazdasági erőfölénnyel való visszaélés kimondása mellett – arra kötelezte a Google-t, hogy tervezze újra az Android Auto szolgáltatást úgy, hogy az interoperábilis legyen a bejelentő Enel applikációjával. A Google Android ügyben hozott döntés és az Apple alkalmazásboltjának kapcsán indított eljárás²⁵ szintén az üzleti modell részét képező fontos monetizációs stratégia újragondolását teszi szükségessé az eljárás alá vont vállalkozások számára (Ibáñez Colomo, 2021).

A szabályozási compliance már egyértelműen nem csupán a termelési-értékesítési lánc utolsó fázisában, azaz a termék vagy szolgáltatás piacra kerülése kapcsán, illetve a reklámkampányok közzétételét és egyéb kereskedelmi gyakorlatok megvalósítását megelőzően időszerű. Optimális esetben jelen van már az üzleti tevékenység jóval korábbi fázisaiban is, a termék fejlesztését, design folyamatait, illetve a termék kialakítását érintően az üzleti modellt érintő egyéb döntések meghozatala során (Dömötörfy & Firniksz, 2022). A kutatási folyamat során kapott visszajelzések alapján a hazai digitális vállalkozások számára a rangsorolás és az interoperabilitás tekinthető olyan elsődlegesen releváns kérdésnek, amely már ebben a legkorábbi fázisban kiemelten figyelembe veendő. Az értekezés ezeknek a digitális compliance szempontból kulcskérdésként beazonosított szabályozási elemeknek a vizsgálatát (5. fejezet) azért is tekinti kiemelt fontosságúnak, mert jól példázzák a digitális compliance területén jelentkező ún. szabályozási területeken átívelő szabályozási elvárások komplexitását. Ezek a szabályozási területeken átívelő megfelelési kérdések jelentősen megnehezítik a szabályozási környezetben történő eligazodást, mivel

- nem csupán az antitröszt tett kísérletet az új gazdasági realitások megragadására, de az antitröszt eljárások tapasztalatai egy más szabályozási és eljárási logikára felfűzve megjelennek a DMA tényállásai mögött is;
- a hagyományos szabályozott ágazatok (mint például az elektronikus hírközlés), valamint az új értékláncok mentén szerveződő ökoszisztémák újonnan kialakított, illetve még alakulóban lévő szabályai (azaz a tulajdonképpeni szabályozási ökoszisztémák) szintén tartalmaznak elvárásokat ezek vonatkozásában.

²⁵ Az ügyben az értekezés lezárásának időpontjában az előzetes álláspont kibocsátásáról álltak rendelkezésre publikus információk. (Letöltés dátuma: 2023. április 25., forrás: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_1217.)

2.5. ÖSSZEGZÉS ÉS KÖVETKEZTETÉSEK

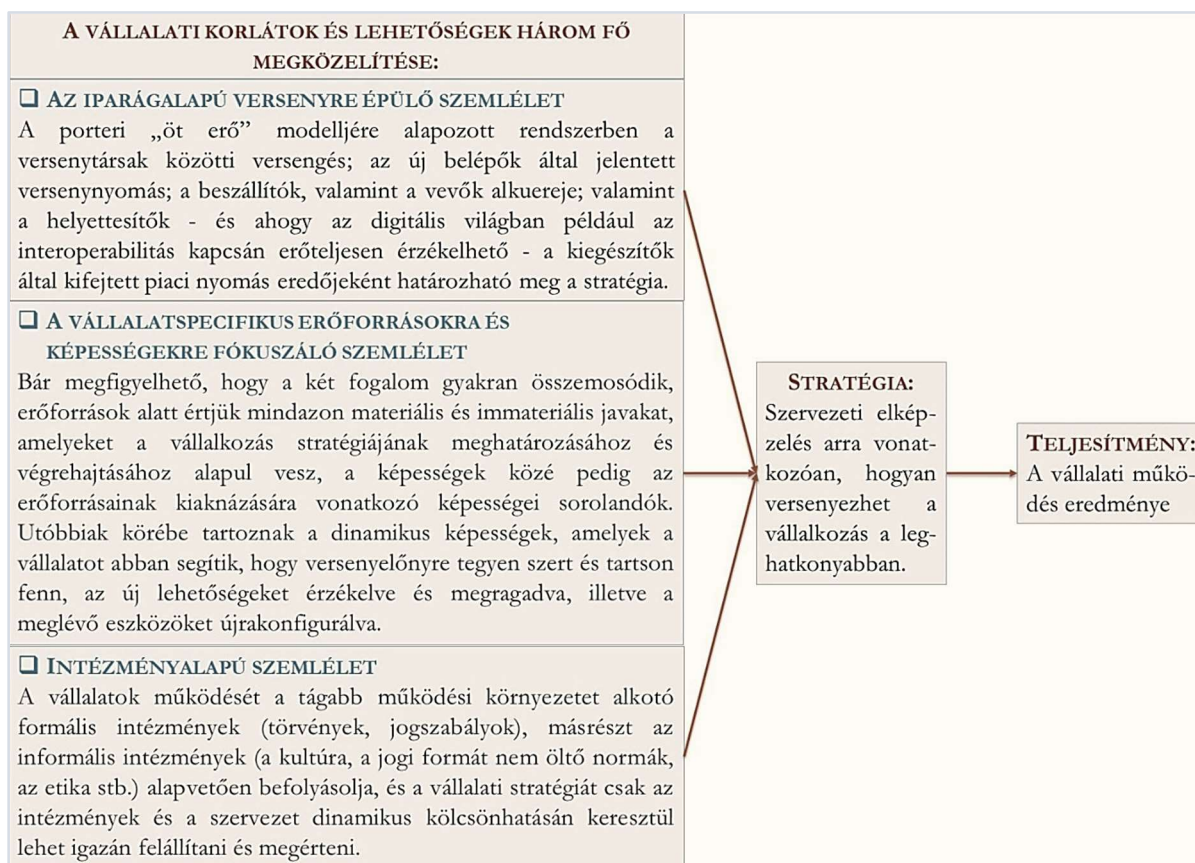
A compliance az *önkéntes normakövetés* vállalati eszköze és (optimális esetben jogi szempontból megfelelően bizonyítható) megnyilvánulási formája. A compliance a legszélesebb értelemben véve olyan *vállalati magatartásforma*, amely (i) a különböző külső normáknak, valamint (ii) a belső, a vállalat által saját maga által – a stakeholderek, így tulajdonosai, munkavállalói, szerződéses partnerei számára – felállított, részben szintén külső normákon, részben pedig a vállalati kultúrát meghatározó erkölcsi-etikai alapokon nyugvó normáknak történő megfelelést biztosítja. A szabályozási megfelelés, és különösen a digitális compliance terén tett erőfeszítések – jóllehet közvetlenül profitot nem termelnek –, hosszútávon indokolt ráfordításnak számítanak.

Ugyanakkor belátható, hogy a vállalati megfelelés már nem csupán a multinacionális vállalatok sajátos műfajának számít. Amennyiben a hazai digitális vállalkozások illeszkedni akarnak az innovatív értékteremtési folyamatokba, számukra is megkerülhetetlen próbatételt jelent az egyre komplexebb és terebélyesebb nemzetközi, uniós és hazai szabályozó környezet. Tényleges és eredményes lépéseket kell tenniük, működőképes compliance-menedzsmentrendszer kell kiépíteniük annak érdekében, hogy egy olyan (i) átlátható, mindenki számára egyértelmű feladatokat és felelősségi köröket kijelölő, (ii) a vállalatvezetés számára a megfelelő információkat hatékonyan és időben előállító rendszert alakítsanak ki és építsenek be a vállalat működésébe, amely bizonyítható módon képes megvalósítani az önkéntes jogkövetést biztosító preventív beavatkozásokat.

A compliance rendszerek alaprétegét adják a kockázatkezelési mechanizmusok. A külső kockázatok között kiemelten szerepel a szabályozási környezet, annak gyors változása pedig kockázatnövelő tényező. A releváns jogi és etikai normák beazonosítását és ezeknek történő megfelelést a vállalati terminológia a *szabályozási megfelelés (regulatory compliance)* fogalmával írja le. Jelenleg ezen belül kialakulóban van egy új fogalom, a *digitális megfelelés (digital compliance)*, amely a digitális vállalkozások működése szempontjából releváns szabályozási környezetre fókuszál.

A megfelelő kockázatfelmérésen és kockázatértékelésen alapuló, majd a *kockázatokhoz megfelelő erőforrások rendelkezésének (risk-tailored resource management)* elve mentén megvalósított lépések csökkentik a jogi környezetből és annak változásából származó kockázatokból keletkező költségeket és károkat. E körben hagyományosan a potenciális jogsértéssel együtt járó szankciók pénzbeli értéke volt a viszonyítási alap. Emellett a bizalmi elem jelentősége miatt a digitális piacokon is kiemelt szerep jut azonban a külső normarendszernek meg nem felelő magatartás nyomán a szervezetről kialakult kedvezőtlen fogyasztói, üzleti partneri, részvényesi, befektetői vagy hatósági véleményből származó *reputációs kockázatoknak*, melyek a jövedelmezőséget alapvetően érinthetik, és a vállalkozás külső megítélésének a kívánatos szinttől való elmaradásában nyilvánulnak meg (Kocziszky & Kardkovács, 2020).

Az innovációval érintett piacok vonatkozásában a fentiekén túlmenően különös jelentősége van annak, hogy a megfelelés biztosítása nem áll meg a vállalat szervezeti határainál, az értékteremtési folyamatok sajátosságainak megfelelően a felelős értéklánc, illetve a felelős ökoszisztéma rendszerébe illesztve vizsgálendő. Az ún. *design thinking paradigm* általános elterjedését is figyelembe véve különösen figyelemreméltó, hogy az antitröszt jogalkalmazás mind erőteljesebben jelentkezett a korábbiakhoz képest újnak minősülő területeken, így például a termékdesign és az üzleti modell kérdéseiben. Ez egyértelműen abba az irányba mutat, hogy a *preventív szemlélet* azt várja el, hogy a szabályozási compliance már az üzleti tevékenység legkorábbi fázisában, a termék fejlesztését, design folyamatait, illetve a termék kialakítását érintően az üzleti modellt érintő egyéb döntések meghozatalát megelőzően döntő szempont legyen.



6. ábra

A vállalati korlátok és lehetőségek tripod-rendszere

Forrás: Peng (2022) nyomán saját szerkesztés

A 6. ábra a vállalati versenyképességet meghatározó korlátokat és lehetőségeket összefoglaló ún. *háromlábú stratégiai modellt (tripod model)* vázolja fel (Demeter, 2021; Peng, 2022; Peng és mtsai., 2009). A digitális megfelelést a modellbe beillesztve az intézményalapú szemlélettel fennálló összefüggés kézenfekvő. A digitális megfelelés a külső formális intézményekkel fennálló dinamikus kölcsönhatás révén közvetlen hatást gyakorol a vállalati stratégiára és teljesítményre.

Az intézményalapú megközelítés mellett azonban a digitális compliance a vállalatspecifikus erőforrások és képességek oldaláról nézve is releváns, mivel az innovációs erőforrásokra és dinamikus képességekre is kihat (például a korábbiakban említett design-thinking jogszerű megvalósításának biztosítása révén). A versenyben ugyanakkor a hírnév is erőforrásszerepet tölt be, amennyiben hatékonyan képes a vállalati, illetve terméktulajdonságokat megjeleníteni a versenytársakhoz, illetve a helyettesítő termékekhez képest,²⁶ így nyilvánvaló módon a digitális compliance a reputációs erőforrásokra is közvetlen hatást gyakorol.

Összegezve, a digitális compliance a digitális vállalkozások versenyképességét közvetlenül meghatározó stratégiai tényező. A Collingridge-dilemma a technológiai kérdéseket érintő szabályozás vonatkozásában ráirányítja azonban figyelmet arra a kérdésre, hogy ha a szabályozás nem a megfelelő ütemben, illetve eszközökkel avatkozik be, akkor az korlátozhatja az innovációt és a

²⁶ A modell vizsgálata kapcsán érdekes mellékkövetkeztetésként felmerül továbbá az is, hogy az ökoszisztémák rendszerében a modularitáson és interoperabilitáson alapuló együttmozgó rendszer sajátossága révén a helyettesítők mellett a kiegészítők is jelentős piaci nyomást lehetnek képesek kifejteni.

beruházásokat. Ilyen esetekben *a külső szabályozásnak történő hatékony megfelelés versenyképességre gyakorolt hatása akár ellentétére fordulhat*. A következőkben ezért a DMA szabályozási rendszerével kapcsolatos kérdéseket olyan szempontból is vizsgáljuk, hogy ha a vállalati működés során a szabályozásra visszavezethető innovációs akadályok feltárására kerül sor, az milyen módon csatornázható vissza a jogalkotás számára.

3. DIGITÁLIS PIACOK: MIRŐL (NEM) SZÓL A DMA?

3.1. KUTATÁSI KÉRDÉS

A hazai digitális vállalkozások számára a szabályozási környezetben történő eligazodásban alapvető nehézséget okoz, és jelen fejezet számára ennél fogva a DMA fogalmaival és hatályával összefüggő első kutatási kérdésként szolgál, hogy *a DMA-ben fogalmi szinten miért nem szerepel és a tágabb szabályozási környezet értelmezése vonatkozásában mit jelent a digitális piacok fogalma.*

3.2. DIGITÁLIS ÁGAZAT – INFORMÁCIÓS TÁRSADALOMMAL ÖSSZEFÜGGŐ SZOLGÁLTATÁSOK

A DMA nem alkot eredendően új fogalmat, amikor hatókörként a digitális ágazat fogalmát jelöli meg, hiszen azt az 1. cikk 4. pontjában az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások révén vagy azokon keresztül nyújtott termékek és szolgáltatások ágazataként határozza meg. Az online térben zajló gazdasági tranzakciók átfogó leírására az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások fogalma az évezred első éveiben elsősorban az e-kereskedelem szabályozása révén került be a jogi köztudatba. Az Elektronikus Kereskedelemről Szóló Irányelv tekinthető az első olyan szabályozási kísérletnek, amely az egységes belső piacon zajló online gazdasági folyamatok homogén megközelítését tartalmazta (Mariniello, 2022). A digitális ágazatnak nyilvánvalóan az elektronikus kereskedelem is részét képezi, azonban – mint azt majd bővebben is láthatjuk – messze nem ez az egyetlen szegmense. A következőkben az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások fogalmát, annak fejlődését és kontextusát annyiban tekintjük át, amennyiben az előképnek tekinthető a technológiai tartalmú fogalmakra épített gazdasági szabályozás, illetve a technológiai szabályozás terén.

3.2.1 AZ INFORMÁCIÓS TÁRSADALOMMAL ÖSSZEFÜGGŐ SZOLGÁLTATÁSOK

A DMA 2. cikkének 3. pontja a digitális ágazat fogalmát egy utalószabállyal az ITSZ Irányelv 1. cikke (1) bekezdésének b) pontjához kapcsolja. Ez a 2015-ben kibocsátott irányelv azonban egy jóval korábbi, 1998-ban kibocsátott és több alkalommal jelentősen módosított korábbi irányelvet kodifikált újra. Ez a szabályozási előzmény (az Európai Parlament és a Tanács műszaki szabványok és szabályok terén történő információszolgáltatási eljárás és az információs társadalom szolgáltatásaira vonatkozó szabályok megállapításáról szóló 98/34/EK irányelv) azonban nem tartalmazta eredetileg az információs társadalom szolgáltatásainak fogalmát és az ezzel összefüggő szabályokat. Utóbb, még a kihirdetés évében, módosította a műszaki szabványok és szabályok terén történő információszolgáltatási eljárás megállapításáról szóló 98/34/EK irányelv módosításáról szóló, 1998. július 20-i 98/48/EK európai parlament és tanácsi irányelv és kiegészítette a fogalommal.

Az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásnak minősülnek mindazok az – általában ellenérték fejében nyújtott – szolgáltatások, amelyek eleget tesznek az alábbi együttes feltételeknek:

- távolról (azaz a felek egyidejű jelenléte nélkül),
- elektronikus úton (azaz a szolgáltatás kezdőpontjától való elküldése és célállomásán való fogadása adatok feldolgozására – beleértve a digitális tömörítést is – és tárolására szolgáló elektronikus berendezés útján történik, valamint a szolgáltatás elküldése, továbbítása és

vétele teljes egészében vezetéken, rádión, optikai vagy egyéb elektromágneses eszköz útján történik),

- és a szolgáltatást igénybe vevő egyéni kérelmére valósulnak meg.²⁷

Az Elektronikus Kereskedelemről Szóló Irányelv (18) preambulumbekzdése tett kísérletet arra, hogy az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokat „a számítógépes hálózatokon keresztül végzett gazdasági tevékenységek” széles skáláján elhelyezze, és vitte tovább a fogalom értelmezését, amikor rámutatott, hogy az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások nem korlátozódnak csupán azokra a szolgáltatásokra, amelyek online szerződéskötést eredményeznek. Abban az esetben ugyanis, ha ezek a szolgáltatások gazdasági tevékenységként jelennek meg, akkor olyan szolgáltatásokat is magukban foglalnak, amelyeket a vevők ingyenesen vesznek igénybe. Az Elektronikus Kereskedelemről Szóló Irányelv példaként nevesíti az online információszolgáltatást vagy online kereskedelmi tájékoztatást, vagy akár az adatok kereséséhez, az azokhoz való hozzáféréshez vagy azok visszakéréséhez eszközt nyújtó szolgáltatásokat.

Későbbi (az 5.2. pontban kifejtett) témánk, a figyelemgazdaság összefüggésében itt röviden utalni kívánunk arra, hogy még burkoltan, de már az Elektronikus Kereskedelemről Szóló Irányelvben is tetten érhető a jelenség, hogy napjainkban mindannyian folyamatos információs túlterheltséggel küzdünk életünk szinte minden területén, és különösen igaz ez, ha az online térben mozgunk. Steve Jobs már 1996-ban (az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások fogalmának megjelenését közvetlenül megelőzően) úgy fogalmazott, hogy az emberek többsége valójában nem azért használja az internetet, hogy onnan több információt szerezzen. Világossá vált, hogy napról napra több információ ér minket, mint amennyit fel tudunk dolgozni.²⁸ Nem véletlen, hogy ha a felhasználók bármilyen jellegű online felülettel találkoznak, adottnak tekintik, hogy ott elérhető valamilyen keresésre, szűrésre, relevancia megállapítására szolgáló funkció, amellyel az információkat érdeklődésüknek vagy szükségleteiknek megfelelően szűkíteni tudják.

Az online információk mennyisége és összetettsége hamar nyilvánvalóvá tette, hogy a felhasználók számára a felfedezhetőséget és megtalálhatóságot biztosító funkciók nélkül az információk,

²⁷ Mivel a jogalkotó maga is érzékelte, hogy az ITSZ Irányelv 1. cikke (1) bekezdésének b) pontjában foglalt meghatározás rendkívül átfogó jellegű, így a jogszabály melléklete indikatív példák felsorolásával nyújt további segítséget annak behatárolására, milyen szolgáltatások *nem* tartoznak az információs társadalom szolgáltatása körébe:

Nem minősülnek távolról nyújtott szolgáltatásnak azok a szolgáltatások, amelyeket a szolgáltató és a szolgáltatást igénybe vevő fizikai jelenlétében nyújtanak, még ha ezek elektronikus eszközök használatával is járnak: (i) orvosi vizsgálatok vagy kezelés az orvos rendelőjében, elektronikus berendezés alkalmazásával, a beteg fizikai jelenlétében, (ii) elektronikus katalógus megtekintése az üzletben, a vevő fizikai jelenlétében, (iii) repülőjegy-foglalás utazási ügynökségnél számítógépes hálózat útján, az ügyfél fizikai jelenlétében, (iv) játéktérben rendelkezésre bocsátott elektronikus játékok, a felhasználó fizikai jelenlétében.

Nem minősülnek elektronikus úton nyújtott szolgáltatásoknak (i) az anyagi tartalommal bíró szolgáltatások, még ha elektronikus eszközök útján nyújtják is őket, így a készpénz- vagy jegykiadó automaták (bankjegyek, vasúti jegyek és a fizetésköteles úthálózatokba, gépkocsi-parkolóba stb. történő belépés még olyan esetekben sem, ha a bejáratnál/kijáratnál a belépést ellenőrző és/vagy a pontos fizetést biztosító elektronikus eszközök vannak elhelyezve, (ii) az off-line szolgáltatások, mint a CD ROM-ok vagy hajlékony lemezen tárolt szoftverek értékesítése, (iii) azok a szolgáltatások, amelyeket nem elektronikus feldolgozó/nyilvántartó rendszerek útján nyújtanak: távbeszélő szolgáltatások, telefax/telex szolgáltatások, távbeszélő vagy telefax útján nyújtott szolgáltatások, orvosi tanácsadás telefon/telefax útján, jogi tanácsadás telefon/telefax útján, direkt marketing telefon/telefax útján.

Nem minősülnek a szolgáltatást igénybe vevő egyéni kérelmére nyújtott szolgáltatásoknak az egyéni kérelem nélkül, adatátvitel útján, korlátlan számú egyéni igénybevevő részére egyidejűleg nyújtott szolgáltatások (egy pontról több pontra történő átvitel), így a 2010/13/EU irányelv 1. cikke (1) bekezdésének e) pontja alá tartozó televíziós műsor-szolgáltatások (beleértve a near-video igény szerinti szolgáltatásokat is), a rádiós műsorszórásai szolgáltatások, valamint a (televízió leadott) teletext.

²⁸ „I don't see most people using the Web to get more information. We're already in information overload. No matter how much information the Web can dish out, most people get far more information than they can assimilate anyway.” (Becraft, 2017)

szolgáltatások valójában elérhetetlenek és kezelhetetlenek. A keresési funkció beárazása ugyanakkor már a kezdetektől problémát jelentett, hiszen sem az átalányjellegű díjszabás, sem a keresésenkénti díj nem illeszkedett az online felhasználók igényeihez. Mivel valójában enélkül az online felületeken megjelenített információk legtöbbször használhatatlanok, így a helyzet jellegénél fogva az online felhasználók egyáltalán nem kívántak fizetni a keresők használatáért (Kotorov, 2020). A keresési funkcióra úgy tekinthetünk tehát, mint az online felhasználók számára nyújtott első ingyenes szolgáltatások egyikére. A keresési funkció, a keresőrendszerek és különösen a keresésekre adott találatok köre, sorrendje, valamint a rangsorolás egyéb módszerei, így az egyes áruknak és szolgáltatásoknak biztosított viszonylagos kiemelés az online piacok működésében is meghatározó szerepet kapnak mind a felhasználói elégedettség, mind az online felületeken szolgáltatásokat nyújtó, termékeket értékesítő vállalkozások láthatósága, így üzleti eredményessége szempontjából

Visszatérve azonban az Elektronikus Kereskedelemről Szóló Irányelv (18) preambulumbekzdésének kulcsmegállapításaihoz, az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások olyan szolgáltatásokat is magukba foglalnak, amelyek adatok hírközlő hálózaton keresztüli továbbításából, vagy egy hírközlő hálózathoz való hozzáférés biztosításából, vagy a szolgáltatás igénybe vevője által rendelkezésre bocsátott adat számára tárhely szolgáltatásából állnak. A televízióműsor- és a rádióműsor-terjesztés ugyanakkor nem minősül az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásnak, mivel nem egyedi kérésre nyújtják, ide sorolandók viszont a ponttól pontig történő adatátvitel révén megvalósuló szolgáltatások, mint például a megrendelt videószerzés vagy a kereskedelmi tájékoztatás elektronikus levélben történő küldése.

Az Elektronikus Kereskedelemről Szóló Irányelv formálta az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások értelmezését, azonban álláspontunk szerint már kellő óvatossággal kell szemlélni az abban foglalt megközelítést. Eszerint például nem tekintendő ilyen szolgáltatásnak az elektronikus levelezés vagy azzal egyenértékű egyéni kommunikációs eszköz használata, ha azt kereskedelmi, üzleti vagy szakmai tevékenységükön kívül eljáró természetes személyek veszik igénybe, ideértve az ilyen személyek közötti szerződéskötés céljából történő használatot is. Az elektronikus levelezés és a chatfunkciók az Európai Elektronikus Hírközlés Kódex alapján számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatásnak minősülnek. Mára már egyértelműnek tűnik azonban, hogy az Elektronikus Kereskedelemről Szóló Irányelvben megjelenő értelmezési irány nem esik már egybe a DMA megközelítésével. A DMA 1. cikke (3) pontjának b) alpontja a számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatásokat a DMA hatályába vonja, és 2. cikke 2. pontjának e) alpontja a (horizontális interoperabilitás kapcsán az 5.3.4 pontban tárgyalt) számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatásokat további megkülönböztetés nélkül, teljes körben egyértelműen a digitális ágazatba tartozó szolgáltatásként határozza meg.

3.2.2 A KÖZVETÍTŐ PLATFORMOK MINT VEGYES (KOMPOZIT) SZOLGÁLTATÁSOK AZ EUB ELŐTT

A digitális transzformáció megjelent az Elektronikus Kereskedelemről Szóló Irányelv bírósági gyakorlatában is: a 2010-es évek második felében az EUB a kialakulóban lévő internetes platformok megítélésének visszatérő problémájával szembesült. Az Elite Taxi és az Airbnb Ireland ügyekben a bíróságot arra kérték, hogy értelmezze az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokat nyújtó szolgáltató fogalmát az ún. vegyes vagy kompozit (tehát elektronikus úton és nem elektronikus úton megvalósuló szolgáltatási elemeket egyaránt tartalmazó), azaz a tulajdonképpeni közvetítő szolgáltatások esetén.

Az Elite Taxi ügyben felállított mérlegelési logika két fő csoportra osztotta az ilyen jellegű szolgáltatásokat. Az első esetkörbe tartoznak azok a vegyes szolgáltatások, amelyek esetében *a nem elektronikus úton nyújtott szolgáltatás gazdaságilag független, elválasztható* az elektronikus

úton nyújtott szolgáltatástól. Ennek nyilvánvaló alapesete, ha a közvetítő szolgáltató elősegíti a felhasználó és a független szolgáltató (vagy eladó) közötti kereskedelmi kapcsolatokat, mint például az árgép-jellegű platformok esetében az még ma is történik. Itt a közvetítő által létrehozott kínálat valódi hozzáadott értéket képvisel mind a felhasználó, mind az érintett szolgáltató (eladó) számára, ugyanakkor gazdaságilag független marad, mivel a szolgáltató (eladó) tevékenységét elkülönülten végzi. Ez arra a következtetésre ad alapot, hogy ilyen esetekben a közvetítő szolgáltatást információs társadalommal összefüggő szolgáltatásnak kell tekinteni.

A második esetkör, ahol az *offline szolgáltatások függetlensége, elválaszthatósága nem áll fenn*, sokkal bonyolultabb, és további két kategóriát ölel fel. Az első alkategóriába azok az esetek sorolhatók, amikor az elektronikus úton és a nem elektronikus úton nyújtott szolgáltatásokat *ugyanaz a szolgáltató* biztosítja. Erre az „elsőgenerációs” elektronikus kereskedelem a klasszikus példa, ahol az online értékesítés során az ügylet lényeges elemei (így különösen az ajánlattétel és annak a vevő általi elfogadása, a szerződés megkötése és a fizetés) elektronikus úton zajlottak le. Ez az eset szintén az információs társadalommal összefüggő szolgáltatás fogalmába tartozik.²⁹

A második alkategória azokra az esetekre vonatkozik, ahol az *elektronikus úton nyújtott szolgáltatás nyújtója döntő befolyást gyakorol* a másik szolgáltatás nyújtásának feltételeire, így a két szolgáltatás elválaszthatatlan egészet alkot, azaz valamiféle vertikálisan integrált működésről van szó.³⁰ Ebben a helyzetben első lépésben meg kell határozni a tranzakció lényeges elemét, vagyis azt az összetevőt, amely gazdasági szempontból nélkülözhetetlen, mivel a második lépésben akkor lehet a kompozit szolgáltatást információs társadalommal összefüggő szolgáltatásnak minősíteni, ha ez a lényeges elem elektronikus úton és eszközökkel valósul meg. Ez utóbbi érvrendszer alapján az Elite Taxi ügyben hozott ítéletében az EUB arra jutott, hogy az UberPop tevékenysége nem tekinthető információs társadalommal összefüggő szolgáltatás nyújtásának. A Szpunar főtanácsnok által előadott véleménnyel összhangban az EUB úgy ítélte meg, hogy az Uber döntő befolyással rendelkezett a járművezetők személyszállítási szolgáltatásainak feltételeire, az applikáció révén legalább a maximális viteldíjat meghatározta, ezáltal ráhatást gyakorolt a járművek minőségére, a járművezetők személyére és magatartására. Ebből az következett, hogy az Elektronikus Kereskedelemről Szóló Irányelv alkalmazásában az Uber által az UberPop kapcsán végzett tevékenységek köre nem korlátozódott a közvetítői szolgáltatások nyújtására, az Uber döntő befolyást gyakorolt a szállítási szolgáltatás nyújtásának feltételeire is, így a két szolgáltatás szerves egységet alkotott, azonban az a lényeges elem (személyszállítás) jellegére tekintettel nem minősült információs társadalommal összefüggő szolgáltatásnak (Szpunar, 2020).

Röviddel később, 2019-ben, az EUB azzal a feladattal szembesült, hogy az információs társadalommal összefüggő szolgáltató fogalmát az Airbnb által kínált szolgáltatásokkal kapcsolatban kellett értelmeznie. Itt is az volt a kiinduló kérdés, hogy a közvetítői szolgáltatás mennyiben képezi egy átfogó szolgáltatás szerves részét. Valójában az Airbnb Ireland ügy jóval összetettebb volt, mint az Elite Taxi ügy,³¹ azonban témánk szempontjából az a gondolatmenet releváns, amelynek nyomán az EUB arra a következtetésre jutott, hogy információs társadalommal összefüggő szolgáltatásnak kell minősíteni azt a közvetítői szolgáltatást, amelynek

²⁹ Az EUB a Ker-Optika ügyben hozott ítéletében (C-108/09 Ker-optika ügy, EU:C:2010:725) arra is rámutatott, hogy a megvásárolt áruk szállítása egyszerűen szerződéses kötelezettség teljesítése, így a szállításra vonatkozó feltételek főszabály szerint nem érintik a szállító és a vevő közötti ügylet jellegét.

³⁰ Elite Taxi ügy 21. pont.

³¹ Az ügy hátterét egy Franciaországban indított büntetőeljárás adja, melyet egy szakmai érdekvédelmi szervezet, az Association pour un hébergement et un tourisme professionnels polgári jogi igényt érvényesítése mellett indított tett az Airbnb Ireland-del szembe arra hivatkozással, hogy az illegális ingatlanközvetítői tevékenységet folytat az ún. Hogue-törvényben foglalt szakmai szabályok megsértésével.

az a célja, hogy egy elektronikus platformon keresztül díjazás ellenében összekapcsolja a potenciális bérlőket a rövid távú szálláshelyszolgáltatást kínáló hivatásos és magánszemély bérbeadókkal, és ezzel összefüggésben egyes kiegészítő szolgáltatásokat³² nyújt számukra. A közvetítői szolgáltatás elválaszthatósága vonatkozásában az EUB arra jutott, hogy (i) az Airbnb Ireland által nyújtott közvetítő szolgáltatás nem a szálláshely-szolgáltatások megvalósítására, hanem lényegében arra irányul, hogy a kiadó szálláshelyek megjelenítésének és az azok közötti keresésének eszköze legyen és így megkönnyítse a bérleti ügyletek létrejöttét,³³ (ii) e közvetítő szolgáltatás egyáltalán nem nélkülözhetetlen a szálláshely-szolgáltatások megvalósításához, mivel a bérbeadók és a bérlők számára számos más, esetenként régóta jól bejáratott csatorna áll nyitva.³⁴ Végül az EUB rámutatott, hogy az ügyben rendelkezésére bocsátott iratokban egyetlen bizonyíték sem utal arra, hogy az Airbnb Ireland határozná meg a platformját igénybe vevő bérbeadók által kért bérleti díjak összegét vagy azok felső határát. Összegezve, az EUB az Airbnb Ireland ügyben hozott ítéletben sem magának a közvetítői szolgáltatásnak, sem az Airbnb Ireland által kínált további kiegészítő szolgáltatásoknak a figyelembevételével sem találta azt megállapíthatónak, hogy a közvetítő szolgáltató döntő befolyást gyakorolna a szálláshely-szolgáltatások feltételeire, sem a kért bérleti díjak meghatározását, sem a bérbeadók vagy a platformján bérbé adott szállások megválasztását illetően, és az alapszolgáltatástól elkülönülő szolgáltatásként az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásnak minősült (Murati, 2022).

A korabeli terminológiával „kollaboratív gazdaságként” összefoglalóan jellemzett piaci jelenségek kérdéseivel foglalkozó ügyekben jól látszik az *útkeresés* a platformok közvetítő szerepének, az általuk betöltött koordinációs funkciónak a megítélése terén (Dumancic & Avlona, 2022). Ennek nyomán felmerült, hogy az Európai Bizottság kollaboratív gazdaságra vonatkozó menetrendje (Európai Bizottság, 2016a), illetve az egyes ügyekben tanúsított óvatos, esetről-esetre történő megközelítés elégtelen eszköz ahhoz, hogy egyértelmű és stabil jogi keretet biztosítson a platformok kezelésére. Ez is közrejátszott abban, hogy platformokra vonatkozó uniós szabályozás általános reformja beindult annak érdekében, hogy a szabályozási környezetet (és benne az Elektronikus Kereskedelemről Szóló Irányelvet) a digitális platformok logikájához és üzleti modelljeihez lehessen igazítani (Chapuis-Doppler & Delhomme, 2020; Filatova-Bilous, 2021; Menegus, 2019).

3.2.3 AZ INFORMÁCIÓS TÁRSADALOMMAL ÖSSZEFÜGGŐ SZOLGÁLTATÁSOK A P2B RENDELETBEN

Az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások tartalmi fejlődése és alkalmazási környezete kapcsán a következő jelentős lépés a P2B Rendelet. A P2B Rendeletre végső soron úgy tekinthetünk mint az európai platformszabályozás első lépésére, már csak azért is, mert itt született meg a platformjelenség koordinatív funkcióinak leírását célzó első jogi definíció. A P2B Rendelet (10)-(11) preambulumbekzdése alapján a szabályozás során a fogalomalkotás az online piacterek „környezetépítő” funkciójából indult ki. Ez alatt azt értette a jogalkotó, hogy az online üzleti környezet kialakítását célzó, különböző üzleti modelleket alkalmazó szolgáltatók számos

³² E kiegészítő szolgáltatások körébe tartoztak a bérbeadók számára az ajánlatuk tartalmát meghatározó sablon, felelősségbiztosítás, a szálláshelyek árának becslésére alkalmas eszköz, valamint az említett szolgáltatásokkal kapcsolatos fizetési szolgáltatások.

³³ Az Airbnb Ireland ügy 60. pontjában úgy fogalmaz az EUB, hogy „az ilyen eszközök a közvetítő platformok sajátosságát jelentő együttműködés jellemzőit hordozzák, amely együttműködés lehetővé teszi egyrészt a szállást keresők számára, hogy teljes körű tájékoztatás alapján válasszanak a bérbeadók által a platformon kínált szállásajánlatok közül, másrészt pedig a bérbeadók számára, hogy maradéktalan tájékoztatást kapjanak azon személyek megbízhatóságáról, akikkel adott esetben ügyleti kapcsolatba lépnek”.

³⁴ Airbnb Ireland ügy 55. pont.

és differenciált jellegű online kapcsolatot közvetítenek mind a P2B (azaz a platform és az e-kereskedők/más üzleti felhasználók közötti), mind pedig a B2C (azaz az e-kereskedők/más üzleti felhasználók és a fogyasztók közötti) viszonyokban. E funkció jogi lényegének leírására a P2B Rendelet 2. cikkének 3. pontja az *online közvetítő szolgáltató* fogalmát vezette be, mely kiterjed minden olyan piaci szereplőre, amely online közvetítő szolgáltatást nyújt vagy kínál üzleti felhasználók számára. A szolgáltatói kör értelmezéséhez tehát az *online közvetítő szolgáltatás* definíciójából kell kiindulni, és erre rápillantva már rögtön kiviláglik az európai platformszabályozási rendelkezések értelmezésének egyik nehézsége. E nehézség a szabályozás mozaikjellegeből adódik, amikor is a fogalmak értelmezéséhez több egymáshoz kapcsolódó szabályozási réteget és eltérő szabályozási környezetet kell forrásként együttesen figyelembe venni. A P2B Rendelet ugyanis a 7. ábra által bemutatottak szerint az online közvetítő szolgáltatások fogalmánál az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokhoz nyúl vissza, majd arra épít többlet-elemeket.

1. az **információs társadalommal összefüggő szolgáltatásnak** kell minősülnie, azaz olyan (általában ellenérték fejében nyújtott) szolgáltatásnak kell lennie, amely
 - távolról (azaz a felek egyidejű jelenléte nélkül),
 - elektronikus úton (azaz a szolgáltatás kezdőpontjától való elküldése és célállomásán való fogadása adatok feldolgozására – beleértve a digitális tömörítést is – és tárolására szolgáló elektronikus berendezés útján történik, valamint a szolgáltatás elküldése, továbbítása és vétele teljes egészében vezetéken, rádióon, optikai vagy egyéb elektromágneses eszköz útján történik),
 - a szolgáltatást igénybe vevő egyéni kérelmére valósul meg,
2. lehetővé kell tennie az üzleti felhasználók számára **árúk és/vagy szolgáltatások fogyasztóknak történő nyújtását** azzal a céllal, hogy előmozdítsa az üzleti felhasználók és a fogyasztók közötti közvetlen ügyletek kezdeményezését, tekintet nélkül arra, hogy az ügyletekre végül hol kerül sor; és
3. **üzleti felhasználók részére kell nyújtani** (az online közvetítő szolgáltató és olyan üzleti felhasználók között létrejött szerződéses jogviszony alapján, akik/amelyek a fogyasztók részére árukat és szolgáltatásokat kínálnak)

7. ábra

*Az online közvetítő szolgáltatás fogalmi elemei
a P2B Rendelet 2. cikkének 2. bekezdésében felállított követelmények alapján*
Forrás: saját szerkesztés

A P2B Rendelet (10) preambulumbekzdése szerint azért az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások képeznek kiindulási alapot, mivel ezeknek jellemzően az üzleti felhasználók és a fogyasztók közötti közvetlen ügyletek kezdeményezésének előmozdítása a célja. A P2B Rendelet ezt az előmozdítási célt viszi tovább, és ebből az is következik, hogy nem releváns, hogy az ügyletek megkötésére végül milyen módon (értve ezalatt, hogy online – azaz az érintett online közvetítő szolgáltató vagy az üzleti felhasználó által üzemeltetett „online portálon” – vagy offline) kerül sor, vagy akár nem is kerül rá sor egyáltalán. Az online közvetítő szolgáltatásnak tehát nem fogalmi feltétele az üzleti felhasználók és a fogyasztók közötti szerződéses viszony megléte. Az ügyletek kezdeményezésének tényleges megkönnyítése azonban előfeltétel, mivel egy mellékes, marginális jellegű szolgáltatás nyújtása még nem tekinthető úgy, hogy ettől önmagában az ügyleteknek az online közvetítő szolgáltatások keretében történő megkönnyítése lenne valamely weboldal vagy szolgáltatás célja.

A platformok globális működésére figyelemmel a P2B Rendelet a személyi hatálya alá tartozó szolgáltatókra – két együttes feltétel teljesülése esetén³⁵ – arra tekintet nélkül alkalmazandó, hogy e szolgáltatók valamely tagállamban vagy az Európai Unió területén kívül letelepedettek-e. A P2B Rendeletben nem érvényesül a későbbi platformszabályozási eszközökben, azaz a DMA-ben és a DSA-ben látható „kijelölési logika”, *mérettől függetlenül* minden közvetítő szolgáltatóra kiterjed a hatálya.

3.2.4 DIGITÁLIS ÁGAZAT – DIGITÁLIS PIACOK

A DMA címében azt ígéri, hogy a digitális piacok vonatkozásában fogalmaz meg rendszerszintű új gazdasági szabályokat. A piaci szereplők számára a DMA értelmezését jelentősen megnehezíti, hogy ehhez képest a DMA nem tartalmazza a digitális piacok fogalmának közvetlen meghatározását. Közelebbről megnézve pedig, ahogy azt az előbbieken láthattuk, az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások definíciójára épít, amely gyakorlatilag 1998 óta változatlan megszövegezéssel van jelen az uniós jogi fogalomtárban. A fogalom technológiai elemét azonban nyilván nem hagyta érintetlenül, hogy az elmúlt negyed évszázad alatt a digitális transzformáció hatására robbanásszerű változások mentek végbe a gazdaságban. Az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások fontos jellemzője és ugyanakkor jelentős értelmezési problémák forrása ezért a fogalom technológiai meghatározottsága, hiszen ezen szolgáltatások fogalmi eleme, hogy *elektronikus úton* valósulnak meg. A DMA a digitális ágazat hatókörének kijelölésekor kitágítja az értelmezési tartományt az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások révén vagy azokon keresztül nyújtott termékek és szolgáltatások körével.

A DMA fogalomrendszerében tehát az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, valamint – az Elite Taxi és az Airbnb Ireland ügyek tanulságait is levonva – kiterjesztő jelleggel, az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokra épülő termékek és szolgáltatások alkotják a digitális ágazatot. A digitális ágazat valójában egy olyan *mozgó értelmezési tartomány*, azaz egy olyan nagyon tágan értelmezendő és folyamatos fejlődésben és változásban lévő magatartáshalmaz, amelyen a DMA általános szabályozási céljai értelmezendők és amely a 6.2. pontban tárgyalt felülvizsgálati hurok, valamint a DMA-nak a 4.5.1 pontban érintett új fúziós szabályai számára tág mozgásteret biztosít.

A DMA megalkotásának általános célja a digitális egységes piac számára olyan harmonizált szabályok megalkotása, amelyek valamennyi uniós vállalkozás számára *biztosítják a digitális ágazat érintett piacainak – azaz a digitális piacoknak – a megtámadhatóságát*³⁶ és tisztességes

³⁵ Az együttes feltételek szerint (i) az üzleti felhasználóknak, illetve a kereskedelmiweboldal-használóknak az EU-ban letelepedettnek kell lenniük, (ii) az üzleti felhasználóknak vagy kereskedelmiweboldal-használóknak az érintett szolgáltatásokon keresztül legalább az ügylet egy része tekintetében az EU területén tartózkodó fogyasztóknak kell kínálniuk az áruikat vagy szolgáltatásaikat. Ez utóbbi feltétel fennállásához annak vizsgálata szükséges, hogy az üzleti felhasználók vagy a kereskedelmiweboldal-használók tevékenysége nyilvánvalóan egy vagy több tagállam területén tartózkodó fogyasztók felé irányul-e. (Ebben a kontextusban a P2B Rendelet 2 cikkének 7. pontja szerint *kereskedelmiweboldal-használónak* minősül bármely természetes vagy jogi személy, aki vagy amely valamely online felületet, azaz bármilyen szoftvert, többek között weboldalt vagy annak egy részét, illetve alkalmazásokat, többek között mobilalkalmazásokat használ annak érdekében, hogy árut vagy szolgáltatást kínáljon fogyasztók részére üzleti, ipari, kézműipari vagy szakmai tevékenységéhez kapcsolódó célokból.)

³⁶ A DMA (7)-(8) preambulumbekkezdései rögzítik a célmeghatározást. A DMA céljának megfogalmazása kapcsán utalni kívánunk a szabályozási helykeresés terminológiai problémáira. A DMA címe és szövege magyarul a versengő kifejezést használja, ugyanakkor az angol nyelvű változat a *contestable*, a német nyelvű változat a *bestreitbar* jelzőt alkalmazza, amelynek a magyar antitröszt terminológiában a megtámadható jelző feleltethető meg. Vélhetően fordítási problémáról van szó, mivel a DMA tervezetének magyar nyelvű változata (Európai Bizottság, 2020d) szintén a megtámadhatóság kifejezést használta, és a DMA idegennyelvű változataiban semmi nem utal arra, hogy itt olyan terminológiai elkülönülésről lenne szó, amely az antitrösztözés képest új jelentéstartományt rendelne a fogalomhoz.

működését. Ez azonban azt is maga után vonja, hogy ugyan a digitális ágazat fogalma lefedi a szabályozandó életviszonyok egy rendkívül széles körét, de az ide sorolható piaci magatartások és üzleti modellek sokfélesége egyből parttalanná is teszi a szabályozás ágazati alapú megközelítését. Ezzel tehát elméleti szinten megválaszoltuk azt a kérdést, hogy mit érthetünk digitális piacok alatt: a digitális ágazat érintett piacait, ugyanakkor azt is be kell látnunk, hogy ez a gyakorlatban, a jogalkalmazás számára aligha jól használható fogalom. Egy „hagyományos” háromlépcsős versenypolitikai beavatkozás egyrészt az érintett piac meghatározásából, másrészt az érintett piacon jelenlévő vállalkozások piaci erejének felméréséből, harmadrészt pedig szükség esetén a megfelelő korrekciós intézkedések kidolgozásából épül fel (Cabral és mtsai., 2021). A DMA ehhez képest az abszolút küszöbértékek kiinduló lépésként történő alkalmazásával és kvázi automatikus kötelezettségek előírásával egy olyan leegyszerűsített rendszer gerincét alakítja ki, melyben a kvalitatív és kvantitatív kijelölési feltételek rendszerével kikerüli a piacmeghatározást, és kiküszöböli az abból adódó nehézségeket. Ennek érdekében a DMA 1. cikkének (1) bekezdésében a szabályozás tárgyát *leszűkíti a digitális ágazat azon piacaira, amelyekben kapuőrök vannak jelen.* A DMA konkrét személyi hatálya és a benne foglalt kötelezettségek ennél fogva nem terjednek ki a digitális ágazatba tartozó valamennyi piaci szereplőre és magatartásra, csak az Európai Bizottság által kijelölt kapuőrökre és az azok által végzett alapvető platformszolgáltatásokra.

3.3. PIACSZABÁLYOZÁS HELYETT KAPUŐR-SZABÁLYOZÁS

3.3.1 A DMA SZABÁLYOZÁSI LOGIKÁJA ÉS FOGALOMKÉSZLETE

A DMA-ban foglalt magatartási kötelezettségek tehát nem a digitális ágazat egészére, hanem annak csak egy speciális részhalmazára, a kapuőrnek minősített alapvető platformszolgáltatásokat nyújtó vállalkozások jelenlétével jellemezhető piacokra vonatkoznak.

A DMA (13) preambulumbekkezdése úgy összegzi ezt az *aszimmetrikus megközelítést*, hogy a digitális ágazatban a piac korlátozott mértékű megtámadhatósága és a tisztességtelen gyakorlatok sokkal gyakoribbak és hangsúlyosabbak egyes digitális szolgáltatások, az alapvető platformszolgáltatások esetében, mint másoknál. Ezeket sok esetben csak egyetlen vagy nagyon korlátozott számú globális piaci szereplő nyújtja, amelyek megkerülhetetlen kapuőrként jelennek meg az üzleti felhasználók és a végfelhasználók számára, ami különösképpen lehetővé teszi számukra, hogy egyoldalúan és felhasználók számára hátrányosan határozzák meg a kereskedelmi feltételeket.

A preambulomot tovább elemezve – annak (16) pontjából – az is kiolvasható, hogy egyfajta „gyorsreagálású” jogalkotói szándék mentén a DMA kizárólag azokra a digitális szolgáltatásokra összpontosul, amelyeket az üzleti felhasználók és a végfelhasználók a legszélesebb körben használnak, és ahol a versenyjogi és a kapuőrök tisztességtelen gyakorlataival összefüggő aggályok a belső piac szempontjából legnyilvánvalóbbak és legsürgetőbbek. A DMA megalkotásának folyamata abból indult ki, hogy a digitális piacokon különösen (és esetenként akár halmozottan) érvényesülnek egyes – a versenyfeltételek szempontjából jelentős – sajátosságok. 2020 nyarán, a DMA előkészítése során a szabályozási kezdeményezéshez kapcsolódóan közrebocsátott konzultációs kérdőív számos piaci sajátosságot, piaci scenáriót vetett fel átgondolásra

a klasszikus antitröszt szabályok alkalmazása számára kihívást jelentő strukturális verseny-problémák körében:³⁷

- a piaci koncentráció jelentős szintje, amikor csak egy vagy néhány globális piaci szereplő van jelen;
- egyik piacon piaci erővel rendelkező, de nem szükségképpen erőfölényben lévő vállalkozás kiterjeszti a piaci erejét a kapcsolódó piacokra;
- a vertikális integráció magas foka, amikor ugyanaz a vállalat, az ellátási lánc upstream és downstream szintjén is működik;
- többoldalú piacok (*multi-sided markets*);
- a vertikálisan integrált működésre visszavezethető kettős szerep (*dual role*) scenáriók, amikor a platform tulajdonosa versenyez a platformot használó üzleti felhasználókkal;
- magas indulási (vállalkozás indításhoz kapcsolódó egyszeri) költségek;
- magas rögzített (az előállított vagy értékesített áru/szolgáltatás mennyiségének növekedésétől független) működési költségek;
- szabályozási akadályok, azaz olyan adminisztratív előírások, melyek a piacra lépést vagy a további terjeszkedést megnehezítik vagy rendkívül költségessé teszik;
- a piacra lépést akadályozó szabadalmak, szerzői jogi jogosultságok;
- információs aszimmetria a vevői oldalon, amikor a gazdasági ügyletben vevői oldalon jelen lévő fogyasztók vagy vállalkozások lényegesen kevesebb ismerettel rendelkeznek, mint az eladói oldal, ezért önállóan nem tudnak tájékozott döntéseket hozni;
- a szolgáltatóváltás magas pénzbeli, időbeli költségei, illetve egyéb kellemtlenségei, melyeket a vevői oldalon jelenlévő fogyasztóknak kell viselniük, ha egyik áruról vagy szolgáltatásról egy másikra váltanak;
- az ügyfelek jellemzően egyetlen platformot használnak, így nem tudnak könnyedén átváltani egy másik platformra (*single-homing*, a *multi-homing* hiánya);
- a fogyasztók többnyire egyetlen szolgáltatót vesznek igénybe, és így a piac dinamikáját a kapuőr önállóan tudja meghatározni (*gatekeeper* helyzetek);
- a versenyhez szükséges valamely lényeges inputhoz, eszközhöz (így például adatbázisokhoz, kulcsszoftverekhez) való hozzáférés hiánya, jelentős nehézségei;
- szélsőséges méretgazdaságosság, amikor egy áru vagy szolgáltatás ráfordítási költségei a termelési volumen növekedésével csökkennek;
- szélsőséges választékgazdaságosság, amikor egy adott termék előállítása vagy szolgáltatás nyújtása következtében egy másik kapcsolódó termék vagy szolgáltatás alacsonyabb ráfordítási költséggel állítható elő vagy nyújtható;
- erős közvetlen hálózati hatások, melyek esetén a szolgáltatás értéke a szolgáltatást igénybe vevő többi személy számától függően növekszik (*direct network effects*);
- erős közvetett hálózati hatások / kereszthatások, melyek jellemzően olyan platformok esetében fordulnak elő, amelyek legalább két felhasználói csoportot kötnek össze, és az egyik csoport felhasználója számára a másik csoport felhasználóinak számától függően növekszik az áru vagy szolgáltatás értéke (*indirect network effects*);
- kibillenő piacok, ahol az ügyfelek száma a piaci működés kulcseleme, mivel az ügyfélszám kritikus küszöbértékének elérését követően aránytalanul előnyös helyzetbe kerül a további ügyfelek megszerzését illetően (*tipping markets*);

³⁷ Kérdőív az új versenyjogi eszközről szóló nyilvános konzultációhoz, 6. pont. (Letöltés dátuma: 2020. augusztus 11., forrás: https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12417-Digital-Services-Act-deepening-the-Internal-Market-and-clarifying-responsibilities-for-digital-services/public-consultation_hu.)

- ingyenesnek árazott piacok, ahol a vállalatok termékeket, szolgáltatásokat (tartalmakat, szoftvereket, keresőfunkciókat, stb.) kínálnak a fogyasztóknak ingyenesen, és a bevételt más módon, jellemzően reklámok útján érik el úgy, hogy a fogyasztók végső soron a figyelmükkel, idejükkel, személyes adataikkal fizetnek (*zero-pricing markets*);
- adatfüggőség, amikor a vállalati működés alapját nagy adatkészletek adják;
- árképzési algoritmusok használata, azaz olyan automatizált eszközök bevezetése, amelyek lehetővé teszik az áraknak és egyéb feltételeknek a versenyző ajánlatokhoz történő folyamatos hozzáigazítását.

Ezek az elemek visszaköszönek az alapvető platformszolgáltatások meghatározásának logikájában, majd a kötelezettségeknél is megjelennek az orvoslandó problémák körében. A DMA javaslatához kapcsolódó hatástanulmány 1.5.4. pontja a szabályozási igényt a gazdasági egyenlőtlenségekkel, a kapuőrök által folytatott tisztességtelen üzleti gyakorlatokkal és azok negatív következményeivel (így például a "platformpiacok" beszűkült megtámadhatóságával) indokolja, és ennek okai között megjelöli (i) az erősen koncentrált többoldalú platformszolgáltatásokat, amelyek révén egy vagy nagyon kevés számú digitális platform jelentős önállósággal határozhatja meg akár globális szinten is a kereskedelmi feltételeket; (ii) a kapufunkció kialakulását, amelynek révén a platformok szűk keresztmetszetet alakítanak ki az e-kereskedők (és más üzleti felhasználók) és vevőik közötti interakciók számára; továbbá (iii) a platformoktól függő helyzetben lévő e-kereskedők (és más üzleti felhasználók), valamint a fogyasztók hátrányára a kapuőrök által gyakran megvalósított visszaélésszerű magatartásokat, amelyek a kapuőrök helyzetéből adódó piaci erőn alapulnak.

A kapuőrök magatartásából eredő szabályozási igények kezelése érdekében a DMA indulásánál három szakpolitikai alternatíva merült fel: (i) a kapuőrök és az önvégrehajtó jellegű (*self-executing*) kötelezettségek előre meghatározott jegyzéke; (ii) a kapuőri minősítés és a kötelezettségek frissítésének részben rugalmas keretrendszere, ez utóbbiba beleértve az egyes kötelezettségek végrehajtására irányuló szabályozási párbeszédet; (iii) a teljesen rugalmas alternatíva, amely kizárólag minőségi küszöbértékeken alapul (Európai Bizottság, 2020b). Végül a (ii) pontban említett „félrugalmas” alternatívára esett a választás, amelynek rendszere az alábbi szabályozási elemekből épül fel:

- az alapvető platformszolgáltatások tételes és zárt felsorolása;
- az alapvető platformszolgáltatást nyújtó vállalkozások kapuőrré minősítésére vonatkozó mennyiségi és minőségi kritériumok kombinációja;
- a közvetlenül alkalmazandó kötelezettségek, amelyek köre egyrészt a (DMA 5. és 7. cikkében foglalt) automatikusan alkalmazandó „önvégrehajtó” rendelkezésekből, másrészt a (DMA 6. cikkében foglalt) szabályozási párbeszédre alapuló kötelezettségekből áll;
- a visszacsatolási hurok (*feedback loop*), amely lehetőséget ad az Európai Bizottság számára, hogy piaci vizsgálat(ka)t követően frissítse és naprakészen tartsa a kapuőrökre vonatkozó kötelezettségeket.

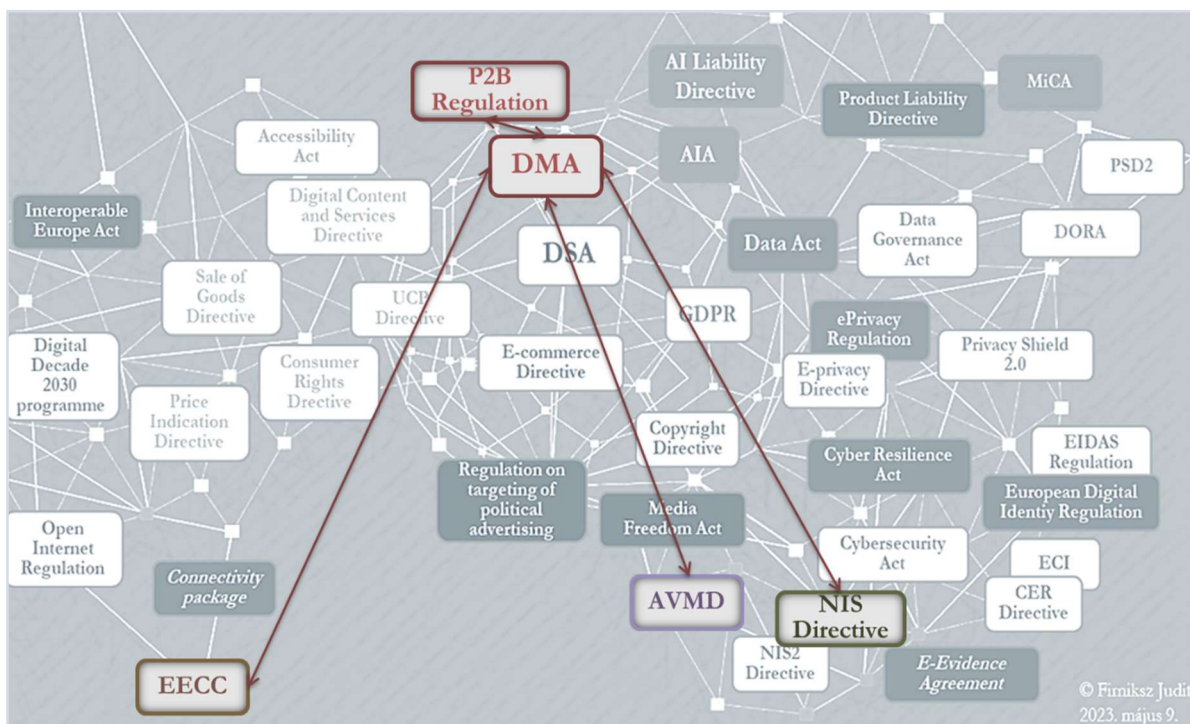
3.3.2 RELEVÁNS SZOLGÁLTATÁSOK TÉTELES JEGYZÉKE

Az alapvető platformszolgáltatások tételes és zárt felsorolását bemutató 2. táblázat alapján látható, hogy a DMA az alapvető platformszolgáltatások kétszintű meghatározása révén eleve igyekszik megragadni a többoldalú piacok jelenségét: a táblázat első oszlopában szereplő, a platformok jellegét meghatározó „elsődleges” szolgáltatási körre ráépül a szolgáltatók által nyújtott hirdetési szolgáltatások köre.

ALAPVETŐ PLATFORMSZOLGÁLTATÁSOK OLDALA		HIRDETÉSI OLDAL
<p>ONLINE KÖZVETÍTŐ SZOLGÁLTATÁS</p> <p><i>olyan szolgáltatás, amely megfelel valamennyi alábbi feltételnek:</i></p> <p><i>a) az ITSZ irányelv 1. cikké (1) bekezdésének b) pontja értelmében az információs társadalom szolgáltatásának minőségül;</i></p> <p><i>b) lehetővé teszi az üzleti felhasználók számára áruk és szolgáltatások fogyasztóknak való kínálását azzal a céllal, hogy előmozdítsa az üzleti felhasználók és a fogyasztók közötti közvetlen ügyletek kezdeményezését, tekintet nélkül arra, hogy az ügyletekre végül hol kerül sor;</i></p> <p><i>c) üzleti felhasználók részére nyújtják az említett szolgáltatások nyújtója és olyan üzleti felhasználók között létrejött szerződéses jogviszony alapján, akik a fogyasztók részére árukat és szolgáltatásokat kínálnak;</i></p> <p><i>A DMA 2. cikkének 5. pontja</i> <i>⇒ A P2B-rendelet 2. cikkének 2. pontja</i></p>		
<p>ONLINE KERESŐPROGRAM</p> <p><i>olyan digitális szolgáltatás, amelynek segítségével a felhasználók kéréseket vihetnek be azzal a céllal, hogy elvileg az összes weboldalon vagy egy adott nyelvhez tartozó összes weboldalon kulcsszó, hangalapú kérés, kifejezés vagy egyéb formában megadott lekérdezés alapján bármilyen témában kereséseket végezzenek, és amely bármilyen formátumban olyan eredményeket ad meg, amelyekben megtalálhatók a keresett tartalommal kapcsolatos információk</i></p> <p><i>A DMA 2. cikkének 6. pontja</i> <i>⇒ A P2B-rendelet 2. cikkének 5. pontja</i></p>		+
<p>ONLINE KÖZÖSSÉGI HÁLÓZATI SZOLGÁLTATÁS</p> <p><i>olyan platform, amely lehetővé teszi a végfelhasználók számára, hogy több eszközön keresztül kapcsolódjanak, tartalmakat osszanak meg és fedezzenek fel, valamint kommunikáljanak egymással, különösen csevegések, bejegyzések, videók és ajánlások révén</i></p> <p><i>A DMA 2. cikkének 7. pontja</i></p>		minden olyan
<p>VIDEOMEGOSZTÓPLATFORM-SZOLGÁLTATÁS</p> <p><i>„az Európai Unió működéséről szóló szerződés 56. és 57. cikkében meghatározott olyan szolgáltatás, amelynek, vagy amely egy elválasztható részének vagy egy alapvető funkciójának elsődleges célja, hogy tájékoztatás, szórakoztatás vagy oktatás céljából a 2002/21/EK irányelv 2. cikkének a) pontja értelmében vett elektronikus hírközlő hálózatokon keresztül olyan műsorszámokat, felhasználó által létrehozott videókat, vagy mindkettőt juttasson el a közönséghez, amelyekért a videómegosztó platform szolgáltatója nem tartozik szerkesztői felelősséggel, és amelyeket a videómegosztó platform szolgáltatója rendszerez például automatikus eszközökkel vagy algoritmusokkal, különösen megjelenítés, címkézés és sorba rendezés révén”</i></p> <p><i>A DMA 2. cikkének 8. pontja</i> <i>⇒ Az AVMD 1. cikkének 1. aa) pontja</i></p>		ONLINE HIRDETÉSI SZOLGÁLTATÁS, BELEÉRTVE
<p>SZÁMFÜGGETLEN SZEMÉLYKÖZI HÍRKÖZLÉSI SZOLGÁLTATÁS</p> <p><i>olyan személyközi kommunikációs szolgáltatás, amely nem nyilvánosan kiosztott számozási erőforrások révén, nevezetesen nem nemzeti, illetve nemzetközi számozási tervben szereplő hívószám vagy hívószámok segítségével biztosít kapcsolódást, és amely nem tesz lehetővé kommunikációt nemzeti, illetve nemzetközi számozási tervben szereplő hívószámmal vagy hívószámokkal;</i></p> <p><i>A DMA 2. cikkének 9. pontja</i> <i>⇒ az Európai Elektronikus Hírközlési Kódex 2. cikkének 7. pontja</i></p>		➤ A HIRDETÉSI HÁLÓZATOKAT, ➤ HIRDETÉSI PIACTEREKET ÉS ➤ BÁRMELY EGYÉB HIRDETÉSI
<p>OPERÁCIÓS RENDSZER</p> <p><i>olyan rendszerszoftver, amely a hardver vagy szoftver alapfunkcióit ellenőrzi, és lehetővé teszi a szoftveralkalmazások számára, hogy fussanak rajta</i></p> <p><i>A DMA 2. cikkének 10. pontja</i></p>		KÖZVETÍTŐ SZOLGÁLTATÁST, amelyet olyan szolgáltató nyújt, amely
<p>WEBBÖNGÉSZŐ</p> <p><i>olyan szoftveralkalmazás, amely lehetővé teszi a végfelhasználók számára, hogy hozzáférjenek a hálózatokhoz, például az internethez kapcsolódó szervereken tárolt webes tartalmakhoz és interakciót folytassanak azokkal, ideértve az önálló webböngészőket, valamint a szoftverekbe beépített vagy beágyazott, illetve ehhez hasonló webböngészőket is</i></p> <p><i>A DMA 2. cikkének 11. pontja</i></p>		az első oszlopban felsorolt alapvető
<p>VIRTUÁLIS ASSZISZTENS</p> <p><i>olyan szoftver, amely képes hangalapú, képi vagy írott, gesztusokon vagy mozdulatokon alapuló utasításokat, feladatokat vagy kérdéseket feldolgozni, és amely ezen utasítások, feladatok vagy kérdések alapján hozzáférést biztosít más szolgáltatásokhoz, illetve összekapcsolt fizikai eszközöket vezérel</i></p> <p><i>A DMA 2. cikkének 12. pontja</i></p>		platformszolgáltatások bármelyikét
<p>FELHŐSZOLGÁLTATÁS</p> <p><i>olyan digitális szolgáltatás, amely megosztható számítástechnikai erőforrások méretezhető és rugalmas pooljához enged hozzáférést.</i></p> <p><i>A DMA 2. cikkének 13. pontja</i> <i>⇒ ANIS Irányelv 4. cikkének 19. pontja</i></p>		szintén nyújtó vállalkozáshoz tartozik

2. táblázat - Az alapvető platformszolgáltatások fogalomrendszere - Forrás: saját szerkesztés

Nyilván a jogalkotó a kazuisztikus, minden releváns esetet szabályozni kívánó megközelítésből szükségképpen keletkező kockázatokat is vállalta, hiszen a gyors technológiai fejlődés és a konvergencia miatt az alapvető platformszolgáltatások tételes felsorolása ki van téve a gyors elavulás veszélyének és kérdés, hogy a beillesztett visszacsatolási hurok tudja-e kezelni az elavulás ütemét. Míg zajlott a jogalkotási folyamat, új szereplők léptek a piacra, így a Tik-Tok például azt a kérdést veti fel, hogy az általa nyújtott szolgáltatás a DMA tételes besorolása szerint videomegosztóplatform-szolgáltatásnak vagy közösségi hálózati szolgáltatásnak minősül-e, vagy a konvergenciafolyamat eredményeként egy új szolgáltatástípus alakult ki.



8. ábra

A DMA által az alapvető platformszolgáltatások közé sorolt fogalmak szabályozási kontextusa

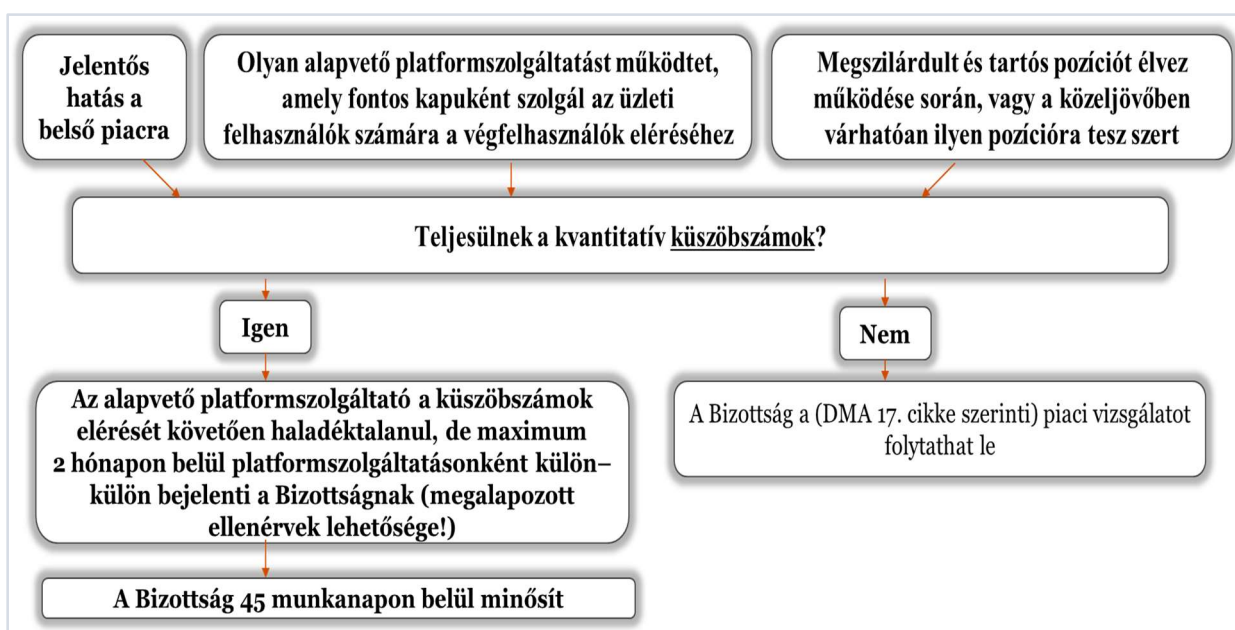
Forrás: saját szerkesztés

A 2. táblázat és a 8. ábra együttesen igyekeznek érzékeltetni a DMA fogalomrendszerének mozaikjellegéből adódóan az alapvető platformszolgáltatások terén is megjelenő komplexitást, amely – ahogyan arra már a P2B Rendelet kapcsán a 3.2.3. pontban is utaltunk – a digitális szabályozási instrumentumok többségét általában is jellemzi. A korábbiakban beláttuk, hogyan építi rá a DMA a digitális ágazat fogalmát az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások fogalmára, annak kiterjesztésével. A táblázatban dőlt betűs szedés jelzi azon alapvető platformszolgáltatásokat, melyeknél fogalmi szinten külső kapcsolódó szabályozási elemeket kell együttesen figyelembe venni, a 8. ábra pedig a 2.3.1. pontban bemutatott digitális szabályozási térképen helyezi el a külső forrásokat.

A digitális compliance terén a technológiai meghatározottság, valamint a piaci struktúra (így például a többoldalú piaci működés) sajátosságaira vonatkozó közgazdasági háttér ismerete mellett a releváns elvárást kifejező norma jogi szabályozási kontextusba való beágyazottságának együttes figyelembevétele szükséges a vállalati eligazodás számára.

3.3.3 KAPUŐRÖK ÉS KÖTELEZETTSÉGEK

Az alapvető platformszolgáltatást nyújtó vállalkozásoknak valamely szolgáltatás vonatkozásában kapuórré minősítésére vonatkozó minőségi feltételek (9. ábra) és az ezekhez kapcsolódó küszöbszámokban kifejeződő mennyiségi kritériumok (10. ábra) első mérlegelését az Európai Bizottság az értekezés lezárásának időszakában végzi, a kijelölésről szóló első határozatok kibocsátása 2023 augusztusára, illetve szeptemberére várható (lásd az 1. ábra által felvázolt jogalkotási és jogalkalmazási mérföldkövek között). A DMA 3. cikkének (10) bekezdése valamely platformszolgáltatásnak a kijelölő határozatba történő felvételétől számolva hat hónapot ad arra a kapuőrnek, hogy teljesítse a közvetlenül alkalmazandó kötelezettségeket.

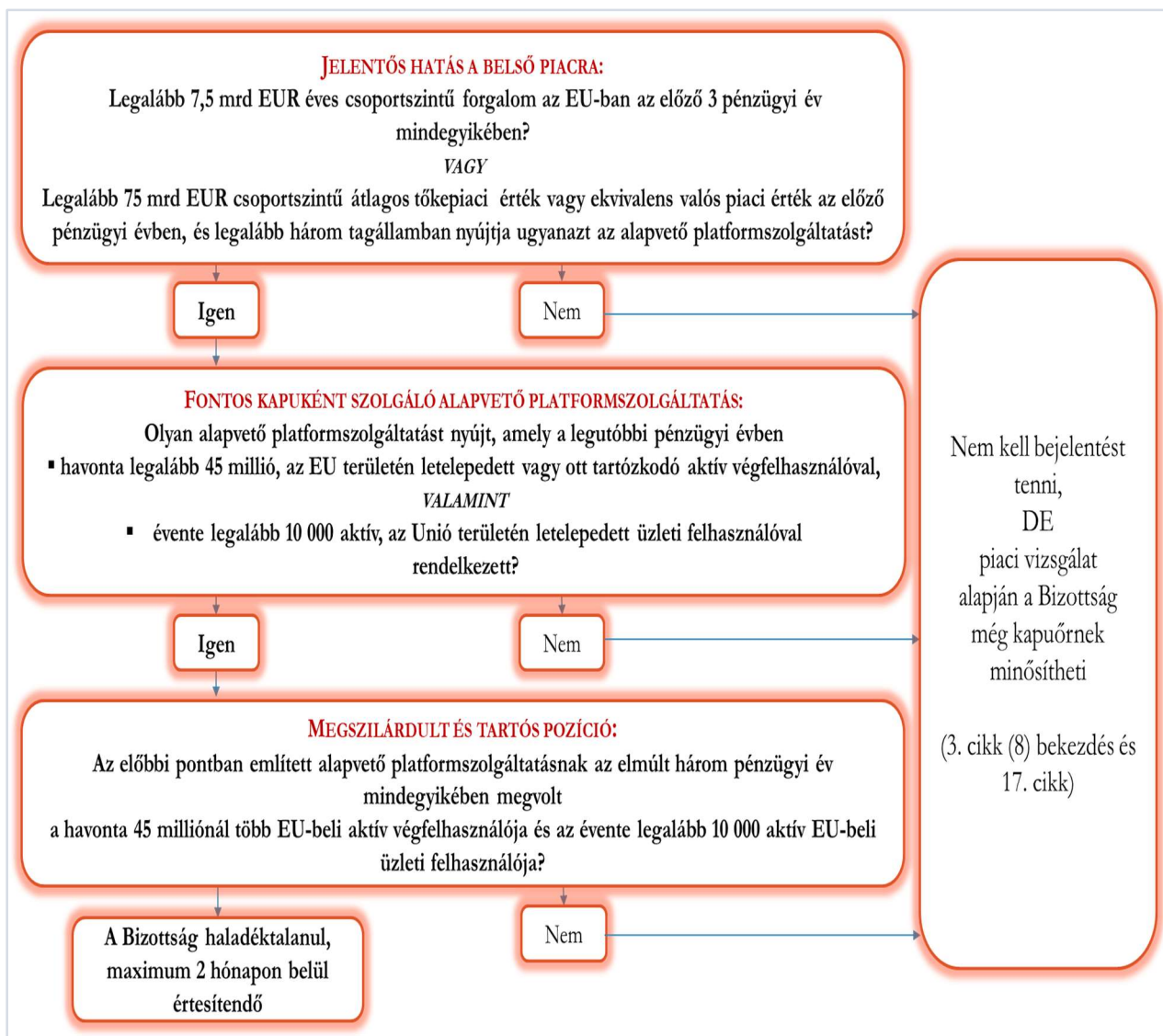


9. ábra
A DMA kijelölési logikája – kvalitatív szempontok
Forrás: Firniksz (2022) nyomán

A DMA-ra vonatkozó javaslatához fűzött indokolás 3. pontjának „Hatásvizsgálat” alpontja alapján a kötelezettségek terén a kiválasztott „félrugalmas” szabályozási alternatívától azt várja az uniós jogalkotó, hogy ezzel lehet a leghatékonyabban elérni a szabályozási célt, mivel az elképzelések szerint így az összes beazonosított problematikus gyakorlat esetében felügyeleti jellegű intézkedésekkel időben be lehet beavatkozni, de ezzel párhuzamosan szabályozási párbeszédre is módot ad, hogy a minősített kapuőr saját kezdeményezéséből származó intézkedéseket hajthasson végre (Európai Bizottság, 2020d).

Az uniós jogalkotó, mint láthattuk, úgy döntött, hogy a DMA-t széles körű normák helyett tételes szabályokra alapozza a végrehajtás megkönnyítése és a jogbiztonság növelése érdekében. Mindazonáltal a digitális compliance szempontjából az értelmezésben jelentkező egyik legjelentősebb koherenciaprobléma abból a – de Streele (2022) által elméleti irányból szintén beazonosított – helyzetből adódik, hogy a DMA nem csak az alapvető platformszolgáltatások vonatkozásában *nem ad egy átfogó értelmezési keretet*, ugyanez a probléma fennáll a kapuőrökre vonatkozó összesen huszonnégy kötelezettség és tilalom vonatkozásában is. Ennek az értelmezési keretnek a hiányában nehéz az alapvető platformmagatartásokat és a magatartási elvárásokat (i) logikailag összekötni egymással, illetve (ii) teleológiai értelmezés során levezetni a DMA cél-

jából. Ezen a téren a DMA idevonatkozó (13) és (14) preambulumbekzdései sem nyújtanak érdemi segítséget.



10. ábra

A DMA kijelölési logikája – kvantitatív küszöbszámok

Forrás: Firmiksz (2022) nyomán

Az előzetes hatástanulmány összegzése alapján az értekezés ezért végső soron abból indul ki, hogy a DMA-ben megnyilvánuló szabályozással szemben az a jogalkotói elvárás, hogy növelje az alapvető platformszolgáltatások, valamint a tágabb értelemben vett digitális ágazat megtámadhatóságát, és segítse a vállalkozásokat leküzdeni a „piaci hiányosságokból” (értve ezalatt a strukturális jellegű problémákat) vagy a kapuőrök tisztességtelen üzleti gyakorlataiból fakadó akadályokat, továbbá segítse elő az alternatív platformok megjelenését, és ezáltal a jó minőségű és ugyanakkor megfizethető innovatív termékeket és szolgáltatásokat. A kapuőrök megregulálására tulajdonképpen azzal a várakozással tekint az EU, hogy ezáltal a digitális ágazatban az összes szereplőre tisztességesebb és méltányosabb feltételek jönnek létre, és ezáltal az európai vállalkozások jobban ki tudják aknázni a platformgazdaságban rejlő növekedési potenciált (Európai Bizottság, 2020b).

A PIACI ERŐ VERSENYELLENES KIVETÍTÉSE	AZ ÜZLETI PARTNEREK ÉS A FELHASZNÁLÓK VÁLTÁSÁNAK ÉS TÖBB PLATFORM PÁRHUZAMOS HASZNÁLATÁNAK (MULTIHOMING) ELŐSEGÍTÉSE	A PLATFORMOKHOZ ÉS ADATOKHOZ TÖRTÉNŐ HOZZÁFÉRÉS BIZTOSÍTÁSA	A TRANSPARENCIA NÖVELÉSE AZ ÁTLÁTHATATLAN ÉS KONCENTRÁLT ONLINE HIRDETÉSI ÉRTÉKLÁNCBAN
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>A személyes adatok összekapcsolásának tilalma [DMA 5(2)]</i> ▪ <i>Az alapvető platformszolgáltatásoknak a saját azonosítási szolgáltatáshoz, webböngésző szolgáltatáshoz, fizetési szolgáltatáshoz történő kapcsolására vonatkozó tilalom [DMA 5(7)]</i> ▪ <i>Az alapvető platformszolgáltatásoknak más saját platformszolgáltatáshoz történő kapcsolására vonatkozó tilalom [DMA 5(8)]</i> ▪ <i>A vertikálisan integrált kapuőrre vonatkozó tilalom a versenytárs üzleti felhasználók adatainak (kettős szerepben történő) felhasználására nézve [DMA 6(2)]</i> ▪ <i>A self-preferencing és diszkrimináció tilalma a relatív prominenciát biztosító eszközök használata terén [DMA 6(5)]</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>MFN/paritások klauzúla tilalma [DMA 5(3)]</i> ▪ <i>Az üzleti felhasználóknak a platformon szerzett felhasználókkal történő szabad kapcsolatépítésben történő akadályozására (anti-steering) vonatkozó tilalom [DMA 5(4)]</i> ▪ <i>A közvetítő kihagyásának megakadályozására (anti-disintermediation) vonatkozó tilalom [DMA 5(5)]</i> ▪ <i>Hatósághoz fordulás akadályozásának tilalma [DMA 5(6)]</i> ▪ <i>A kapuőr operációs rendszerén telepített szoftveralkalmazás eltávolítására és a végfelhasználókat a kapuőr által kínált termékekhez vagy szolgáltatásokhoz irányító alapértelmezett beállítások módosíthatóságára vonatkozó kötelezettség biztosítása [DMA 6(3)]</i> ▪ <i>A végfelhasználó részéről történő váltás, illetve a párhuzamos platformhasználat akadályozásának tilalma [DMA 6(6)]</i> ▪ <i>Tényleges, valós idejű és ingyenes adathordozhatóság biztosításának kötelezettsége [DMA 6(9)]</i> ▪ <i>Aránytalanul hátrányos felmondási feltételek tilalma [DMA 6(13)]</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Harmadik fél alkalmazásainak és alkalmazás-áruházainak telepítésének lehetővé tételére (side loading) vonatkozó kötelezettség [DMA 6(4)]</i> ▪ <i>Az operációs rendszeren vagy virtuális asszisztensen keresztül hozzáférhető vagy ellenőrzött hardver- és szoftverfunkciókhoz történő interoperabilitási célú hozzáférés biztosításának kötelezettsége [DMA 6(7)]</i> ▪ <i>Az üzleti felhasználók számára saját adataikhoz történő valós idejű és ingyenes hozzáférés biztosításának kötelezettsége [DMA 6(10)]</i> ▪ <i>FRAND hozzáférés biztosításának kötelezettsége a rangsorolási, keresési, kattintási és megtekintési adatokhoz [DMA 6(11)]</i> ▪ <i>FRAND hozzáférés biztosításának kötelezettsége az üzleti felhasználók számára szoftveralkalmazás-áruházakhoz, online keresőprogramokhoz és online közösségi hálózati szolgáltatásokhoz [DMA 6(12)]</i> ▪ <i>A számfüggetlen személyközi elektronikus hírközlési szolgáltatások alapvető funkcionálisaira vonatkozó horizontális interoperabilitási kötelezettség [DMA (7)]</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Online hirdetések transzparenciájával összefüggő kötelezettségek a hirdetőkkal fennálló kapcsolatokban [DMA 5(9)]</i> ▪ <i>Online hirdetések transzparenciájával összefüggő kötelezettségek a köztevéőkkel fennálló kapcsolatokban [DMA 5(10)]</i> ▪ <i>Online hirdetések transzparenciájával összefüggő kötelezettségek a teljesítménymérő eszközökhöz és a hirdetési portfólió független értékeléséhez szükséges adatokhoz való hozzáférés vonatkozásában [DMA 6(8)]</i>

3. táblázat - A kapuőri kötelezettségek rendszere - Forrás: de Streel (2022) figyelembevételével és a kutatási adatfelvétel alapján saját szerkesztés

Az előbbi célok érdekében megfogalmazott *huszonkét tételes magatartási elvárás* vonatkozásában a 3. táblázat ad összefoglalót. A táblázat azzal a céllal született, hogy a digitális compliance számára gyakorlati szempontú rendszerezést nyújtson a DMA kötelezettségei vonatkozásában. Az első értelmezési dimenziót a színhasználat reprezentálja. Eljárási szempontból a táblázatban *kék és zöld* szín jelzi (a DMA 5. és 7. cikkében foglalt) automatikusan alkalmazandó „önvégrehajtó” rendelkezéseket, és *narancsszín* mutatja a (DMA 6. cikkében foglalt) szabályozási párbeszédre alapuló kötelezettségeket. Egy önálló tartalmi dimenziót, az adatkezeléssel és adatgazdálkodással összefüggő rendelkezéseket a *dőlt* szedés jelez.

Az egyes *oszlopok* a gyakorlat számára is releváns fő tematikai összefüggések mentén igyekeznek az elvárásokat rendszerezni. Az *első* oszlop a piaci erő gyakorlásával, annak kiterjesztésével kapcsolatos magatartásokat gyűjti össze és talán nem túlzás ezekbe a rendelkezésekbe a mögöttes ügyeket belelátani, és azt feltételezni, hogy ezekhez a – relatíve részletesen kidolgozott – szabályokhoz az EUMSZ 102. cikke alapján indult nagy antitröszt ügyek tanulságai adták a jogalkotó számára az ihletet, a kötelezettségek mögött az erőfölényes ügyekben vizsgált kárelmélet húzódik meg (Gönczöl & Teleki, 2022; A. Tóth, 2021a).

A *második* oszlopban a váltással és a multihominggal összefüggő rendelkezések, a *harmadik* oszlopban a szélesen értelmezett hozzáférési kérdések jelennek meg. A szövegelemzés alapján az e két oszlopba sorolható rendelkezések sokkal általánosabb megközelítést tartalmaznak, és jelentős az antitrösztön akár túlmutató technológiai jellegű szabályozási elemek aránya. Itt jelenik meg továbbá, hogy az antitröszt gyökerű rendelkezések mellé a jogalkotó – a két FRAND klauzula révén – a tisztességtelennek ítélt platformgyakorlatok kezelését célzó rendelkezéseket is beillesztett, ezzel tovább erősítve a szabályozás vegyes jellegét, ettől a dinamikusan változó digitális környezetben a piaci „hiányosságok” áthidalását remélve. Végezetül a *negyedik* oszlop a többoldalú piaci működés által legtöbbször érintett online hirdetési piacok értékláncához rendelt garanciális jellegű rendelkezéseket fogja át.

3.3.4 RUGALMASSÁGOT BIZTOSÍTÓ SZABÁLYOZÁSI ELEMELK

A 3. táblázat második és harmadik oszlopában különösen érdekesek azok a kötelezettségek és tilalmak, melyek nem önmegvalósítóak, hanem a szabályozói párbeszéd tárgyát képezik. Ezek egyrészt azt a sokféle eltérő, gyorsan változó technológiát és üzleti modellt igyekeznek lefedni, amelyeknél de Streel (2022) szerint érezhető, hogy a jogalkotó sem látja még át az összes releváns szabályozási kérdést. Másrészt pedig több esetben olyan tényállásokról van szó, ahol a jogalkotó nyitva hagyta az ellentétes értékek és érdekek közötti kompromisszumok esetről-esetre történő megoldásának lehetőségét (így például az 5.3. pontban tárgyalt interoperabilitási rendelkezések esetén a hozzáférés és a rendszerintegritás és -biztonság egyensúlya kapcsán).

A szabályozói párbeszéd így az egyik rugalmasságot biztosító elemnek tekinthető, míg a visszacsatolási mechanizmus a DMA-ban kialakított „félrugalmas” rendszer másik – ritka kivételektől eltekintve³⁸ – jelenleg még meglehetősen elhanyagolt jogintézménye. A naprakészség fenntartása érdekében a DMA két háromévenkénti automatikus felülvizsgálati mechanizmust tartalmaz: egyrészt a kapuőri státusz fennállása vonatkozásában (4. cikk), másrészt a DMA rendelkezései vonatkozásában (53. cikk). Ez utóbbi magában foglalja az alapvető platformszolgáltatások jegyzékének, valamint az a DMA-ban előírt kötelezettségeknek a rendszeres felülvizsgálatát. A piaci vizsgálatok fontos szerepet játszanak a visszacsatolási folyamatban,

³⁸ Ilyen kivételnek számít például a Pierre Regibeau vezető közgazdász által a „High-Level Roundtable on Competition and Innovation: Why Europe Needs Dynamic Models in Digital Markets — and How Europe Can Build Them” címmel a Lisbon Council által 2021. április 12-én szervezett webináriumon tartott előadás (<https://www.youtube.com/watch?v=VFb894Hi65c>).

mivel ezek adják a megfelelő alátámasztást arra vonatkozóan, hogy (i) szükséges-e az alapvető platformszolgáltatások jegyzékének módosítása, bővítése vagy további részletezése, (ii) tegyen-e az Európai Bizottság javaslatot a DMA-ban meghatározott kötelezettségek módosítására, vagy hogy az ilyen kötelezettségek aktualizálása érdekében elfogadjon-e felhatalmazáson alapuló jogi aktust.

3.4. ÖSSZEGZÉS ÉS KÖVETKEZTETÉSEK

A DMA a szabályozás lényegét alkotó alapfogalmakat rendkívül bonyolultan, többszörös áttétellel (információs társadalommal összefüggő szolgáltatások – digitális piacok – digitális ágazat) vagy egyáltalán nem (platform) határozza meg. Az egyébként is komplex szabályozott életviszonyoknak és az azokra vonatkozó szabályozási összefüggéseknek a megértését, és a releváns kötelezettségek megfelelési internalizációját ez jelentősen hátráltatja.

Az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások fontos jellemzője és ugyanakkor jelentős értelmezési problémák forrása, hogy – amint arra Zödi (2023) is utal – a digitális gazdaság más szabályaihoz hasonlóan a DMA is *részben technológiai szabályozás, részben pedig technológiai meghatározottságú szabályozás*, már csak annál fogva is, hogy ezeknek a szolgáltatásoknak fogalmi eleme, hogy elektronikus úton valósulnak meg. A compliance számára (ahogy arra a 2.3. pontban korábban utaltunk) ez azt a feladatot hozza magával, hogy a követelményeket már nem csupán a vállalatgazdaságtan nyelvére és a mindenkori operációs modellben kifejeződő „helyi nyelvjárásra” kell lefordítania. Annak érdekében, hogy a technológiai fejlesztések fázisában is be tudjon lépni, a digitális megfeleléssel szemben az is elvárás, hogy az informatika és infokommunikáció nyelvén is el tudja látni a napi problémakezeléshez szükséges szinkrontolmácsolással járó feladatokat.

A DMA esetében egy „félrugalmas” alternatíva mentén született meg a szabályozás, amelynek rendszere az alábbi szabályozási elemekből épül fel: (i) az alapvető platformszolgáltatások tételes és zárt felsorolása; (ii) az alapvető platformszolgáltatást nyújtó vállalkozások kapuórré minősítésére vonatkozó mennyiségi és minőségi kritériumok kombinációja; (iii) a közvetlenül alkalmazandó kötelezettségek, amelyek köre egyrészt az automatikusan alkalmazandó „önvégrehajtó” rendelkezésekből, másrészt a szabályozási párbeszédre alapuló kötelezettségekből áll; (iv) a visszacsatolási hurok (*feedback loop*), amely lehetőséget ad az Európai Bizottság számára, hogy piaci vizsgálato(ka)t követően frissítse és naprakészen tartsa a kapuőrökre vonatkozó kötelezettségeket.

A digitális compliance terén a technológiai meghatározottság, valamint a *piaci struktúra* (így például a többoldalú piaci működés) sajátosságaira vonatkozó közgazdasági háttér ismerete mellett a releváns elvárást kifejező norma *jogi-szabályozási kontextusba való beágyazottságának* együttes figyelembevételre van szükség a vállalati eligazodás számára. A digitális piacok fogalmával összefüggő értelmezési nehézség elsődlegesen abból adódik, hogy a DMA olyan felütéssel indul, mintha egy újabb szabályozott ágazati piacsabályozásról lenne szó. Mivel azonban a digitális piacokon tulajdonképpen valójában a piacmeghatározás jelenti az egyik legnagyobb nehézséget, így áttér a piacsabályozási logikáról a „kapuőr-szabályozási” logikára. Tovább árnyalja a képet, hogy a DMA a tárgyi és személyi hatály vonatkozásában kettős rendszert épített ki. Az „általános” hatály megfeleltethető a digitális ágazatnak, melyet az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, illetve ezekre épülő termékek és szolgáltatások alkotnak. A DMA ezáltal azonban annyira kitágítja a szabályozás határát, hogy az parttalanná válik, ezért azután letér a minden az ágazatba tartozó piaci szereplőre kiterjedő klasszikus (elektronikus hírközlésből, gyógyszeriparból, pénzügyi szektorból ismert) szabályozott ágazati logikáról: a fókusz az alapvető platformszolgáltatásokat nyújtó kijelölt kapuőrökre szűkíti. A DMA ilyen módon leszűkített,

„konkretizált” hatálya az abban mindenkor felsorolt alapvető platformszolgáltatások körére és az azok vonatkozásában kijelölt kapuőrökre terjed ki, és rájuk nézve keletkeztet kötelezettségeket.

Ehhez képest a digitális ágazat a releváns termékek és szolgáltatások gyors változása és fejlődése révén valójában egy nagyon tág, folyamatos fejlődésben és változásban lévő halmaz. Végző soron egy olyan mozgó értelmezési tartományról van szó, amely nyilván akkor fog előtérbe kerülni és jut jelentőséghez, amikor (i) az új fúziós szabályok alkalmazása során alapvető platformmagatartásnak nem minősülő, de az ágazatba sorolható szolgáltatásokra is kiterjed, és főleg, ha (ii) beindul a DMA rendszerébe beépített felülvizsgálati visszacsatolás alkalmazása, hiszen a frissítés és módosítás szabályai ezen értelmezendők.

Az uniós jogalkotó, mint láthattuk, úgy döntött, hogy a DMA mindenkori alkalmazhatóságát széles körű normák helyett tételes szabályokra alapozza a végrehajtás megkönnyítése és a jogbiztonság növelése érdekében. Mindazonáltal a digitális compliance szempontjából az értelmezés során jelentkező egyik legjelentősebb *koherenciaprobléma* abból adódik, hogy a DMA nem csak az alapvető platformszolgáltatások vonatkozásában nem ad egy átfogó értelmezési keretet, ugyanez a probléma fennáll a kapuőrökre vonatkozó kötelezettségek és tilalmak vonatkozásában is. Emiatt az értelmezés során nehéz az alapvető platformmagatartásokat és a magatartási elvárásokat (i) logikailag rendszerezni és felismerni a köztük fennálló összefüggéseket, illetve (ii) teleológiai értelmezéssel levezetni a DMA céljából. A DMA-ban foglalt huszonnégy tételes magatartási elvárás vonatkozásában a 3. táblázat ad összefoglalót, amely több dimenziós rendszerezést ad

- eljárási szempontból elkülönítve az automatikusan alkalmazandó „önvégrehajtó” rendelkezéseket, illetve a szabályozási párbeszédre alapuló kötelezettségeket;
- a gyakorlat számára is releváns fő tematikai összefüggések mentén csoportosítva kötelezettségeket: (i) a piaci erő gyakorlásával, annak kiterjesztésével kapcsolatos magatartásokat, (ii) a váltással és a multihominggal összefüggő rendelkezéseket, (iii) a széles értelemezett hozzáférési kérdéseket, (iv) a többoldalú piaci működés által érintett online hirdetési piacok értékláncát érintő garanciális jellegű rendelkezéseket;
- az előbbi rendszerben megjelölve az adatkezeléssel és adatgazdálkodással összefüggő tényállásokat.

A táblázatos összefoglalás azt célozza, hogy a digitális compliance számára gyakorlati szempontú áttekintést nyújtson a DMA kötelezettségei között fennálló összefüggések vonatkozásában.

4. PLATFORMOK, AVAGY HOGYAN SZABÁLYOZZUK A SZABÁLYOZÓT?

4.1. KUTATÁSI KÉRDÉS

Az értekezés a DMA-t állítja a középpontba mint a digitális gazdaság szabályozásának tengelyét. A DMA ugyanakkor egy születőben lévő jogterület, a platformjog részét képezi. Fogalmi szintről indulva – a digitális piacokhoz hasonlóan – alapvető eligazodási nehézséget jelent a digitális vállalkozások szempontjából, és e fejezet számára kutatási kérdésként szolgál, hogy *a DMA-ben fogalmi szinten miért nem szerepel a platform fogalma, illetve a platformjelenséggel összefüggő szabályozási problémahalmazt mint szabályozási tárgyat hogyan lehet a digitális vállalkozások megfelelési rendszerei számára egységes értelmezési keretbe illeszteni.*

4.2. MIÉRT NEM TARTALMAZZA A DMA A PLATFORM FOGALMÁT?

A P2B Rendeletet az európai platformszabályozás első lépéseként tárgyaltuk,³⁹ melynek átfogó és általános jellegű megközelítéséhez képest a DMA a globális mértékkel is megkerülhetetlenné váló platformok, azaz a kapuőrnek minősülő alapvető platformszolgáltatók piaci magatartásának kontrollját kívánja kialakítani. Sajátos módon egyik jogszabály sem definiálja közvetlenül a platform fogalmát, jóllehet azt maga a DMA-tervezet indokolása és a kapcsolódó hatástanulmány is használja (Európai Bizottság, 2020d, 2020b). A szintén fontos platformszabályozási instrumentum, a DSA 3. cikkének (i) pontja ugyan ad egy platform-definíciót, azonban az teljesen technológiai jellegű megközelítést tartalmaz, amikor az online platformokra olyan tárhelyszolgáltatókként tekint, amelyek a szolgáltatás igénybe vevőjének kérésére önálló szolgáltatásként információkat tárolnak és nyilvánosan terjesztenek.

Zódi (2023) levezette, hogy az a „*valami*”, amiről sokáig senki nem tudta, hogy mi is az tulajdonképpen, és hogyan is nevezze,⁴⁰ (i) hogyan vált platformként tételes jogi kategóriává és (ii) a platformjelenség köré szerveződő „*elkülönülőfélben lévő*” joganyagról miért lehet megalapozottan azt gondolni, hogy platformjog néven új jogterületet alkot. A digitális compliance értelmezési kihívásai közé tartozik azonban, hogy a platform, platformszabályozás és platformjog fogalmát ugyan gyakran használja a hazai és uniós gazdasági és jogi közbeszéd, azonban a fogalomnak mindmáig hiányzik egy egységes és átfogó definíciója, amely mentén a különböző

³⁹ A kép teljességéhez tartozik, hogy a platform akkor bukkant fel először a tételes uniós jogban, amikor az AVMD-ben 2018-ban megjelent – a DMA alapvető platformszolgáltatásai között utóbb szintén előforduló – videomegosztóplatform-szolgáltatás fogalma a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról szóló 2010/13/EU irányelvnek a változó piaci körülményekre tekintettel való módosításáról szóló 2018/1808 irányelv által behozott módosítások között (Zódi, 2022).

⁴⁰ Jól illusztrálja, hogy alig több, mint fél évtizede a platformok lényegének és sokféleségének kérdését Bamberger & Lobel (2017) szellemesen még úgy közelítették meg, hogy a teljesség igénye nélkül ugyan, de megkísérelték csokorba szedni a platformgazdaság leírására vonatkozó leggyakoribb kifejezéseket (melyekre vonatkozóan annak idején a magyar gazdasági köznyelv is javarészt átvette az angol terminológiát): *sharing economy*; *disaggregated economy*; *peer-to-peer economy*; *H2H – human-to-human economy*; *gig economy*; *mesh economy*, stb. Ebben az időszakban az uniós terminológiában – ahogy arra a 3.2.2. pontban kitértünk – a kollaboratív gazdaság (*collaborative economy*) fogalma szerepelt, és erős volt az érvrendszer, hogy az ezek közös magját adó kapacitásmegosztás, hozzáférésbiztosítás nem újkeletű jelenség. Az Uber példájának kapcsán az is felmerült, hogy az autóbérlés is kapacitásmegosztásként, sőt akár az autóstoppolás is egyfajta peer-to-peer megosztásként fogható fel. A technológiai fejlődés által hozzáadott közvetítő jelleggel ez új együttműködési és tranzakciós formák kialakulására vezetett, amelyeknek egy-egy dimenzióját ragadják meg a felsorolt kifejezések. Egy másik fő megközelítési irány abból indult ki, hogy a platformgazdasági működés az interakció lényege alapján is megkülönböztethető, így beazonosíthatók például a kereskedelemre (webáruházak, online piacterek), a szolgáltatásnyújtásra (szállítás, közlekedés), tartalomra (videók), szoftverekre (applikációk), befektetésekre, illetve társas érintkezésre irányuló platformtípusok.

joganyagokban elhelyezett szabályozási célokat, fogalmakat és eszközöket egységes megfelelési értelmezési keretbe lehetne helyezni.

Már a digitális gazdaság korai kiinduló dokumentumai, így az európai digitális egységes piaci stratégiáról szóló, valamint az online platformokról és a digitális egységes piacról szóló közlemények is használták az „online/internetes platform” fogalmát, azonban nem nyújtottak e fogalomhoz konkrét meghatározást (Európai Bizottság, 2015, 2016b). A hagyományos, *offline* piacokhoz, illetve többoldalú piacokhoz képest 2016-ban a Bizottság az online térben működő platformok jellemzésére öt fő tulajdonságot emelt ki: (i) képesek új piacokat létrehozni, ugyanakkor folyamatos kihívást jelentenek a hagyományos piacok számára az adatalapú üzleti modellek alkalmazása révén, (ii) többoldalú piaci működés jellemzi őket, miközben különböző mértékben képesek ellenőrizni a felhasználói interakciókat; (iii) a hálózati hatások révén a platformokon elérhető szolgáltatások értéke a felhasználók számának növekedésével emelkedik; (iv) az információs és kommunikációs technológiákkal valós időben és könnyen el tudják érni felhasználóikat; (v) kulcsszerepük van az értékteremtésben (Európai Bizottság, 2016b).

Az Európai Parlament Ipari, Kutatási és Energiaügyi Bizottságának és Belső Piaci és Fogyasztóvédelmi Bizottságának az online platformokról és a digitális egységes piacról szóló jelentése érzékelte, hogy uniós szinten igen nehéz lenne az online platformokat egységes, jogilag releváns és időtálló módon meghatározni olyan tényezők miatt, mint a meglévő online platformok és tevékenységi területeik széles skálája, illetve a digitális világ gyorsan változó környezete. Ennek nyomán arra a következtetésre jutott, hogy az egységes uniós meghatározás, illetve a minden helyzetre egységesen alkalmazható megközelítés érdemben nem segítené hozzá az EU-t a platformalapú gazdaság sikeréhez. Ezzel egyidejűleg úgy vélte, hogy beavatkozásra van szükség, mert meg kell előzni az uniós belső piac széttöredezését, amely a platformokat érintő regionális vagy nemzeti szabályok és meghatározások elterjedése révén alakulhatna ki, ezért azt a további következtetést vonta le, hogy „az online platformokat egy uniós szintű *ágazatspecifikus* szabályozásban kell megkülönböztetni és meghatározni jellemzőik, besorolásuk és elveik szerint, egy *problémaközpontú megközelítés* alapján” (Európai Parlament, 2017).

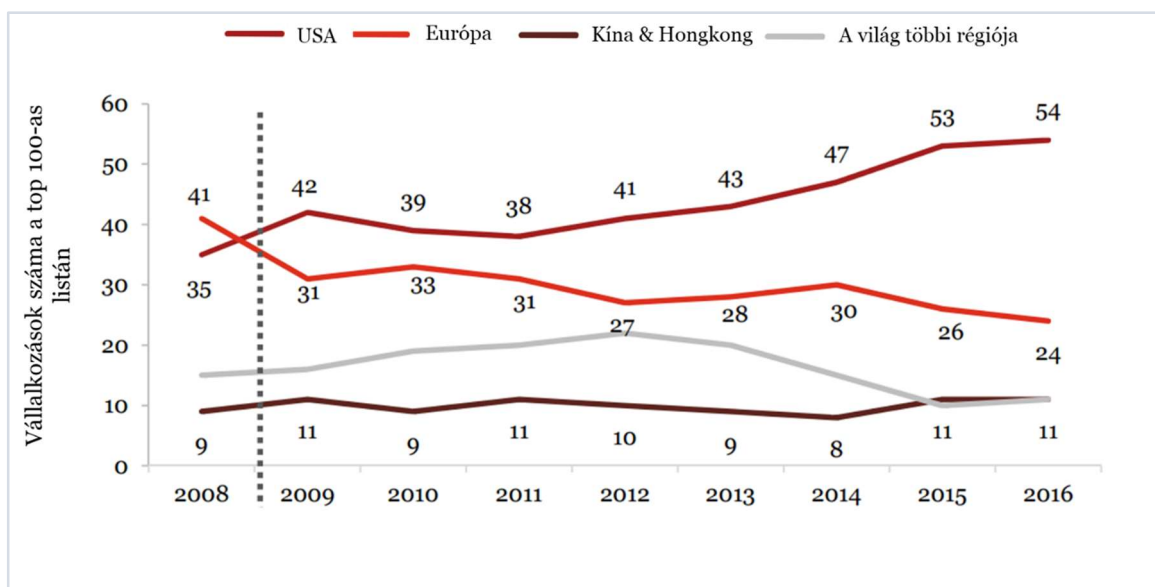
Látható, hogy a platform vonatkozásában az uniós jogalkotás a kezdetektől miért nem célozza az átfogó fogalmi keretek megalkotását. A digitális megfelelés sajátos szempontjai alapján ugyanakkor továbbra is érvényes a kérdés, hogyan lehet a tulajdonképpeni szabályozási tárgyat, a platformjelenséggel összefüggő szabályozási problémahalmazt egységes értelmezési keretbe illeszteni, és a digitális gazdaság szabályozási kontextusában elhelyezni, különös tekintettel a digitális vállalkozások számára fontos innovációs szempontokra. Az Európai Parlament által javasolt problémaközpontú megközelítést a digitális megfelelés szempontjaira adaptálva akár úgy is megfogalmazhatjuk, hogy ha nem is tudjuk pontosan, hogy mi az a platform és az uniós jogalkotótól erre nem valószínűsíthető válasz, akkor a szabályozás értelmezéséhez annak vizsgálata révén tudunk a legközelebb jutni, hogy milyen problémákat kíván megoldani az európai platformjog.

4.3. VERSENYKÉPESSÉG

Amikor a platformműködés értelmezéséből adódó problémákról gondolkodunk, nem feledkezhetünk meg arról, hogy a platformgazdaságban a digitális vállalkozások számára az innovációs és versenyképességi kérdések is inherensen jelen vannak. A versenyképesség azonban nem csupán vállalati szinten jelenik meg, amikor az európai platformszabályozás mozgatórugóit vizsgáljuk, a regionális versenyképesség terén jelentkező alapprobléma is mindig jelen van a háttérben.

4.3.1 EURÓPA A GLOBÁLIS VERSENYBEN

A korábbiakban már más kontextusban utaltunk arra, hogy a kapuőrök megregulázására azzal a várakozással tekint az EU, hogy ezáltal a digitális ágazatban az összes szereplőre tisztességesebb és méltányosabb feltételek jönnek létre, és ezáltal az európai vállalkozások jobban ki tudják aknázni a platformgazdaságban rejlő növekedési potenciált. Az e mögött meghúzódó alapproblémát jeleníti meg a 3. diagram, amely a száz legnagyobb piaci kapitalizációjú cég körében 2009 és 2016 között végbement változásokba ad bepillantást.



3. diagram

A világ egyes régióiból származó vállalkozások számának változása a legnagyobb tőkepiaci értékű cégek top 100-as listáján 2009 és 2016 között

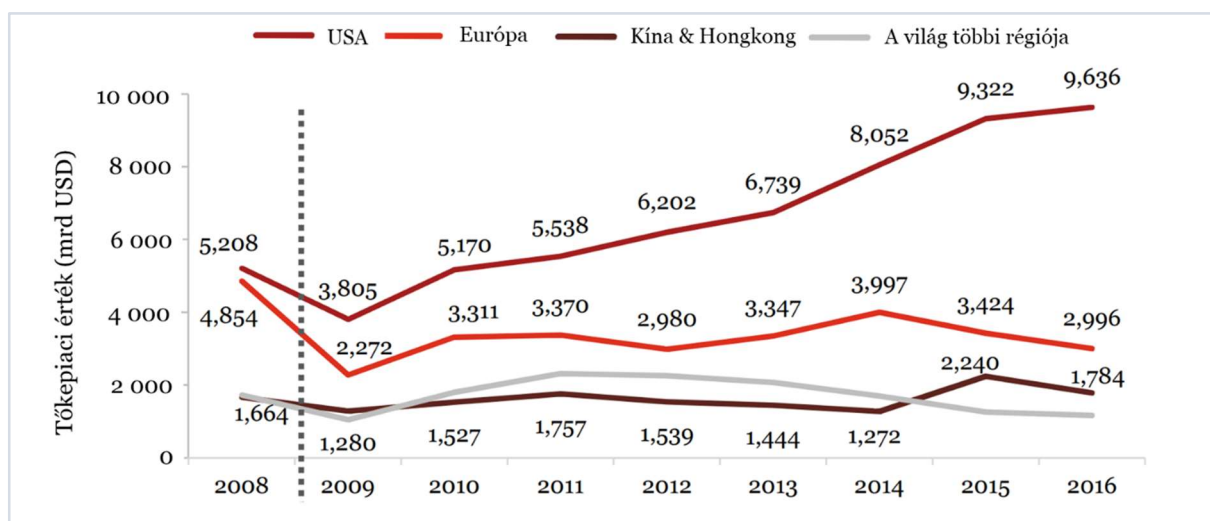
Forrás: PwC (2016)

A PwC évről-évre elkészíti a „top 100 vállalat” listáját, azaz a világ vezető tőzsdéi cégeinek tőkepiaci érték szerinti rangsorolását. Azon túlmenően, hogy nagy időtávra állnak rendelkezésre azonos módszertannal előállított adatok, ezek az elemzések azért is relevánsak témánk szempontjából, mivel az összehasonlítás alapjául szolgáló mutatóval a DMA kapuőr-kijelölési folyamatában a kvantitatív küszöbszámok között is találkozhattunk (10. ábra).

Adja magát a kérdés, hogy miért a 2009 és 2016 közötti időszak kerül elsőként vizsgálat alá. Közelebbről megnézve a válasz is adja magát. 2008-ban még a világ vezető cégeinek többsége (41 %) az európai régióból került ki, a pénzügyi válságot követő években viszont nemcsak, hogy megfordult ez a tendencia, de erősen kinyílt az olló, és 2016-ra az európai cégek száma majdnem felére csökkent.

Ez az az időszak, amelyben az uniós terminológiában az „entrenchment” kifejezéssel leírt változások gyökereznek, azaz a globális platformok megjelentek és tartósan megszilárdították piaci pozíciójukat. Nem véletlen, ha ez a fordulat ismerősnek tűnik, hiszen ez a kapuőrök kijelölése során alkalmazott egyik kvalitatív szempont az uniós belső piac vonatkozásában (9. ábra). Ebben az időszakban felkerült a Big Tech a globális gazdaság térképére, és az öt

legnagyobb amerikai technológiai óriáscég⁴¹ elfoglalta helyét az első tíz között, és azóta is fenntartják vezető státuszukat.



4. diagram

A száz legnagyobb piaci kapitalizációjú cég tőkepiaci értéke regionális megoszlásban 2009 és 2016 között

Forrás: PwC (2016)

Bár önmagában is kifejező a globális vállalkozásokon belül a regionális arányok változása, azonban a kép akkor teljes, ha a piaci kapitalizációban megjelenő változásokkal (4. diagram) együttesen értékeljük. Ekkor válik láthatóvá, hogy 2016-ra a vállalkozások számában kétszeres lett az eltérés, de a regionálisan összesített tőkepiaci értékben már több, mint háromszoros az előny az USA javára. 2016-ban a legelőkelőbb (22.) helyen szereplő európai vállalat a söreiről ismert Anheuser-Busch volt, melynek tőkepiaci értéke 200 mrd USD volt. A különbségek nagyságrendjét érzékelteti, hogy az első helyen szereplő Apple tőkepiaci értéke ekkor 604 mrd USD volt, de az Anheuser-Busch kivételével minden további európai cég tőkepiaci értéke a 150 mrd USD szint alatt maradt. 2016-ban tizennégy európai cég volt jelen a százas toplistán, közülük a 19. helyen szereplő SAP tekinthető az egyetlen tech-cégnek, egyébként az egészség- és gyógyszeripari,⁴² FMCG,⁴³ és divatipari⁴⁴ cégek dominálnak. Az időszak nagy vesztesei az európai energetikai⁴⁵ és kommunikációs cégek. Ebben az időszakban került ki a top százas listáról a Telefonica, az Orange és a Nokia, egyedül – bár jelentős visszaeséssel (a 67. helyről a 93. helyre visszaszorulva) – a Deutsche Telekom tudott bent maradni a mezőnyben. 2016-ra beléptek a globális versenybe és a húszas mezőnyben elfoglalták a helyüket a kínai tech-cégek, az Alibaba (23. hely) és a Tencent (26. hely) is (PwC, 2016).

A regionális arányok mellett témánk szempontjából egy további fontos változás az iparágak sorrendje terén ment végbe: 2016-ra a technológiai szektor lekörözte az addig tradicionálisan első helyen szereplő pénzügyi ágazatot. Az ágazaton belüli arányok tekintetében azonban magáért beszél a 4. táblázat, amelyből leolvasható, hogy a technológiai szektor által képviselt

⁴¹ A „Big Five”, illetve a névváltozások előtt GAFAM-ként hivatkozott cégek: Google/Alphabet, Apple, Facebook/Meta, Amazon, Microsoft.

⁴² NovoNordisk (45.), Sanofi (61.), Medtronic (62.), Bayer (72.).

⁴³ Anheuser-Busch (22.), Unilever (47.), L’Oreal (67.).

⁴⁴ Inditex (64.), LVMH (86.).

⁴⁵ Ekkor esett ki az első százból az ENI, a GDF Suez, az Electricite de France.

2 993 mrd USD tőkepiaci érték több, mint fele (1 559 mrd USD) az első három helyezettől – az Apple-től, az Aphabetől és a Microsofttól – származott (PwC, 2016).

Sorrend	Vállalkozás neve	Székhely	2016. március 31.		2009. március 31.	
			Sorrend változása 2009-hez képest	Piaci kapitalizáció (mrd USD)	Sorrend	Piaci kapitalizáció (mrd USD)
1.	APPLE INC	USA	+32	604	33.	94
2.	ALPHABET INC	USA	+20	518	22.	110
3.	MICROSOFT CORP	USA	+3	437	6.	163
4.	BERKSHIRE HATHAWAY INC	USA	+8	350	12.	134
5.	EXXON MOBIL	USA	-4	347	1.	337
6.	FACEBOOK INC	USA	---	325	---	---
7.	JOHNSON & JOHNSON	USA	+1	298	8.	145
8.	GENERAL ELECTRIC CO	USA	+16	295	24.	107
9.	AMAZON.COM	USA	---	280	---	31
10.	WELL FARGO & CO	USA	+45	245	55.	60

4. táblázat

A legnagyobb piaci kapitalizációjú cégek sorrendje 2016-ban a 2009-es helyzettel összevetve

Forrás: Firniksz (2022), PwC (2016) nyomán

Az előbbiekhöz képest a tech-óriások közül 2009-ben még csak egy, a Microsoft, volt jelen az első tíz helyezett között. A 2009-es évben az 5.2. pontban tárgyalt témánk szempontjából több jelentős eseményre is sor került. Ebben az évben irányították az Európai Bizottság figyelmét a hozzá befutó panaszok a Google ár-összehasonlító szolgáltatásának működésére, amiből a Google Shopping ügy végül kinőtte magát. Érdekes visszatekinteni, hogy mi is történt akkoriban, ami egyebek között az internetes keresőrendszerek piacát is alaposan felforgatta. Tech-piaci elemzők visszaemlékezései szerint ebben az időszakban indult be az okostelefonok és okoseszközök elterjedése, mind kevesebbszer kellett leülnünk az asztali gépekhez, ha valamit meg akartunk nézni az interneten, vagy internet alapú szolgáltatást akartunk igénybe venni. Elindult az a technológiai-gazdasági-társadalmi folyamat, melynek eredményeként az internet ökoszisztéma biztosítja, hogy az internet mindig a kezünk ügyébe essen, okoseszközeink mindig velünk legyenek.

A keresőrendszerek az eligazodás kiemelt jelentőségű eszközévé váltak, hiszen hiába van kint az információ az internet valamelyik sarkában, ha nem találjuk meg. Igaz ez az online értékesítés világára is, amely számára a technológiai fejlődés révén új perspektívák nyíltak meg. Ebben a piaci kontextusban kezdte meg a Google annak az üzleti stratégiának a kialakítását, amellyel az ár-összehasonlító szolgáltatásának forgalmát igyekezett növelni. Az üzleti stratégia kialakításánál arra fókuszáltak, hogy kihasználják az összekapcsolódó értékhálókból és a vertikálisan integrált helyzetből adódó előnyöket. Senki nem gondolt még arra, hogy a pozitív öndiszkrimináció iskolapéldájaként a DMA *self-preferencing* tényállásáról mindenkinek a Google Shopping ügy jut majd eszébe, miközben a közel másfél évtizede folyó antitröszt eljárás a kézirat lezárásának időpontjában még mindig folyamatban van.

A Facebook a 2009-es listán még nem is szerepelt, hiszen tőzsdei bevezetését 2009 novemberében jelentették be. A Facebook növekedését érzékelteti, hogy 2012 őszére elérte az egymilliárdos regisztrált felhasználói létszámot, és 2016-re az aktivitási adatok szerint már a napi aktív felhasználók száma is egymilliárd fölé került (1,038 milliárd fő/nap). Az ezzel

párhuzamosan az internet ökoszisztéma rendszerében végbemenő változást jelzi, hogy a túlnyomó többség (934 millió fő) mobilon használta az alkalmazást.⁴⁶

2009-ben még az Amazon sem lépett be a top száz vállalkozás mezőnyébe, de már jó úton haladt afelé. 2007-ben már kibocsátotta a Kindle-t, és beindult az agresszív terjeszkedési stratégia. 2009-ben pedig az e-könyvolvasó és a bestseller e-könyvek jóval a költségek alatti áron történő értékesítése nyomán már 90 %-os részesedést ért el az e-könyvek piacán. 2016-ra a felhasználói bázis magját alkotó – Prime hűségprogramban résztvevő (a hűségprogram európai fejleményeivel kapcsolatban lásd a 5.2.4. pontban az Amazon Buy Box ügyben tett kötelezettségvállalást) – előfizetők száma elérte a 63 millió főt, 15 milliós növekedést produkálva az előző évhez képest. 2016-ra már a harmadik egymást követő évben nyerte el a Reputation Institute által a legjobb hírnévvel rendelkező cégnek odaítélt első helyezést, Lina Khan pedig elkezdte megírni a következő évben „Amazon’s Antitrust Paradoxon” címmel megjelent elemzését, amely alapján mindenki számára nyilvánvalóvá vált, hogy a technológia-alapú új üzleti modellekre új szemmel kell nézni (Khan, 2017).

Sorrend	Vállalkozás neve	Székhely	2021. március 31.		2020. június 30.		2019. december 31.	
			Sorrend változása 2020 júniusához képest	Piaci kapitalizáció (mrd USD)	Sorrend változása 2019 decemberéhez képest	Piaci kapitalizáció (mrd USD)	Sorrend	Piaci kapitalizáció (mrd USD)
1.	APPLE INC	USA	+1	2 051	0	1 568	2.	1 305
2.	SAUDI ARABIAN OIL	Sz.Arábia	-1	1 920	0	1 741	1.	1 879
3.	MICROSOFT CORP	USA	0	1 778	0	1 505	3.	1 203
4.	AMAZON.COM INC	USA	0	1 558	+1	1 337	5.	916
5.	ALPHABET INC	USA	0	1 393	-1	953	4.	923
6.	FACEBOOK INC	USA	0	839	0	629	6.	585
7.	TENCENT	Kína	0	753	+2	599	9.	461
8.	TESLA INC	USA	+28	641	36	197	---	75
9.	ALIBABA GRP-ADR	Kína	0	615	-1	577	7.	569
10.	BERKSHIRE HATHAWAY INC	USA	0	588	-1	430	8.	554

5. táblázat

A legnagyobb piaci kapitalizációjú cégek sorrendjének alakulása a pandémia időszakában

Forrás: Firniksz (2022), PwC (2016) nyomán

A legnagyobb tőkepiaci értéket képviselő globális cégek tízes listájába az elmúlt fél évtizedben felzárkóztak a kínai óriáscégek is. A pandémia időszakában a százas toplista első decilisébe betörve a Tencent és az Alibaba megjelenése egyértelműen jelezte azt a kihívást, amelyet a globális versenyben az úgynevezett BATX cégek (Baidu, Alibaba, Tencent, Xiaomi) térnyerése jelentett az amerikai óriások számára. A pandémia első hullámai után is stabilan tartotta a helyét az a hét piaci szereplő, amely platformként működött a digitális piacokon. A változást 2021 második felétől a kínai cégeket érintő állami szabályozási (például játékidő korlátozása) és felügyeleti (pénzmosás-ellenes, antitröszt- és fúzióellenőrzési) hullám idézte elő. A Tencent így 2022-re a 14. helyre esett vissza, de 2023-ra visszalépett a 11. helyre, az Alibaba viszont a tavalyi 27. helyről idén tavaszra a 32. helyre csúszott vissza.

2023-ban nem volt változás az első öt szereplő sorrendjében, bár a cégek piaci kapitalizációs értékei igen jelentősen csökkentek. 2009 óta most volt az első olyan jelentősebb csökkenés, amely

⁴⁶ „A felhasználók 90%-a mobilról facebookozik” (Letöltés dátuma: 2022. december 15., forrás: [https://kozossegitandozasok.hu/2016/01/27/a-felhasznalok-90-a-mobilrol-facebookozik/.](https://kozossegitandozasok.hu/2016/01/27/a-felhasznalok-90-a-mobilrol-facebookozik/))

a két felmérés közötti egy éves időszakban szignifikánsan jelentkezett. A top százas listán szereplő cégek összesített tőkepiaci értéke 11 %-kal csökkent, és az összesített csökkenés (5 845 mrd USD) felét az első öt helyezett adta össze. Az Apple 8 %-os, illetve a Microsoft 7 %-os visszaesése azonban még így is messze jobb eredménynek bizonyult, mint a tech-szektor átlagos 12 %-os csökkenési rátája.

Sorrend	Vállalkozás neve	Székhely	2023. március 31		2022. március 31.	
			Sorrend változása 2009-hez képest	Piaci kapitalizáció (mrd USD)	Sorrend	Piaci kapitalizáció (mrd USD)
1.	APPLE INC	USA	0	2 609	1.	2 850
2.	MICROSOFT CORP.	USA	0	2 146	2.	2 311
3.	SAUDI ARABIAN OIL	Sz.Arábia	0	1 893	3.	2 297
4.	ALPHABET INC	USA	0	1 330	4.	1 842
5.	AMAZON.COM INC	USA	0	1 058	5.	1 659
6.	NVIDIA CORP	USA	+2	685	8.	684
7.	BERKSHIRE HATHAWAY INC	USA	0	676	7.	780
8.	TESLA INC	USA	-2	659	6.	1 114
9.	META PLATFORMS	USA	0	550	9.	605
10.	VISA INC	USA	+3	464	13.	464

6. táblázat

A legnagyobb piaci kapitalizációjú cégek sorrendének alakulása az elmúlt évben

Forrás: PwC(2023)

Érdekes módon a volatilis makroökonómiai környezetben az elmúlt évben egyedül az európai régióban működő cégek produkáltak növekedést, és 40 %-os növekedéssel a NovoNordisk, illetve 12 %-os növekedéssel az SAP kiugró teljesítményt nyújtott. Az elmúlt évi javulás azonban érdemi változást nem hozott, a *regionális különbségek* terén az olló a korábban bemutatott 2016-os helyzethez képest tovább nőtt, és ennek nyomán 2023-ban

- a top százas listán mindössze 19 európai cég van jelen;
- a top száz cég összesített tőkepiaci értékéhez (30 869 mrd USD) viszonyítva az európai cégek aránya alig haladja meg a 10 %-ot (3 930 mrd USD), míg az USA több, mint kétharmadot (21 686 mrd USD) képvisel;
- az európai cégek vonatkozásában a befektetési kilátások sem túl kedvezőek, mivel a tavalyi jó évet is bekalkulálva a CAGR az előző tíz évre vetítve 2,1 %-ot mutat, szemben az USA-t jellemző 11,7 %-os, illetve a Kína vonatkozásában mutatkozó 11,5 %-os rátával.

Az európai vállalkozásokról 2023 márciusában adott helyzetképet (7. táblázat) ebben az összefüggésben szemlélve világos kép rajzolódik ki arról, hogy az európai egységes belső piacnak milyen globális kihívásokkal kell szembenéznie a régiók és az ágazatok versenyében egyaránt.

Mindezt pedig az európai integráció logikájában is el kell helyezni, amely az egységes belső piac elve alapján kívánja biztosítani az áruk, a szolgáltatások, a tőke és a személyek szabad mozgását, és ebben a megváltozott gazdasági környezetben és paradigmarendszerben kell megtalálnia az optimális szabályozási megközelítést. E kihívásnak kívánt megfelelni a 2015-ben közrebocsátott európai digitális egységes piaci stratégia, amely egy „összekapcsolt”, *digitalizált egységes piac* elérése érdekében megteendő jogalkotási lépések számára három fő irányt jelölt ki: (i) az európai fogyasztók és vállalkozások számára az online beszerezhető termékek és szolgáltatások elérhetőbbé tételét, és ennek érdekében az online és a fizikai szegmens közötti legfontosabb különbségek, azaz a tagállamközi online tevékenységek akadályainak felszámolását; (ii) a digitális hálózatok és szolgáltatások fellendülését elősegítő feltételek, illetve

megfelelő infrastruktúra kialakítását, valamint mindezekhez az innovációs, beruházási és versenyfeltételek megteremtését; (iii) az európai digitális gazdaság növekedési képességének maximalizálását (Európai Bizottság, 2015). A DMA-hoz készített hatástanulmány érvelésében is ott visszhangzik az elvárás, hogy növelje az alapvető platformszolgáltatások, valamint a tágabb értelemben vett digitális ágazat megtámadhatóságát, és segítse a vállalkozásoknak leküzdeni a digitális piac strukturális problémáiból, illetve a kapuőrök tisztességtelen üzleti gyakorlataiból fakadó akadályokat, továbbá segítse elő az alternatív platformok megjelenését, az innovativitást és annak monetizációját. A DMA is abba a rendszerbe illeszkedik, amely révén az EU azt kívánja biztosítani, hogy az európai vállalkozások jobban ki tudják aknázni a platformgazdaságban rejlő növekedési potenciált (Európai Bizottság, 2020b).

<i>Sorrend</i>	<i>Vállalkozás neve</i>	<i>Ágazat</i>	<i>Piaci kapitalizáció (mrd USD)</i>
12.	LVMH Moët	divatipar	460
19.	Novo Nordisk	egészség- és gyógyszeripar	356
23.	Nestlé SA	FMCG	326
30.	ASML Holding AG	technológiai ipar	268
35.	L’Oreal SA	FMCG	239
37.	Roche Holding AG	egészség- és gyógyszeripar	230
42.	AstraZeneca	egészség- és gyógyszeripar	215
44.	Novartis AG	egészség- és gyógyszeripar	209
47.	Shell plc	energetika	197
52.	Accenture plc	információ technológia	181
57.	Linde plc	alapanyaggyártás	175
70.	SAP SE	információ technológiai	147
72.	TotalEnergies SE	energetika	145
78.	Sanofi	egészség- és gyógyszeripar	136
81.	HSBC Holdings plc	pénzügyi ágazat	134
83.	Anheuser-Busch InBev SA/NV	FMCG	132
84.	Unilever PLC	FMCG	131
86.	Siemens AG	ipar	129
96.	Deutsche Telekom AG	kommunikáció	121

7. táblázat

A PwC száz legmagasabb tőkepiaci értékkel rendelkező céget felsoroló 2023-as listáján szereplő európai vállalatok

Forrás: PwC(2023) nyomán saját szerkesztés

4.3.2 A PLATFORMOK, A DIGITÁLIS ÁGAZAT ÉS AZ UNIÓS KÖZPOLITIKÁK VISZONYA – A MEGFELELÉS HATÓKÖRE

A digitális egységes piac előbbiekben felvázolt koncepciója jól illusztrálja, hogy az európai integrációnak milyen bonyolulttá váló közegben kell megteremtenie a szabályozási egyensúlyt, az összhangot a különböző szakpolitikai célkitűzésekkel és a mögöttes gazdasági ösztönzőkkel.

Ez felveti ugyanakkor azt a kérdést is, hogy az európai integrációs logikának az egységes piac fogalmában kifejeződő kereskedelempolitikai és szabályozási hagyományai hogyan ültethetők át, illetve hogyan fejleszthetők tovább az online térbe helyeződött és rendkívül összetetté vált gazdasági folyamatok környezetében. A negatív integrációs lépések, azaz a vám- és egyéb jellegű kereskedelmi akadályok lebontását megvalósító szabályozási irány nyilvánvalóan szükséges további fenntartása mellett a pozitív integrációs lépések terén új intézkedések és új megközelítés vált szükségessé. Olyan integratív szabályozási eszközök bevezetése merül fel, amelyek proaktív módon képesek az online térbe helyeződött modern gazdaság folyamatait és magát az uniós integrációs folyamatot „egymásra hangolni”. Lianos (2018) fél évtizede úgy látta, hogy az integráció további sikerének lehetősége annak függvénye, hogy az EU tagállamaiban működő vállalkozások mennyiben és milyen szinten lesznek képesek bekapcsolódni a globális értékláncok rendszerébe. A világgazdaság strukturális átalakulása ugyanis azt is magával vonta, hogy a globális értékháló működéséből eredően jelenleg akár jelentősebb kereskedelempolitikai akadályok is keletkezhetnek, mint amilyenek bevezetése állami eszközökkel egyáltalán lehetséges lenne. E „magánjellegű” kereskedelempolitikai akadályok (*private barriers to trade*) keletkezése a globális cégek működési sajátosságainak mintegy szükségszerű következményeként azonosítható be. Érzékelve a változásokat – szintén 2018-ban kelt írásában – Nagy (2018) arra utalt, hogy a kereskedelmi korlátok csökkentésével a globális kereskedelmi rendszer betöltötte küldetését, és hangsúlyeltolódás figyelhető meg a látenszen diszkriminatív szabályozási korlátozások (például a szabványosítás), valamint más kereskedelmi összefüggésű tárgykörök, így a szolgáltatások, technológia, illetve a tőke irányába.

Lianos és Nagy a kereskedelempolitikai szegmenst vizsgálta, ugyanakkor a globális erőviszonyok változásából általában is következik, hogy a platformműködés és azon belül is a globális kapuőrök, mint túl nagy gazdasági erővel rendelkező vállalatok, összetett kérdéseket vetettek és vetnek fel abban a tekintetben, hogy az EU-n kívüli nagyvállalatokkal folytatott versenyben a versenyképesség fenntartására irányuló uniós közpolitikai szabályozási együttes milyen elemekből épüljön fel, illetve mely problémák mely közpolitikák területére essenek. Egy másik szabályozási dimenzióban felmerül az a kérdés is, hogy mely problémákat szükséges és indokolt az EU szintjén kezelni, illetve hol vannak beavatkozási pontok a tagállami szakpolitikai eszközök számára (Valentiny, 2020).

A szabályozott életviszonyok terén megvalósuló konvergencia szükségképpen összemossa a szabályozási területek határait is, a *konvergencia* fogalmával itt arra a jelenségre utalva, amikor korábban elkülönülő iparágak összekapcsolódnak, és az eredetileg az eltérő iparági logikák szerint szerveződő értékláncok összefonódnak (Mariniello, 2022). A hagyományos szabályozási logika mentén rendkívül nehéz lehatárolni az egyes gazdasági jelenségeket és beilleszteni azokat az egyes szakpolitikák (versenypolitika, iparpolitika, kereskedelempolitika, ágazati szakpolitikák stb.) hagyományos keretrendszerébe.

A hagyományos compliance logika a megfelelés hatókörét két fő dimenzió mentén osztja fel: (i) kötelező versus önkéntesen vállalt normák, illetve a (ii) horizontális (ágazatfüggetlenül, általános jelleggel alkalmazandó) versus vertikális (ágazatspecifikus) szabályozási elvárások mentén (Kocziszky & Kardkovács, 2020). A 11. ábra azt vázolja fel, milyen problémákkal szembesültek a digitális vállalkozások, amikor a platformszabályozás magjához tartozó két új jogszabályt, a DMA-t és DSA-t a horizontális, illetve az ágazatspecifikus szempontok szerint megpróbálták beilleszteni a korábbi megfelelési hatókörbe, ún. *compliance scope*-ba.

Az első felismerés, amellyel szembesültek, hogy a horizontális szabályozás körében a régről jól ismert szabályok is új köntöst kaptak, így például a fogyasztóvédelmet a *New Deal for Consumers* által a digitális gazdaság elvárásainak megfelelően megfogalmazott és az Omnibus Irányelvben

felvázolt szabásminta alapján újraszabták. A korábbi gyakorlat alapján bevettnek tekinthető horizontális szabályozási területek (fogyasztóvédelem, adatvédelem) mellett a digitális transzformáció olyan új horizontális területeket alakított és alakít ki, amelyek ágazatfüggetlenül relevánsak, ide sorolhatók például az adatáramlás, a születőben lévő adatgazdaság (Data Act, Data Governance Act), a mesterséges intelligencia (AIA, AI Liability Directive), valamint a kiberbiztonság (NIS, NIS2, ECI, CER, EIDAS, Cyber Resilience Act).



11. ábra

A platformszabályozás, és azon belül a digitális ágazat problémája a hagyományos compliance logikában

Forrás: saját szerkesztés

Egy piaci bonmot szerint a DMA „genetikai felépítéséhez” a versenyjog adja a DNA-t, azonban compliance szempontból a DMA és a szintén a horizontális szabályrendszerhez tartozó antitröszt viszonya a legnehezebben értelmezhető. A szabályozás komplementer jellege különösen azon magatartások tekintetében merül fel, amelyek ugyan alapvető platformmagatartásként azonosíthatók be, azonban az azokat nyújtó vállalkozás nem éri el a kapuőri minősítés kritériumait. Ez egyrészt a regionális platformok vonatkozásában releváns, másrészt azt teszi vizsgálандóvá, hogy vannak-e olyan globálisan is jelentős platformszolgáltatók, amelyek európai jelenléte ugyan nem alapozza meg a DMA alapján a kapuőri pozíciót, azonban valamely gazdasági ökoszisztémába történő belépést, illetve az abban történő működés feltételeit meghatározzák. Az alapvető platformmagatartások taxatív felsorolása a DMA-ben pedig szükségszerűen felveti, hogy az ide nem sorolható, de a platformműködésre visszavezethető magatartások vizsgálata miként zajlik majd. E kérdések részletesebb vizsgálatára, a DMA joggyakorlatának antitrösztre gyakorolt hatását, valamint a DMA-be beépített feedback hurokban rejlő lehetőségeket is mérlegelve, a 6.2. pontban részletesebben is kitérünk.

A vertikális, ágazatspecifikus irányból nézve, a DSA sokkal jobban megfogható a hagyományos piacsabályozási logika mentén, hiszen itt teljes a „lefedettség” a jogszabály által kijelölt személyi hatály vonatkozásában nem jelentkeznek olyan konzisztenciaproblémák, mint a 3.3. pontban ismertetett kapuőrsabályozásra történő áttérés kapcsán. Az egyik szakmai egyeztetés során a probléma (az előző ábrát is ihlető) személetes megfogalmazása hangzott el, miszerint „a DMA mögül kilóg az antitröszt”, míg a platformszabályozási ikerrendeleteket szabályozáslogikailag közvetlenül határoló hírközlési és kiskereskedelmi szabályokba ezzel szemben a jelentős piaci

erővel rendelkező sajátos szabályok révén „beépítésre került”. Az itt leírt compliance-percepció problémát Zódi (2023) a platformjog kétarcúságával igyekszik megragadni. Ebben a megközelítésben az ágazatspecifikus szabályok körébe sorolhatók a platformok jellegzetességeiből, (például az adat- és algoritmusvezéreltségből, és a hálózati hatásokból) fakadó hatásokra irányuló szabályozási elemek, a horizontális platformszabályok pedig mindazokra az ágazatokra, szektorokra, életviszony-csoportokra kiterjed, amelyekben az adott platform funkcionál (gondoljunk az operációs rendszerekre, vagy a mobilökoszisztémákra).



12. ábra

A digitális szektor az egységes európai piac szabályozási ökoszisztémáinak rendszerében
 Forrás: Európai iparstratégia (Európai Bizottság, 2020e) nyomán saját szerkesztés

Ha a platformok által reprezentált életviszony-csoportok mentén gondolkodunk tovább, abból azonban az következik, hogy a compliance hatókör-meghatározási keretben a horizontális versus vertikális szabályozási elhatárolás meghaladtá vált, a platformjog hatókörének keretrendszerét nem az ágazatok, hanem az ökoszisztémák elemzése révén lehet meghatározni.

Az európai platformszabályozás az uniós iparpolitika rendszerében elhelyezve vizsgálandó, hiszen annak célrendszere teremti meg az illeszkedési pontok a nemzetközileg versenyképes iparági működés feltételeinek megteremtésére irányuló szabályozási kezdeményezések köréhez. Iparpolitikáról beszélve is hangsúlyoznunk kell, hogy az ipar fogalmi keretrendszerének határai is mindinkább elmosódnak, ezért a hagyományos „brick-and-mortar” megközelítések újraértelmezése válik szükségessé (Voszka, 2019). Ez megjelenik az európai iparpolitikában is, amely már az ágazati ökoszisztémák rendszerében kezeli az uniós iparpolitika által felrajzolt fő irányokat, amelyek az európai növekedés és versenyképesség biztosítékát (i) az okostechnológiákban, (ii) a mesterséges intelligencia és robotizáció alkalmazásában, (iii) a nagy méretű adatállományok feldolgozásában, valamint (iv) az IoT-ban rejlő lehetőségek kiaknázásában és (v) a nagy teljesítményű számítástechnikai rendszerek fejlesztésében jelöli ki (Európai Bizottság, 2017). Ebben a szabályozási paradigmában az európai iparpolitika a digitális iparágakat az egységes európai piacot alkotó 14 ipari ökoszisztéma egyikeként kezeli (12. ábra), mintegy megerősítve az ökoszisztémákon alapuló compliance-elemzési keretrendszerre történő áttérés szükségességét.

4.3.3 KONNEKTIVITÁS – AZ INTERNET ÖKOSZISZTÉMA SZEREPE

A digitális iparágak, a platformok, a DMA szerinti digitális ágazatba tartozó valamennyi szolgáltatás, akármilyen irányból is közelítjük meg vagy csoportosítjuk a jelenségeket, közös technológiai és infrastrukturális alapokon nyugszik, az interneten. E szolgáltatások több szálon is közvetlenül és közvetve kapcsolódnak az internet ökoszisztémához, az esetek többségében a nyílt interneten nyújtott OTT-szolgáltatásnak minősülnek.

Nem véletlen, hogy Digitális évtized 2030 szakpolitikai program keretében az egyik központi célkitűzés a biztonságos és fenntartható digitális infrastruktúrák megteremtése, és azon belül is a magas szintű konnektivitást biztosító gigabites internethozzáférés biztosítása.⁴⁷ Ennek kapcsán egy új ágazat fogalma került be az uniós terminológiába: az összekapcsoltság biztosítására irányuló tevékenységeket összefogó *konnektivitási ágazat*. 2023 februárjában ehhez az Európai Bizottság egy új kezdeményezési csomagot is kibocsátott. Ennek részeként egy feltáró konzultációra is sor került, melyre 2023. május 17-ig lehetett a válaszokat benyújtani, és e válaszok feldolgozása a kézirat lezárásakor még folyamatban volt.⁴⁸ A feltáró konzultáció célja végső soron annak tisztázása, hogy ki fizesse a révést, azaz a digitális átalakulás előnyeit élvező valamennyi szereplőnek méltányosan hozzá kell-e járulnia a konnektivitási infrastruktúrába történő beruházásokhoz, és ha igen, akkor ez milyen szabályozói intézkedést igényel.

A konzultáció középpontjában a szakmai köznyelvben leginkább „*OTT fair share*”-ként hivatkozott vita áll, az internet-ökoszisztémában aktuálisan érzékelhető feszültség forrásainak megértésére irányul. Ez a feszültség azonban tovagyűrűző hatásokkal jár, hiszen számos olyan értékteremtő folyamat, értéklánc kapcsolódik össze az internet ökoszisztéma csomópontjain, amelyek az iparpolitikai célok megvalósítása szempontjából közvetlenül is relevánsak.

Az OTT fair share vita egyebek között azt a kérdést vonja maga után, hogy ez a szabályozási probléma az elektronikus hírközlés vagy a születőben lévő új szabályozási terület, a platformjog körébe illesztendő-e, illetve hol húzódnak e szakpolitikák határai, mely szakpolitika eszköztára alkalmas a feszültségek kezelésére. A szerző álláspontja szerint a platformok problematikáját nem lehet leválasztani az internet ökoszisztémáról, így a szélesen értelmezett platformjogba ez a konnektivitási logika köré szerveződő ökoszisztéma is beletartozik. Csak röviden visszautalva az ágazati megközelítés meghaladottságára, ezzel párhuzamosan kérdésessé válik, hogy fenntartható-e az elektronikus hírközlés terén a hagyományos zárt szabályozott ágazati megközelítés. Ez burkoltan már akkor is előkerült, amikor a számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatásoknak minősülő OTT-szolgáltatások bekerültek az Európai Elektronikus Hírközlési Kódex elektronikus hírközlési szolgáltatásai közé (erre bővebben az 5.3.4. pontban térünk ki), az audiovizuális OTT szolgáltatások tovább feszítik ezt a keretet. Az internet ökoszisztéma az internet-, média- és szerzői jogi⁴⁹ értéklánc mellett számos egyéb értékteremtő folyamatba (adatgazdálkodás, felhőszolgáltatások, biztonsági és reziliencia szolgáltatások, e-

⁴⁷ A tervek szerint a helyhez kötött szolgáltatásokat igénybe vevő minden végfelhasználóra gigabites hálózat terjed ki a hálózati végpontig, és minden lakott területre olyan új generációs vezeték nélküli nagy sebességű hálózat terjed ki, amely legalább az 5G-vel egyenértékű teljesítménnyel rendelkezik, a technológiásemlegesség elvével összhangban.

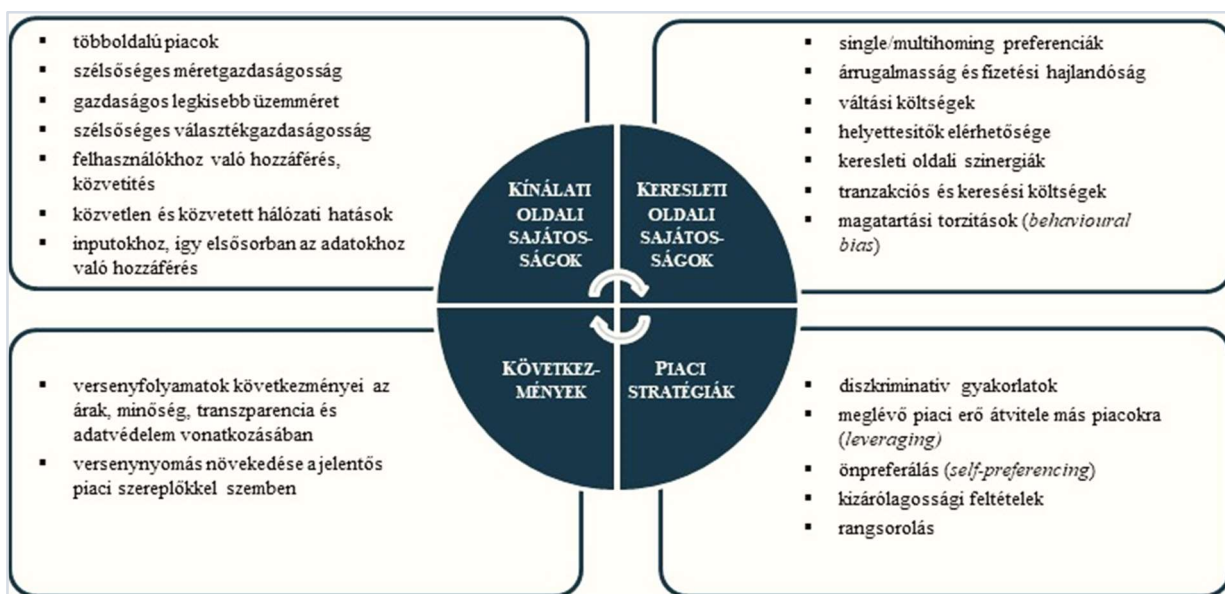
⁴⁸ Konzultáció a távközlési ágazat jövőjéről. (Letöltés dátuma: 2023. március 1., forrás: https://ec.europa.eu/commision/presscorner/detail/hu/ip_23_985.)

⁴⁹ A szerzői jogi értéklánc kérdéseinek részletes tárgyalása nem tartozik jelen tanulmány vizsgálati körébe, ugyanakkor ennek jelentőségét jelzi, hogy a Competition and Markets Authority 52. lábjegyzetben is hivatkozott piacvizsgálatát kezdeményező parlamenti bizottsági jelentés nagy hangsúlyt szentelt a streaming szolgáltatások vonatkozásában e kérdésnek. House of Commons – Digital, Culture, Media and Sport Committee: Economics of music streaming. (Letöltés dátuma: 2022. július 20., forrás: <https://committees.parliament.uk/publications/6739/documents/72525/default>.)

kereskedelem stb.) is mélyen és szervesen beágyazódott, ami egyértelműen jelezi, hogy a digitális iparágak komplex szabályozási ökoszisztémájának tartós egyensúlya ezen áll vagy bukik.

4.4. GLOBÁLIS PLATFORMOK ÉS FESZÜLTSEGEK AZ INTERNET ÖKOSZISZTÉMÁBAN⁵⁰

A platformok működése révén egy sajátos közvetítő jellegű, és ugyanakkor interaktivitást biztosító digitális gazdasági értékteremtő tevékenység jön létre. A globális platformok piaci ereje, az audiovizuális OTT szolgáltatások elterjedése és a hálózatsemlegességi elvárások együttesen azonban ezen értékteremtő tevékenység jövedelmeinek és gazdasági terheinek allokációja vonatkozásában jelentős átrendeződést eredményeztek.



13. ábra

Az internet ökoszisztéma piaci dinamikáját meghatározó tényezők

Forrás: BEREC Report on the Internet Ecosystem (2022) nyomán saját szerkesztés

A korábbiakban rámutattunk arra, hogy a digitális gazdaságot alkotó egyes piacok fejlődési üteme jelentősen eltérő (2.4.1. pont). Dinamikus változás jellemzi a digitális szolgáltatások, digitális tartalmak és a digitális elemeket tartalmazó áruk piacait, amelyek általában valamilyen interneten nyújtott szolgáltatást is tartalmaznak, így az üzleti modellben megjelenő értékelemek részben vagy egészben OTT szolgáltatásként valósulnak meg. Az internethozzáférés, a konnektivitás és az internetkapcsolat minősége az üzleti stratégiát és az ennek megvalósítását biztosító operatív modellek működését meghatározó tényező. Az OTT szolgáltatásokat jellemző gyors növekedés és dinamikus változás, illetve az internet-infrastruktúra stabilitás iránti igénye közötti feszültség a szerző álláspontja szerint jelentős kockázatokat jelent. Miután a DMA-ban szereplő alapvető platformszolgáltatások is javarészt e körbe tartoznak, így a DMA és az internet ökoszisztéma kapcsolata kapcsán nem meglepő, hogy a BEREC (2022c) vizsgálata alapján az látható, hogy az internet ökoszisztéma dinamikáját meghatározó tényezők (13. ábra) jól tükrözik a DMA-ból ismert problematikát. Az OTT fair share körüli feszültség a platformműködés lényegével legalább olyan szorosan összefügg, mint a DMA-vel célba vett problémák, és az

⁵⁰ A jelen pontban foglalt és azó részben átdolgozott kutatási eredmények első publikációjára (85%-os szerzőségi arány mellett) „Ki fizeti a révést? – A konvergens hírközlési szolgáltatók az átalakuló szabályozási ökoszisztémában” címmel a Verseny és Szabályozás 2022 című kötetben került sor (Firnics és mtsai., 2023).

internet ökoszisztéma vizsgálata nagyon jó példa arra, hogy ezen keresztül *a platformok egyes ökoszisztémákban betöltött koordinatív funkciójának, piacszervező erejének működésébe* bepillanthassunk.

4.4.1 AZ OTT ALAPÚ AUDIOVIZUÁLIS TARTALOMSZOLGÁLTATÁSOK: MÉDIAPIACBÓL TARTALOM-FOGYASZTÁSI PIAC

A feszültség jelenleg az online streaming szolgáltatásokat (is) nyújtó platformok működése körül csúcsosodik ki. Ehhez kiindulásként a média-értéklánca történő rövid betekintés szükséges, az értekezés azonban nem vállalkozhat a médiapiaci szerkezet változásának átfogó elemzésére. A továbbiakban azoknak a fő momentumoknak a kiemelésére szorítkozunk, amelyek azt illusztrálják, hogy (i) az értéklánccok hogyan fonódnak össze, (ii) ez hogyan vezet el az internet-értéklánc átalakulásához, és (iii) ez hogyan függ össze a DMA-ben megjelenő platform-szabályozással.

Az 5.3.4. pontban – a DMA horizontális interoperabilitási elvárásainak kontextusában – tárgyaljuk az OTT szolgáltatások személyközi kommunikációval kapcsolatos csoportját, amely az Európai Hírközlési Kódex megalkotásának időszakában az érdeklődés homlokterében állt. Jelenleg (az 1. diagram és a 2. diagram által is felvázolt internetforgalmi tendenciákból következően) az OTT alapú szolgáltatások másik alcsoportja, a médiaszolgáltatások, és ezen belül is elsősorban az OTT alapú audiovizuális tartalomszolgáltatások, azaz a hangos vagy néma mozgóképeket, álló képeket is magában foglaló médiaszolgáltatások, így különösen az audio és videó tartalmak jelentik a legnagyobb kihívást. Az értékláncon belüli feszültség gyökere, hogy mivel ezek a szolgáltatások az interneten alapulnak, így a tartalomszolgáltatónak nem kell igénybe vennie a hagyományos terjesztési lehetőségeket, hiszen a technológiai fejlődésnek köszönhetően közvetlenül is el tudja érni a tartalomfogyasztó közönséget.

A médiapiaci értéklánc is átalakul ezáltal, hiszen a műsorterjesztő vállalkozásokkal párhuzamosan maguk a tartalomszolgáltató vállalkozások is közvetlen kapcsolatba kerülnek a végfelhasználókkal, és így az újmédia térnyerése elvonja a keresletet a hagyományos műsorterjesztési szolgáltatásoktól. Az elmúlt évtizedek konvergencia-folyamatai nyomán a médiapiacon belül is átrendeződtek, egymásba mosódtak a korábban még jól elhatárolható szegmensek (mint például a személyes és a tömegmédia), meghatározóvá vált az audiovizuális tartalmak fogyasztása.⁵¹ Az újmédia fogalma kívánja megragadni a médiaágazatban végbemenő gyökeres változásokat, amelyek a technológiai fejlődés eredményeként jelentek meg. Az újmédia körébe tartozik ugyanis minden olyan médiaszolgáltatás, amely az elektronikus hírközlési hálózatok valamely formájának útján válik elérhetővé, így ide sorolhatók mindazon tömegkommunikációs tartalmak és az ezekhez kapcsolódó eszközök, amelyek a tartalmakhoz történő hozzáférés új lehetőségeit, így különösen az interaktivitást és a tartalmak személyre szabását biztosítják. A jelenség azonban számos irányból megközelíthető. Az újmédia koncepciója a média irányából adott értelmezés a változásokra, ezzel párhuzamosan az internet közösségalkotó hatásainak interpretációjára kialakult a web 2.0 fogalma. Ez azt a jelenséget írja le, hogy alig van olyan internetes oldal, amely köré ne szerveződne valamilyen egymással akár interaktív kapcsolatban is álló közösség, és ennek a kapcsolatrendszernek mind szélesebb körben már az (audiovizuális) tartalom megosztása is részét

⁵¹ Megjegyzésre érdemes, hogy az újmédia megjelenése médiaszabályozási kérdéseket is felvet. A hagyományos műsorterjesztőknek meg kell felelniük olyan jogszabályi előírásoknak (így például a médiapluralizmusnak, must carry kötelezettségeknek), amelyek nem terjednek ki az OTT szolgáltatásokra. A hagyományos műsorterjesztő szolgáltatásokat igen jelentős szerzői jogdíj fizetési kötelezettség is terheli, és a feszültségekhez hozzájárul, hogy egyes on-demand szolgáltatások esetében mindezek a körülmények kiegyenlítően erőviszonyokat eredményeznek ezen a piacon és nem a hatékonyságon alapuló versenyelőnyt biztosítanak az OTT szolgáltatók számára.

képezi. A web 2.0 egyes szolgáltatásait gyakran a közösségi internetmédiá fogalommal jelzik, így nem véletlen, hogy az újmédia fogalmával szoros összefüggésben áll, jelentős részben átfedik egymást (Gálik & Urbán, 2016; George & Scerri, 2007).

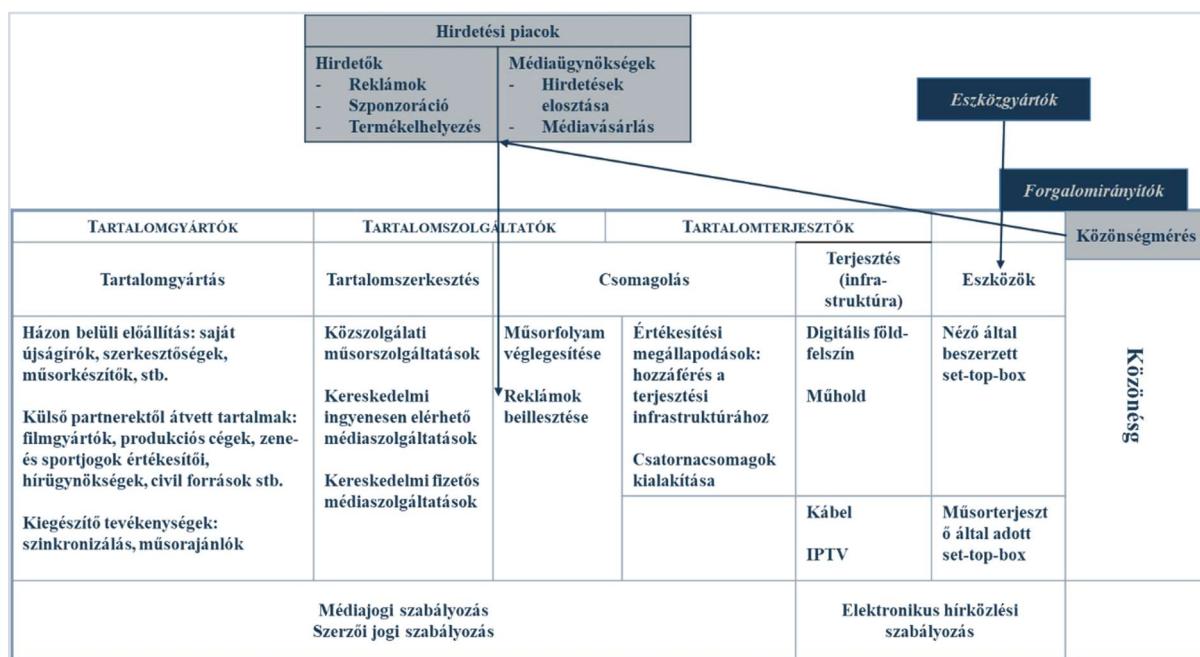
A médiapiaci értéklánc a tartalom köré szerveződik, azzal, hogy a fogalmat kiterjesztő értelemben használjuk. Az egyes tartalomtípusok mára már teljesen összemosódtak, ma már nem feltétlenül érdemes és/vagy lehetséges elkülöníteni a hagyományos, linearitáson alapuló lapkiadást, a rádió- és televízió-műsorszolgáltatásokat/médiaszolgáltatásokat, valamint az interaktivitást előtérbe helyező OTT szolgáltatások térnyerését követően kialakult hibrid jellegű tartalmakat.

Az OTT szolgáltatások térnyerése előtt tipikusnak tekinthető audiovizuális tartalomszolgáltatási értéklánc bemutatására a hagyományos lineáris televízió szolgáltatást vizsgáljuk, hiszen ez azonosítható az átalakulást közvetlenül megelőző – a klasszikus értelemben vett műsorrá alakított audiovizuális tartalom terjesztésének – kezdeti domináns modelljeként. E modell értékláncában a főszerepet a tartalomgyártók, a tartalomszolgáltatók (médiaszolgáltatók) és a tartalomterjesztők (műsorterjesztők) játsszák. A tartalomgyártók hozzák létre azokat az egyedi tartalmakat, amelyekből a közönség által fogyasztott tartalomszolgáltatás összeáll. A mediaszolgáltatók, a televíziós csatornák tulajdonosai, a házon belül előállított vagy külső partnerektől beszerzett egyedi audiovizuális tartalmakból a csatornára jellemző műsorportfóliót alakítanak ki, azt műsorrendbe szerkesztik.

A tartalomcsomagolás, mint az értéklánc következő szintje, a már szerkesztett tartalom technikai átvitelre történő előkészítését jelenti. A műsoroknak a tartalomgyártóktól az előfizetőkhez történő eljuttatása több elemből épül fel: a csatornák műsorfolyamának elkészítése során a mediaszolgáltatóknak még módjuk van tartalmi módosításokat végezni a már megszerkesztett egyedi műsorszámokon, illetve ebben a fázisban illesztik be a reklámokat. Az értékesítési megállapodások révén a műsorterjesztők is befolyásolják a kínálatot, mivel az értékesítési megállapodások határozzák meg, hogy a műsorterjesztő mely műsorszolgáltatás számára biztosít hozzáférést a hálózathoz, majd a különböző csatornákból különböző tartalmú és díjú csatornacsomagokat alakítanak ki (GVH, 2021). A médiapiaci értéklánc utolsó szintjét alkotják a tartalomterjesztők, azaz az infrastruktúra-szolgáltatók, melyek tipikusan előfizetési díj fejében vezetékés vagy vezeték nélküli infrastruktúrájuk útján képesek a tartalmat az egyidejű változatlan lineáris műsorterjesztési szolgáltatás keretében eljuttatni a fogyasztó végberendezésére.

Az OTT szolgáltatások szempontjából nem csupán a már piacon lévő piaci szereplők – így az értekezés szempontjából mindenekelőtt a konvergens szolgáltatók műsorterjesztési piacon betöltött - helyzetének és szerepének alakulása fontos elemzési irány, számos új szereplő és jelenség megjelenésével is számolnunk kell. Az NMHH 2014-ben pillanatfelvételt készített és konzultációt hirdetett az OTT szolgáltatások által a médiapiaci szerkezetre gyakorolt hatások értékelésére és feldolgozására. Az NMHH ugyanis a tartalomfogyasztás és a kommunikáció olyan átalakulását észlelte a piacon, melynek fő generátoraként az internet volt beazonosítható. Konzultációs anyagában a hatóság a változás fő eredőiként az alábbiakat jelölte ki: (i) a tartalomterjesztési ökoszisztéma megváltozása, (ii) a „hagyományos” média szerepének átalakulása és ennek a demokratikus közéletre gyakorolt hatásai, (iii) a tartalomfogyasztás módjának drasztikus átalakulása. (NMHH, 2014) Az online streaming platformok megjelenése kiemelt szerepet játszik az OTT szolgáltatások internet-értéklánca gyakorolt hatásában. Az online streaming platformok, azok fejlődése, valamint a streaming-piac egyes szegmenseinek működési sajátosságai jelenleg is a nemzeti szabályozó hatóságok érdeklődésének homlokterében állnak.⁵²

⁵² A továbbiakban a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) magyar műsorterjesztési piacra vonatkozó vizsgálatának 2021 decemberében közzétett eredményeit vesszük elsősorban számba, ugyanakkor jelezzük, hogy a Competition and



14. ábra

A lineáris műsorterjesztés értéklánca

Forrás: Firniksz és mtsai (2023), GVH (2021), Gálik & Urbán (2016)

Az online streaming platformok megjelenésével a 14. ábra által bemutatott hagyományos lineáris műsorszolgáltatási logikától teljesen eltérő, a klasszikus televíziószolgáltatás piacától teljesen független önálló audiovizuális tartalomszolgáltatási piacok alakultak ki. Megjelentek a video-on-demand szolgáltatások, amely lehetővé teszik, hogy a tartalomszolgáltató által összeállított kínálatból kiválasztott egyedi elemek - az okoseszközök térnyerésével mind rugalmasabbá váló tartalomfogyasztási szokásoknak - megfelelően a tartalomfogyasztó által kiválasztott időpontban legyenek megtekinthetők, meghallgathatók. A tartalomfogyasztás további előfeltétele, hogy a felhasználó rendelkezzen valamely hírközlési szolgáltatónál internethozzáférési (vezetékes, mobil vagy egyéb vezeték nélküli) szolgáltatás igénybevételét biztosító előfizetéssel.

Az online streaming platformok közül a GVH ágazati vizsgálatában a megkérdezett vállalkozások egyhangúlag a Netflixet jelölték meg kiemelten fontos, a televíziózás piacára közvetlenül ható, sőt akár – mint ahogy azt az alábbiakban is láthatjuk – az értéklánc részévé váló jelentős tényezőként (GVH, 2021). A Netflix globális szerepét jelzi, hogy az internetes összforgalom arányában a Netflix az első helyen szerepel, mint a legnagyobb piaci részt lefedő applikáció, mind a két amerikai kontinens (19,25%), mind pedig az Európát, Közép-Keletet és Afrikát magában foglaló régió (16,10%) vonatkozásában, illetve az ázsiai-ausztráliai régió esetében is benne van az első tíz legnagyobb internetforgalmat generáló applikáció körében (Sandvine, 2022).⁵³ Az online streaming szolgáltatások üzleti modelljének három fő irányát a 8. táblázat vázolja fel azzal,

Markets Authority 2022. január 27-én indított, a zenei és streaming szolgáltatásokat érintő piacvizsgálatának lezáró értékelése szintén fontos adalékokkal szolgálhat e piaci működés szabályozási megítéléséhez. (Letöltés dátuma: 2023. február 20., forrás: <https://www.gov.uk/government/publications/music-and-streaming-market-study-final-report>.)

⁵³ A Netflixéhez hasonló modellben működő platformokra még felhozható jelentősebb példaként a globális szolgáltatók köréből az Amazon Prime, az Apple TV, HBO Max, Disney+ illetve a nemzeti piacok vonatkozásában a Filmio, melyet a Nemzeti Filmintézet működtet, vagy a magyar művészmozik kínálatára épülő Cinego.

hogy ezen a szolgáltatási piacon is erőteljesen érzékelhető a *tartalom-hibridizációs folyamat* (például a Netflix integrálja a játékszolgáltatásokat).

ELŐFIZETÉSES MODELL (subscription video-on-demand: SVOD)	TRANZAKCIÓALAPÚ MODELL (transactional video-on-demand: TVOD)	REKLÁMALAPÚ MODELL (advertising based video-on-demand: AVOD)
A fix előfizetői díj fejében a néző teljeskörű és korlátlan hozzáférést kap valamennyi, a szolgáltató által kínált tartalomhoz.	A szolgáltató egyedi hozzáférést biztosít a kínálatban szereplő egyes médiatartalmakhoz, így a néző csak az általa ténylegesen igénybe vett tartalmakért fizet, modelltől függően megvásárolja vagy meghatározott időre digitálisan kikölcsönözi a médiatartalmat.	A szolgáltató a reklám-bevételekre épít, ezért a reklámtartalmak fogyasztására tekintettel ingyen teszi lehetővé a műsортartalmak megtekintését.
Netflix, HBO Max	IPTV video-on-demand szolgáltatások	RTL Most és TV2 Play

8. táblázat

Az online streaming szolgáltatások üzleti modelljének alaptípusai

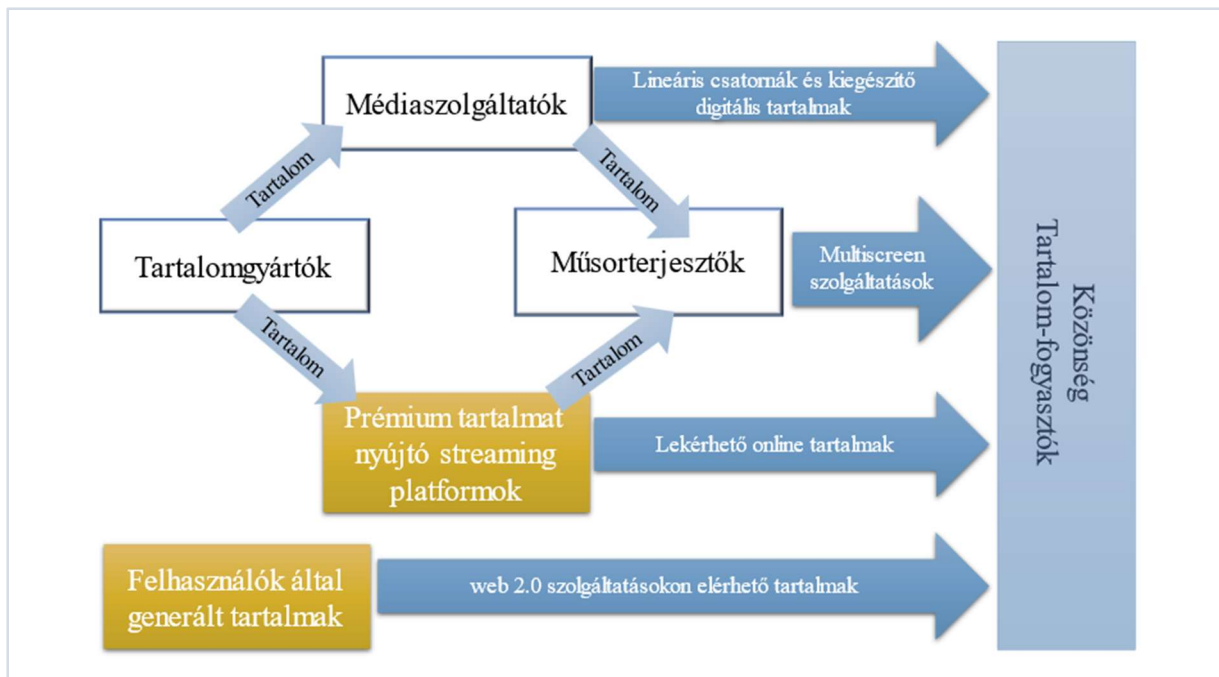
Forrás: Firniksz és mtsai (2023), GVH (2021)

A prémium tartalmak vonatkozásában jelentős változás állt be az elmúlt fél évtized során. Körülbelül a 2010-es évek közepéig ezek a filmek, zenei vagy sporttartalmak elsősorban offline csatornákon voltak elérhetők, és meghatározott sorrendben zajlott a terjesztésük. A filmek először a mozikban jelentek meg, majd fizikai formában DVD-ken, illetve a fizetős (pay-tv) csatornákon terjesztették őket, míg végül az ingyenes (free-to-air) csatornák zárták a sort. Az OTT szolgáltatók pénzügyi erejének növekedésével lehetővé vált azonban, hogy ezek a szolgáltatók is belépjenek a tartalomgyártásba, és 2019-re a sporttartalmakon kívüli szórakoztató tartalmak piacán a Netflix 18%-os piaci részesedésével a második legnagyobb szereplővé vált, melyet csak a Disney előzött meg ezen a téren (Freyberg & Rand, 2022). *Az OTT szolgáltatók, és köztük egyes potenciális kapuőrök tartalomgyártás terén játszott jelentős piaci szerepét* jelzi az a koncentrációs folyamat, amelynek egyik fontos mérföldkövéként említhető, amikor az Amazon 2021-ben megvásárolta a Metro-Goldwyn-Mayer Studios-t, Hollywood egyik legrégebbi és leghíresebb stúdióját, hogy be tudjon szállni a Netflix és a Disney által támasztott versenybe.⁵⁴

A prémium tartalmak mellett azonban az internetes tartalomfogyasztás mind nagyobb hányadát teszik ki azok az internet-specifikus tartalmak, melyek kimondottan az online tartalomfogyasztás sajátosságaihoz igazodnak, ilyen – javarészt felhasználók által felhasználók számára feltöltött – tartalmak érhetők el a YouTube-on. Az online tartalomfogyasztási szokások mentén azonban

⁵⁴ Az Európai Bizottság 2022. március 15-én hagyta jóvá az összefonódást. „Mergers: Commission approves acquisition of MGM by Amazon. Letöltés dátuma: 2022. május 15., forrás: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/ip_22_1762.

kialakulnak olyan sajátos műfajok is ezen a téren, mint az influenszer-tartalmak, illetve mindinkább elmosódnak a határok a közösségi média és az online streaming szolgáltatások között.⁵⁵



15. ábra

Az OTT szolgáltatások megjelenése a média-értékláncban

Forrás: Firniksz és mtsai (2023), GVH (2021)

A lineáris műsorterjesztési piac hagyományosan két fő üzleti modell mentén működött: egyrészt az ingyenes/kódolatlan (*free-to-air*), másrészt a fizetős/kódolt (*pay-tv*) szolgáltatások különíthetők el. A video-on-demand tartalmak mind szélesebb körének elérhetővé válásával a tartalomfogyasztás belső arányaiban mindinkább háttérbe szorulnak a médiaszolgáltató által szerkesztett műsorrend köré szerveződő hagyományos lineáris szolgáltatások, mint a klasszikus értelemben vett televíziózás és rádiózás.

A 15. ábra alapján belátható, hogy az OTT szolgáltatások esetén az internetkapcsolat révén közvetlenül elérhetővé válnak a tartalmak, és a tartalomközpontú értékláncból mintegy kikiktatódik a műsorterjesztői szint: a médiaszolgáltató és a fogyasztó közvetlen kapcsolatba kerülnek. Internethozzáférés birtokában az előfizető közvetlenül az interneten keresztül is elérheti a médiaszolgáltatók, illetve a független tartalomaggregátorok kínálatát.

A pay-tv szegmensben a tartalomfogyasztási szokások megváltozása és a növekvő verseny nyomására a műsorterjesztők elkezdtek átalakítani a szolgáltatásportfolióikat, lekövetve a kínálati és keresleti oldal változásait. Az élő lineáris televíziószolgáltatások mellett megjelentek a késleltetett lineáris szolgáltatások, és - kiegészítő jelleggel – megjelentek az OTT alapú VOD szolgáltatások. A GVH ágazati vizsgálatának tipizálása szerint a hagyományos televíziós médiaszolgáltatók OTT szolgáltatásainak elérése megvalósulhat közvetlenül is (mint például a TV2 Play esetében), fennáll a közvetlen előfizetési lehetőség (például az HBOMax-nál), ugyanakkor bevett a gyakorlatban az a konstrukció is, hogy tartalomfogyasztók a

⁵⁵ A Tik-Tok például már kimondottan videótartalmak megosztására fókuszál, ugyanakkor a „hagyományos” közösségi médiában, mint például a Facebookon vagy a LinkedIn-en is mind több videó megosztására kerül sor.

műsorterjesztőkkel fennálló előfizetésük keretében – közvetített szolgáltatásként – férnek hozzá az OTT alapú audiovizuális tartalmakhoz, így például akár a YouTube-hoz is.⁵⁶

A médiaszolgáltatók körében mindinkább elterjed, hogy saját applikációkat hoznak létre a műsorterjesztők online/IPTV platformjaihoz (például RTL Most+), így – ahogy arra a GVH ágazati jelentése is rámutat – egyidejűleg van arra mód, hogy egy átfogó platform részévé váljon, de ugyanakkor saját márkakörnyezetét megtartva jelenjen meg az online tartalom (GVH, 2021). A szintén internet protokollon megvalósuló IPTV és az OTT-tartalomszolgáltatás annak mentén határolható el, hogy míg az IPTV jelfolyamát a szolgáltató saját hálózatán, kontrolláltan továbbítja, addig az OTT szolgáltató a szélessávú internetkapcsolaton keresztül, minőségi garancia nélkül juttatja el a tartalmat a végberendezéshez. Az IPTV esetében a szolgáltató tehát teljes egészében gondoskodik a médiatartalom eljuttatásáról, beleértve a minőségi követelményeket is.

A médiaszolgáltatók mellett maguk a műsorterjesztők is megjelennek saját OTT szolgáltatásokkal. A GVH ágazati jelentése a magyar piac vizsgálata alapján arra a megállapításra jut, hogy ezek közül az tekinthető a leggyakoribbnak, hogy multiscreen szolgáltatást biztosítanak, illetve a televíziócsatornák lineáris műsorfolyamait streaming formátumban egy applikáción keresztül továbbítják az előfizetők által regisztrált eszközökre. A műsorszolgáltatók – hasonlóan a médiaszolgáltatókhoz – az OTT szolgáltatásokat jellemzően kiegészítő jelleggel ágyazzák be az előfizetők számára kínált szolgáltatáscsomagokba. A GVH ágazati vizsgálata rámutat ugyanakkor arra is, hogy a hazai piacon ismertek olyan konvergencia szolgáltatói modellek is, ahol az alapvetően elektronikus hírközlési szolgáltatásokat nyújtó piaci szereplők nem lépnek be a hagyományos műsorterjesztési piacra, hanem kizárólag lineáris OTT szolgáltatással vannak jelen. A GVH jelentése e körben a Telenor (Yettel) modelljét hozta fel, mely az NMHH nyilvántartása szerint ugyan IPTV alapú műsorterjesztési szolgáltatásnak minősül, azonban e szolgáltatás szintén mindenki számára elérhető szélessávú internetkapcsolaton keresztül, az igénybevételnek nem előfeltétele a Telenor (Yettel) hang- vagy internetszolgáltatói előfizetőinek körébe tartozás (GVH, 2021).

Az előbbi gondolatmenet nyomán fontos azt is hangsúlyozni, hogy a műsorterjesztésben külön verseny zajlik azon a téren, hogy melyik szolgáltató felületén keresztül valósul meg a tartalomfogyasztás. A nagyobb műsorterjesztők ezért igyekeznek online szolgáltatásaikat platformszerűen kialakítani, amely akár a médiaszolgáltatók és a független B2C streaming platformok applikációit is képes befogadni. Ez utóbbira jó példa, hogy a Netflix szolgáltatására a Vodafone-on keresztül is lehetőség van előfizetni. A Telekom a TV GO nevű platformján igyekszik összefogni minden online televíziós szolgáltatását, feloldva eddig az IPTV előfizetők számára elérhető szolgáltatások elkülönítését, például VOD tartalmak elérhetővé tételével online előfizetők részére is. A végberendezések jelentősége kapcsán a GVH jelentése (2021) ugyanakkor rávilágít arra is, hogy a Telekom 2021-ben új generációs set-top-boxokat vezetett be, amely tulajdonképpen egy Android alapú okoseszköz, ezáltal a Google alkalmazásruhából bármilyen applikáció telepíthető a készülékre, és ilyen módon a tartalomfogyasztás még szélesebb palettáját képes a konvergencia szolgáltató biztosítani.

Freyberg & Rand (2022) jelentésükben rámutatnak, hogy az internetes szolgáltatások egy jelentős részét a fogyasztók szórakozási céllal veszik igénybe, és számos korábbi fizikai eszköz (CD-k, DVD-k, videókölcsönzők, újságok, könyvek, könyvtárak, mozik, játékok és akár egyes

⁵⁶ Azon médiaszolgáltatók esetében, melyeknél jelenleg párhuzamosan hozzáférhető a hagyományos műsorterjesztés keretében a csatornatartalom, továbbá a médiaszolgáltató OTT szolgáltatásai, ott egyelőre a tartalmak nincsenek, vagy csak csekély mértékben vannak átfedésben. A klasszikus médiaszolgáltató és az OTT szolgáltató ebben az esetben azonos piaci szereplő, amely keresve az egyensúlyt egyelőre kényszerben ügyel arra, hogy a két szolgáltatási körben más-más tartalom legyen hozzáférhető, hiszen a hagyományos műsorterjesztés is fontos, mert abból műsordíj/programdíj és reklámbevétel formájában masszív bevétel származik.

társasági események) helyét ezek online megfelelői veszik át, és ez még tovább viszi a hibridizációs folyamatot. A szórakozáshoz kapcsolódó online tartalomfogyasztás átfogja a videó és audio tartalmak, az írott sajtó, a könyvek és a játékok szerepét, és összemosza ezeket a tartalmakat.⁵⁷

A technológiai innováció által mind szélesebb körben elterjedt OTT szolgáltatások hatásaként a beazonosítható egy *funkcionális konvergencia-folyamat*, a tartalomfogyasztás határai kitágulnak, a szórakozási céllal igénybe vett szolgáltatások és tartalmak közötti határok elmosódnak. Ez hozzájárul a figyelemgazdasági tendenciák erősödéséhez, hiszen a felhasználó ideje és figyelme – mint szűk keresztmetszet – határozza meg a versenyt. A funkcionális konvergencia-folyamatok lenyomata ezzel párhuzamosan leképeződik a tartalomszolgáltatási értéklánc valamennyi nemzeti, regionális és globális résztvevőjének üzleti modelljének átalakulásában, és az alábbiakban az is láthatóvá válik, hogy ez az internet-értékláncot sem hagyta érintetlenül.

4.4.2 AZ INTERNET-ÉRTÉKLÁNC ÁTALAKULÁSA

Egy évtizeddel ezelőtt, az OTT szolgáltatások fejlődésének korábbi szakaszában még az elterjedés potenciális korlátjaként merült fel, hogy az OTT szolgáltatók jelentős mértékben ki vannak szolgáltatva az internetszolgáltatóknak, hiszen sem a minőségre, sem a rendelkezésre állásra nincs igazán ráhatásuk (NMHH, 2014). Témánk szempontjából fontos axióma, hogy ez a függő helyzet ugyanakkor kölcsönös, szimbiotikus viszonyt hoz létre, hiszen az internet-szolgáltatók szintén egyfajta kiszolgáltatott helyzetbe kerülnek, mivel az OTT szolgáltatások iránti megnövekedett igények korábban nem látott arányban és mértékben kötik le az átviteli kapacitásokat, és folyamatosan jelentős beruházásokat kell a jó minőségű alaphálózat fenntartása miatt eszközölniük, hiszen az alaphálózat stabilitása, a megfelelő sávszélesség rendelkezésre állása elengedhetetlen a végfelhasználói igények kiszolgálására. Ebből a szempontból fontos szabályozási kérdés, hogy az OTT szolgáltatások tömeges elterjedése, és így különösen a tartalomszolgáltatási értéklánc átalakulása és az ennek hatására bekövetkezett hálózati terhelésnövekedés mennyiben érinti az internet-ökoszisztéma alakulását és milyen feszültségek keletkeznek ennek nyomán.

A digitális átalakulás keretében a gazdaság szereplői digitális technológiákat alkalmaznak az üzleti teljesítményük javítása, a megváltozott fogyasztói igények kielégítése érdekében, és a digitális technológiák alkalmazásának eredményeként a vállalatok új jövedelemforrásokat jelentő, új értéket hoznak létre, illetve új üzleti modelleket alakítanak ki. Az *iparági határok képlékennyé válása* kapcsán a technológiai konvergencia, valamint az ipar és a szolgáltatások erősödő összefonódása mellett a tartalomfogyasztás kapcsán is láthattuk azt a diszruptív jellegű folyamatot, ahogy a digitális korszak eredményeként a digitális technológiai szolgáltatók mint „iparágon kívüli versenytársak” jelennek meg a hagyományos ágazatokban. Sőt, azon túlmenően, hogy a technológiai cégek komoly versenyt támasztanak, esetenként akár ki is szorítják a hagyományos iparágak korábbi vezető vállalatait, mert alapvetően alakítják át a hagyományos piacokon érzékelt működési sajátosságokat (Szalavetz, 2022). Az alábbi táblázatos összefoglaló szemlélteti azt az előbbiekkal párhuzamos folyamatot, melynek során a globálissá váló digitális platformok *több értékhálózt összekapcsoló integrált portfóliót, komplex önálló ökoszisztémákat* építenek ki és ezekben jelentős szerepet kapnak a streaming elemek.

⁵⁷ Az online elérhető „írott” sajtótermékekben mind nagyobb szerepet kapnak a multimédia tartalmak, a beágyazott videókkal. Az online játékok számos formája alakult ki, néhány példaként említve a platform-alapú videojátékokat, az egyéni online játékokat és a többszereplős online játékokat. Ez utóbbiak globális játékközösségeket hoznak össze, és az online streaming platformokon mind gyakrabban jelennek meg a játékok során készített videók.

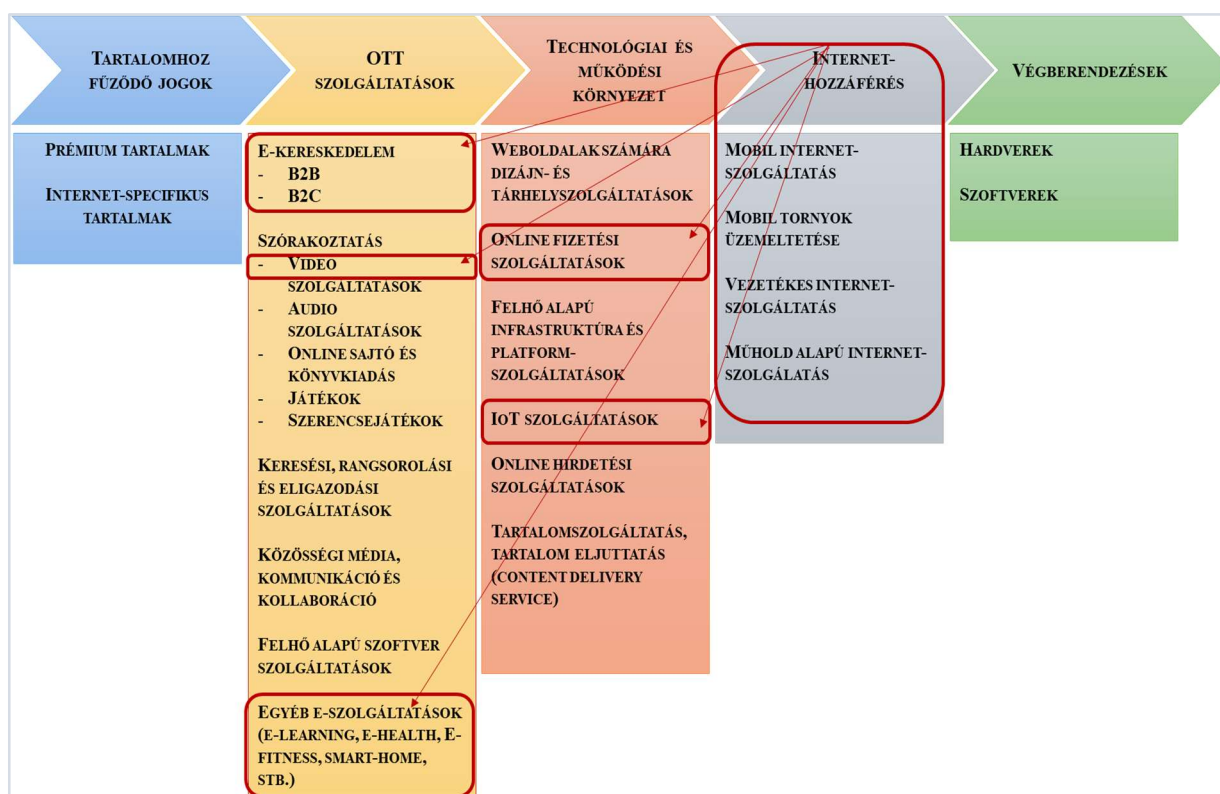
AMAZON	Amazon Prime, Twitch, Amazon.com, Alexa, Amazon Glacier, Amazon Music, Chime
APPLE	Apple TV+, iTunes, iCloud, Apple Software Update, FaceTime, AppleMusic, Apple.com, iCloud Photo Stream, Mac App Store, Siri
NETFLIX	[videó és játék]
META (FACEBOOK)	Facebook, Instagram, Facebook Video, WhatsApp, Facebook Messenger, Oculus Rift
GOOGLE (ALPHABET)	Youtube, Waze, Google Cloud, Google Search, Google Docs, Google Drive, DoubleClick, Gmail, Google Home, Crashlytics, Nest, Locker, Fitbit

9. táblázat

A globálissá váló digitális platformok köré kiépülő portfólió

Forrás: Firniksz és mtsai (2023), Sandvine (2022)

A folyamatok az elektronikus hírközlési szolgáltatók üzleti modelljét sem hagyják érintetlenül, a 16. ábra a konvergencia szolgáltatók szerepének ábrázolásakor abból az alapmodellből indul ki, hogy alaptervekenységük eredetileg a távközlési, illetve a jelen szabályozási környezetben már elektronikus hírközlési szolgáltatásként definiált szolgáltatások körébe esik, és ebből következően az internet-ökoszisztémában elsődleges szerepük az internethozzáférés, a stabil átviteli alpinfrastruktúra biztosítása.



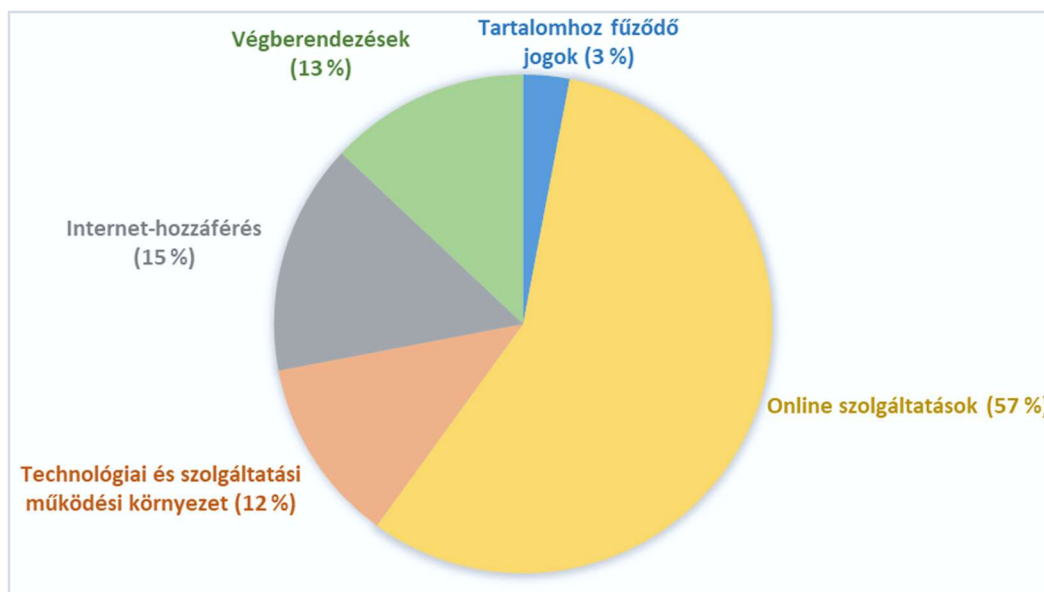
16. ábra

Az elektronikus hírközlési szolgáltatók szolgáltatási portfóliójának bővülése az internet-értéklánc kontextusában

Forrás: Firniksz és mtsai (2023), Freyberg & Rand (2022)

A hírközlési szolgáltatók átalakulása is megkezdődött, innovatív megoldásokat keresnek az internet-értéklánc mentén megjelenő olyan új szolgáltatási területeken, mint az edge computing, az open ran, a big data, az IoT, valamint a biztonsági és reziliencia szolgáltatások (Axon, 2022). A B2C irányban alapvetően az elektronikus hírközlési szolgáltatásokhoz kapcsolódó szolgáltatások (így például a fizetési szolgáltatások, végberendezések és tartozékok e-kereskedelme) felé nyitnak, ugyanakkor például az IoT-szolgáltatások révén a B2B relációban belépnek az ipar 4.0 világába is.

Az OTT szolgáltatások iránti felhasználói igények, jelentős részben a korábbiakban bemutatott tartalomfogyasztási változásoknak és a COVID által is katalizált streaming-növekedésnek köszönhetően, az elmúlt mintegy fél évtizedben gyökeresen átalakultak. A fogyasztói internet-felhasználás terén a videó-streaming túlsúly a globális internetforgalom vonatkozásában is leképeződik. Az adatforgalom növekedési tendenciájában nem várható visszaesés, az átlagos mobilfelhasználó felhasználása 2023-ban a becslések szerint várhatóan 16,2 GB/hónap szintre fog nőni, szemben a 2021-es 8,5 GB/hónap értékkel, míg a vezetékesszélessávú internetet vonal várhatóan 454 GB/hó lesz 2023-ban, szemben a 2021-es 293 GB/hónap értékkel (ETNO, 2022). A tartalomfogyasztási szokások és a médiapiacok átalakulása, valamint az OTT szolgáltatások előtérbe helyeződése – ahogy említettük – ismét ráirányította a figyelmet az ezek alapjául szolgáló passzív infrastruktúra fejlesztéséhez szükséges költségek arányos megosztásával összefüggő szabályozási kérdésekre.



5. diagram

Az internet-értékláncból származó árbevétel globális megoszlása annak szegmensei között (2020)

Forrás: Firniksz és mtsai (2023), Freyberg & Rand (2022), Sandvine (2022)

Nincsen kétség afelől, hogy a digitalizációs folyamat elképzelhetetlen az internethozzáférés és a stabil és jó minőségű átvitel nélkül. A távközlési infrastruktúra által a digitális gazdaság fejlődésében betöltött szerep szabályozói értékelésekor figyelemmel kell lenni a keletkező *pozitív externáliákra, a társadalomra és gazdaságra gyakorolt másodlagos jótékony hatásokra*. Akármilyen magas is az infrastruktúra kiépítésébe befektető magánszereplők hosszú távú nyeresége, az itt keletkező gazdasági előny nagyságrendje meg sem közelíti meg azt a tovagyrúzó pozitív hatást, amelyet az infrastruktúra kiépítése az egész érintett internethasználó közösség számára jelent. A pozitív externáliák gazdasági előnyei az internet-értékláncban elsősorban az OTT szol-

gáltatóknál csapódnak le, a belső arányokat árbevételi oldalról nézve szemlélteti az 5. diagram: az internet-értéklánc 2020-ban realizált globális árbevételének több, mint fele az OTT szolgáltatónál jelentkezett. Az árbevételi arányok alakulása mellett azonban az internet-értéklánc egyes szintjein a CAGR, azaz a befektetések időbeli teljesítményét jellemző kumulatív éves növekedési ráta 17. ábra által felvázolt alakulása is felhívja a figyelmet a belső egyensúlytalanságra.

Szabályozási beavatkozás szempontjából *a jelentős pozitív externáliák mindig vizsgálандók egy potenciális piackudarc szempontjából*, mivel a társadalom számára optimális kimenetet nem szükségképpen veszik figyelembe azok a piaci szereplők, amelyeknél az externáliák ténylegesen keletkeznek, vagy amelyek azokat élvezik. Ennél fogva, ha ezek a piaci szereplők más forrásból nem jutnak ösztönzéshez, saját profitelvárásaik alapján nem szükségképpen teszik meg a társadalom számára kívánatos eredményhez vezető lépéseket. Az internetszolgáltatások (és általában véve az infokommunikációs szolgáltatások) tulajdonképpen az „infrastruktúrák infrastruktúráinak” szerepét töltik be. Rájuk nézve a szabályozási alaphelyzet – nyilván jelentős leegyszerősítéssel – úgy is megfogalmazható, hogy ezek legjelentősebb hozzájárulása a gazdasághoz nem maguknak a szolgáltatásoknak a saját növekedéséből keletkezik, hanem abból, ahogyan ezeket a szolgáltatásokat az egyéb ágazatokban felhasználják (Mariniello, 2022). Szabályozási szempontból ezért az „összekapcsolt” társadalom és gazdaság fejlődésének kontextusában kell a passzív infrastruktúra működési feltételeinek egyensúlyát szem előtt tartani.

		TARTALOM- HOZ FÜZŐDŐ JOGOK	ONLINE SZOLGÁLTA- TÁSOK	TECHNOLÓ- GIAI ÉS MŰKÖDÉSI KÖRNYEZET	INTERNET- HOZZÁFÉRÉS	VÉGBEREN- DEZÉSEK
2008	ÁRBEVÉTEL (Mrd USD)	37	477	188	229	251
	Összetett éves növekedési ráta (CAGR)	3 %	40 %	16 %	19 %	21 %
2015	ÁRBEVÉTEL (Mrd USD)	66	1595	442	586	659
	Összetett éves növekedési ráta (CAGR)	2 %	48 %	13 %	18 %	20 %
2020	ÁRBEVÉTEL (Mrd USD)	186	3792	812	988	897
	Összetett éves növekedési ráta (CAGR)	3 %	57 %	12 %	15 %	14 %

17. ábra

A CAGR alakulása 2008-2020 között az internet-értéklánc szegmenseiben
Forrás: Firmiksz és mtsai (2023), Freyberg & Rand (2022)

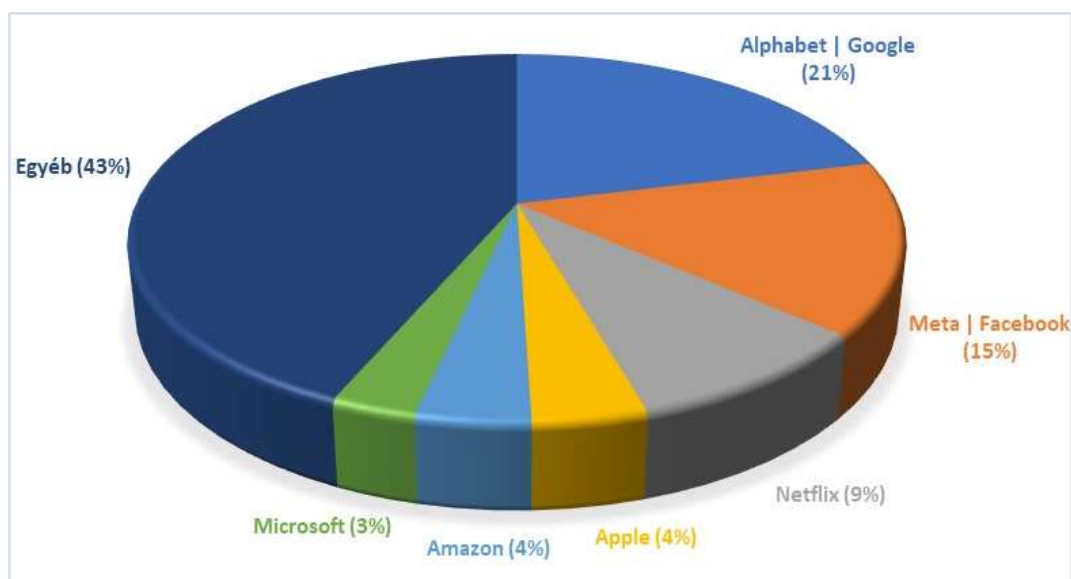
A probléma nem újkeletű, így például az európai távközlési szolgáltatók egyik ágazati szervezete (*European Telecommunications Networks Operators' Association, ETNO*) már 2012-ben a jelenleg vizsgáltakhoz hasonló felvetésekkel fordult a Nemzetközi Távközlési Unió (*International Telecommunications Union, ITU*) világkongresszusához.⁵⁸ A kérdés tárgyalása a hazai piacon is megkezdődött, az NMHH által az OTT szolgáltatásokkal kapcsolatosan kibocsátott konzultációs anyagra (NMHH, 2014) adott egyik észrevétel is rámutatott, hogy az elektronikus hírközlési internethozzáférés-szolgáltatások (infrastruktúra szolgáltatások) és a tartalom-szolgáltatások – mint OTT szolgáltatások – közötti viszony kiegészítő: internethozzáférés szükséges ahhoz, hogy a felhasználók élvezhessék az interneten elérhető tartalmakat, applikációkat és fordítva. Ezt követően a hozzászólás levonta a következtetést, az innovációra ösztönzés

⁵⁸ ETNO paper on Contribution to WCIT ITRs Proposal to Address New Internet Ecosystem (Letöltés dátuma: 2022. október 8., forrás: <https://etno.eu/datas/itu-matters/etno-ip-interconnection.pdf>.)

fenntartása érdekében mind az OTT-, mind pedig az internethozzáférés-szolgáltatóknak részesülniük kell a közösen megtermelt társadalmi, gazdasági többletből. Ha a haszon szinte kizárólag az OTT szolgáltatókhoz, illetve a fogyasztókhoz jut, az azt a veszélyt hordozza, hogy a kölcsönös előnyökkel járó beruházásokat a hozzáférési szolgáltatást nyújtó hírközlési szolgáltatók elhalasztják vagy azok egyszerűen elmaradnak (NMHH, 2015).

4.4.3 A GLOBÁLIS PLATFORMOK SZEREPE AZ INTERNET-ÉRTÉKLÁNCBAN

A távközlési infrastruktúra fejlesztéséhez szükséges pénzügyi feltételek biztosítása vonatkozásában egy lassan több évtizedre visszatekintő vita újabb fordulójáról van tehát szó. Az a már tíz évvel ezelőtti vitaanyagokban is érzékelhető tendencia mára egyértelművé vált, hogy az adatforgalom jelentős része néhány nagy és integrált - így streaming szolgáltatást is magában foglaló - portfólióval rendelkező technológiai szereplőhöz kapcsolható, mint a Meta (Facebook), az Alphabet (Google), az Apple, Amazon, Microsoft és a Netflix, amelyek közül nem egy esetben vélelmezhető a kapuóri státusz. 2021-ben az itt felsorolt hat globális szereplő együttesen a teljes (azaz a vezetékes és mobilhálózatokat is beleértve) globális adatforgalom több, mint 56%-át fedte le (6. diagram). Ez a helyzet nyilvánvalóan hozzájárul a DMA által kezelni kívánt strukturális jellegű problémákhoz.



6. diagram

A globális platformok szerepe globális internetforgalom belső arányaiban (2021)

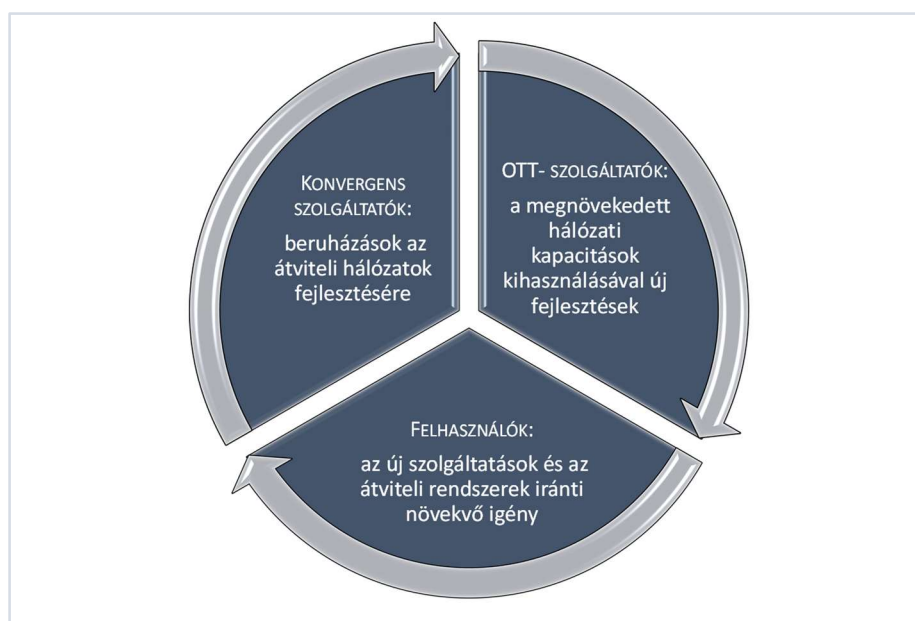
Forrás: Firniksz és mtsai (2023), Freyberg & Rand (2022), Sandvine (2022)

Azon túlmenően, hogy sok esetben a több különböző szolgáltatási területet egyidejűleg érintő globális brandek köré épülő ökoszisztémák zárt rendszert alkotnak, és így megnehezíthetik a váltást, az internet-értékláncban komoly feszültségeket generál, hogy a globális platformok alkuereje jelentősen meghaladja az internetszolgáltatók alkuerejét, még akkor is, ha szintén komplex szolgáltatást nyújtó multinacionális hírközlési szolgáltatókról van szó. Az alkuerőben mutatkozó különbséget az Axon-jelentés az európai internetszolgáltatók (Deutsche Telekom, British Telecom, Telefonica, Telia, Telenor, Telecom Italia, Vodafone és Orange), valamint hat nagy globális platform (az Apple, Microsoft, Google, Amazon, Facebook és Netflix) tőkepiaci értékének összehasonlításával szemlélteti. Az internetszolgáltatást nyújtó konvergens szolgáltatók

összesített tőkepiaci értéke 0,24 mrd EUR, míg a globális OTT szolgáltatóknál az összérték 7,11 mrd EUR: a nagy konvergens szolgáltatók adatait figyelembe vevő összehasonlítás szintjén a különbség közel harmincszoros (Axon, 2022).

Az internet értékláncra is igaz, hogy az értékláncban nyújtott szolgáltatás hosszú távon akkor lesz életképes, ha az értékláncot alkotó üzleti modellek együtt is életképesek, ami egy fenntartható egyensúlyt feltételez. A piaci dinamika, az innováció és a hálózatfejlesztés vonatkozásában érdekes gondolatmenetet tartalmaz az ETNO által 2022 májusában közzétett Axon-jelentés, mely arra a következtetésre jut, hogy a jelenlegi szabályozási helyzet további fenntartása a *közös javak tragédiájának* (azaz a magyar terminológiában a Garrett Hardin híres tanulmányában ismertetett példa nyomán közlegelők tragédiájaként ismert helyzetnek) kialakulásához vezethet (Axon, 2022). Az OTT szolgáltatóknál az európai internet infrastruktúrát szolgáltató vállalkozások által nyújtott szolgáltatások nem jelennek meg költségelemként, azt ingyenesen rendelkezésre álló kvázi közjóságnak tételezik, és ilyen módon a hatékonysági tényezőket figyelmen kívül hagyva veszik igénybe. A jelenlegi struktúrában ugyanis *nincsen olyan pénzügyi-gazdasági ösztönző, amely az OTT szolgáltatókat az adatforgalom optimalizációjára készítené.*

Az internetes alpinfrastruktúra ilyen túlhasználata belső feszültséghez vezet az internet-ökoszisztémán belül. A gondolatmenetbe beillesztve, hogy milyen globális platformok, vélelmezett jövőbeni kapuőrök vannak jelen azon az oldalon, amelyen a közjóság kihasználása folyik (lásd a 6. diagram által feltüntetett arányokat), logikusan felmerül, hogy e szereplőknek önérdékük is lehetne a hálózatfejlesztés. Ezzel a kérdéssel szorosan összefüggő kérdésként merül fel, hogy kinek tulajdonítja a problémát a fogyasztó, ha rossz minőségű a hálózat. Ha ugyanis a fogyasztó emiatt nem tudja a streaming szolgáltatásokat élvezhető minőségben igénybe venni, és lemondja ezt a szolgáltatást, a veszteség elsősorban a streaming szolgáltatónál jelentkezik. A gyakorlat alapján jelenleg az elégedetlen fogyasztó elsősorban az internetszolgáltatójához, illetve a nemzeti hatósághoz fordul, ha a szolgáltatással problémája merül fel (így például, ha romlik a hálózati szolgáltatás és ezáltal a streaming minősége), és csak a legvégső esetben mondja le a streaming előfizetését.



18. ábra

Az átviteli kapacitások iránti növekedő igény öngerjesztő folyamata

Forrás: Axon (2022)

Az Axon jelentés kiemeli azon *árjelzési mechanizmus* szükségességét, amely egyrészt lehetővé teszi a hírközlési szolgáltatók számára, hogy növeljék a nagyon nagy kapacitású hálózatokba történő beruházásaikat, másrészt pedig ösztönzőket teremt az OTT szolgáltatók számára, hogy optimalizálják forgalmi volumenüket, különösen a nem hatékonyan vagy feleslegesen generált forgalom csökkentésével. A következőkben részletezzük, hogy az ilyen árjelzéseket a hálózatsemlegességi elvárások kevéssé teszik lehetővé. A szabályozási megközelítésnek ez egy fontos szegmense, és bár álláspontunk szerint önmagában nem elegendő a probléma megoldásához, azonban nyilvánvalóan elengedhetetlen szabályozási szempont egyrészt a túlhasználat folytán az internetszolgáltatókra háruló súlyos költségek miatt előálló egyensúlytalanság kezelésére, másrészt a tényleges gazdasági szükségletekkel nem feltétlenül arányosan megnövekedett energiafogyasztás és CO₂-kibocsátás formájában jelentkező szélesebb körű negatív környezeti externáliák csökkentésére is (Axon, 2022).

A túlhasználat fényében különös jelentősége van annak az öngerjesztő folyamatnak, hogy az egyre nagyobb kapacitást, nagy sávszélességet, jó minőségű hálózatot feltételező OTT szolgáltatások iránti egyre fokozódó felhasználói igény kielégítése érdekében a hírközlési szolgáltatóknak rendkívül tökeigényes és évtizedes megtérülésű hálózati beruházásokat kell végrehajtaniuk, ugyanakkor ezek finanszírozásához az OTT szolgáltatók nem járulnak hozzá, annak ellenére, hogy e fejlesztések előnyei egyértelműen lecsapódnak e szolgáltatói körnél (18. ábra). E felvetés nyomán továbbra is tisztázásra vár, hogy a hálózatsemlegesség elve és az infrastruktúraszolgáltatók beruházásai között milyen összefüggések állnak fenn, és a hálózati beruházások megtérülése megfelelő fejlesztési ösztönzőt jelent-e. A BEREC által 2022 októberének első napjaiban kiadott előzetes elemzés például vitatta azt, hogy a forgalom növekedése egyértelműen közvetlenül magasabb költségeket idézne elő (BEREC, 2022b). Az értekezés lezárásának időpontjában még kérdéses, hogy a komplex szabályozási helyzet értelmezéséhez fontos előkérdés kapcsán a feltáró konzultáció milyen adalékkal szolgál.

4.4.4 A HÁLÓZATSEMLEGESSÉG ÉS AZ INTERNETSZOLGÁLTATÓK GAZDASÁGI MOZGÁSTERE

A költségviselésre vonatkozó vita során a felhasználói oldal, a civil jogvédők is kifejtették álláspontjukat, mivel úgy vélik, hogy az OTT szolgáltatókra rótt többletterhek révén alapjaiban sérülnének az uniós hálózatsemlegességi alapelvek.⁵⁹ Végső soron ugyanis ezek az elvek⁶⁰ azt a szabadságot biztosítják az uniós állampolgárok számára, hogy az internetszolgáltatójuktól megvásárolt sávszélességet szabad döntésüknek megfelelően használják fel. A jogvédő szervezetek továbbá hozzátesszik, hogy az internetszolgáltatók számára az előfizetői oldal már kompenzációt biztosított az adatátvitelért, az OTT fair share iránti igénnyel mintegy ugyanazért a tevékenységért két helyről szeretnének bevételt szerezni az infrastruktúrát üzemeltető vállalkozások.

A vita ismét ráirányítja a figyelmet arra, hogy az internetszolgáltatások piaca is kétoldalú piacként működik. Az internetszolgáltatás is olyan szolgáltatásnak tekinthető, amely két piacon van jelen, két felhasználói kört kapcsol össze: egyrészt adatátviteli szolgáltatást nyújt a végfelhasználók számára, másrészt csatornát biztosít az OTT szolgáltatók számára, hogy tartalmat, applikációkat, stb. juttassanak el a végfelhasználóknak. Az internetszolgáltató így egyrészt hozzá-

⁵⁹ „Veszélybe kerülhet a semleges net Európában?” (Letöltés dátuma: 2022. augusztus 10., forrás: <https://www.hws.w.hu/hirek/64737/netsemlegesseg-europai-bizottsag-infrastruktura-karbantartas-kiemetes-meta-netflix-youtube.html>), „BEUC preliminary position on possible introduction of network infrastructure fees” (Letöltés dátuma: 2022. október 8. Forrás: https://www.beuc.eu/sites/default/files/2022-09/BEUC-X-2022-096_Connectivity_Infrastructure-and-the_open_internet.pdf.)

⁶⁰ A hálózatsemlegesség lényege, hogy az internetszolgáltatók az általuk továbbított adatok között nem tehetnek különbséget, adatátviteli gyakorlatuknak semlegesnek kell lennie a továbbított (i) tartalom, (ii) alkalmazás, (iii) a hálózatra csatlakoztatott végberendezés, (iv) a küldő és a fogadó IP címe vonatkozásában egyaránt.

férést biztosít előfizetői számára az internethozzáférési szolgáltatásokhoz, másrészt pedig az OTT szolgáltatók számára hozzáférést biztosít az internetszolgáltató előfizetőihez, mint felhasználóhoz. A hálózatsemlegességi kérdés gyökere közgazdasági szempontból változatlanul továbbra is a hozzáférés árazása, az árjelzések szabadsága, illetve a két oldal közti forgalom kezelése a kétoldalú piac egyensúlyának fenntartása érdekében (Gálik és mtsai., 2011).

A hálózatsemlegesség kérdését azóta élénk viták övezik, amióta két évtizede Wu (2003) első cikke megjelent a témában. Az érvelés egyik iránya abból indul ki, hogy az internetszolgáltatók képesek és gyakran motiváltak is lennének bizonyos típusú webes forgalmak korlátozására, különösen akkor, ha ez a forgalom veszélyezteti az internetszolgáltató kiskereskedelmi nyereségét. Erre például szolgálhat, hogy (i) az internetszolgáltatók csökkenthetik az olyan video streaming platformok sebességét, mint a Netflix, a YouTube vagy az Amazon Prime, ha ezek a szolgáltatások azzal fenyegetnek, hogy rontják a saját műsorszórési szolgáltatásaikból származó nyereségüket, vagy (ii) korlátozhatják a számfüggetlen elektronikus hírközlési típusú OTT szolgáltatásokat, amelyek a mobilszolgáltatások versenytársainak tekinthetők. Az ellenvélemények ugyanakkor rámutatnak, hogy ha megakadályozzák az infrastruktúra-üzemeltetőket abban, hogy eltérő sáv szélesség-rétegeket kínáljanak a különböző szolgáltatásoknak, akkor a forgalommenedzsment kevésbé hatékony. Egyes „adatéhes” alkalmazásoknak nagyobb sáv szélességre lehet szükségük, mint másoknak, ezért érdemes különböző szintű szolgáltatásokat kínálni a hálózat használatának optimalizálása érdekében.

Mariniello (2022) úgy véli, hogy a hálózatsemlegesség kapcsán fennálló vita szektorális keretek között leképezi a versenypolitikában az árdiszkriminációról szóló vitát. Az alapelgondolás szerint ugyanis a megkülönböztetés nem feltétlenül hátrányos a végfelhasználók számára, így például a felhasználóknak fel lehetne ajánlani, hogy kevesebbet fizessenek alacsonyabb minőségű adatforgalomért cserébe; ez a felhasználói preferenciáktól és jövedelemtől függően jól illeszkedhet az igényekhez. Rendkívül érdekes, hogy ez a fajta diszkriminációs logika megjelenik a BEREC 2022. októberi előzetes elemzésében is, mintegy arra bátorítva az internetszolgáltatókat, hogy a keresleti mintázatnak megfelelő díjazási rendszereket alakítsanak ki.⁶¹ Mariniello gondolatmenete szerint a diszkrimináció azonban nagyobb valószínűséggel jár hátrányos hatásokkal és antitröszt aggályokkal, ha a piac koncentrációja magas. Minél nagyobb piaci erővel rendelkeznek az internetszolgáltatók, annál nagyobb a hajlandóságuk és a képességük arra, hogy a fentiek szerint kiskereskedelmi szinten korlátozzák a versenytársakat. Ezért az általános következtetés az, hogy a hálózatsemlegességi szabályozás jelentősebb előnyökkel jár, ha kevésbé érvényesül a verseny. Ennek kapcsán ugyanakkor megjegyezzük, hogy a hálózatsemlegességi logika létrejöttének ideje óta jelentős változás állt be a piaci struktúrákban, így a fenti példákban is érintett versenytársként fellépő platformok piaci ereje tekintetében is, ezért az alkupozíció változásának fényében a koncentráció kérdése is differenciáltan értékelendő.

A piaci szereplők jelenlegi erőviszonyait is figyelembe véve ugyanakkor további érveként felhozható az is, hogy a hálózatsemlegességi követelmény hiányában, ha az OTT szolgáltatók – akár önérdükükre tekintettel – finanszíroznák a hálózatfejlesztéseket, akkor elképzelhetővé válna, hogy az OTT szolgáltatók közötti verseny és a piaci dinamika (új belépők, innováció) érdemben csökkenne, hiszen a hálózatfejlesztést finanszírozó szolgáltató részéről erős lenne a késztetés, hogy ráhatást gyakoroljon az érintett hálózaton átmenő forgalomra is.

⁶¹ „Furthermore, ISPs are able to differentiate offers according to customer demand. Many customers are willing to pay an additional price for higher internet speeds and additional mobile data volume. Increased consumption of video streaming services by customers shifted demand to IAS with higher speeds and higher data volumes, enabling ISPs to charge endusers according to their usage pattern.” ((BEREC, 2022b) 11.old.)

A hálózatsemlegesség olyan garanciális elem a szabályozásban, amelynek fenntartása az európai szabályozási környezet alapját adja. Ugyanakkor, ahogy arra a közelmúltban az ún. zero-rating (nullás díjszabás) problematika is rámutatott, a hálózatsemlegesség jelentős korlátok közé szorítja az internethozzáférés-szolgáltatók árazási, illetve szerződéses szabadságát.⁶²

A konvergencia-folyamatok, a hibridizáció, az értékláncok összekapcsolódása mentén belátható, hogy az internet-ökoszisztéma, egyfajta „élő” rendszer, melynek komplexitása, folyamatosan változó, összetett architektúrája és fejlődése jelentős kihívások elé állítja a szabályozást. Egyes elemzések szerint mára a web 2.0 innovációs görbéje annak középső vagy akár késői szakaszába ért (Goldman-Sachs, 2021). Egyetértünk Bartóki-Gönczy (2018) érvelésével, mely szerint a hálózatsemlegesség elve nem lehet egy önmagáért való cél, hanem annak továbbra is az internet felhasználók érdekét kell szolgálnia. A felhasználói érdekek az olyan új innovatív szolgáltatási környezetben, ahol a napi gazdasági és társadalmi tranzakciók (az e-receptektől az online tőzsdei ügyletekig) az online térbe kerültek, az optimális társadalmi jólét akkor tűnik biztosíthatónak, ha garantált sávszélesség áll rendelkezésre ezek vonatkozásában. A szabályozási képet ezért tovább árnyalja, hogy újra aktuálissá válik a kérdés, hogy a nyílt internet működési elve, a *best-effort elv*⁶³ alapján ez megvalósítható-e, vagy az internet többretegű lesz, ahol a *first-come-first-served elven* működő nyílt internet mellett megjelenik egy *menedzselt internet* is.

A szabályozási kérdések megoldása nem halogatható, mivel várható, illetve egyes vélemények szerint már el is érkezett a következő technológia által indukált hullám, a web 3.0, azaz a virtuális környezetek hálózata, amelynek gerincét a decentralizált és rétegspecifikus struktúrák, blockchain alapú folyamatok, a háromdimenziós virtuális környezet adja. A folyamatok úgy írhatók le, hogy a web 3.0-ban az internet testet ölt, a folyamatok középpontjában az internetes technológiának a digitális világból a fizikai világba történő áttelepítése áll. Ezek alapján az átviteli igények további nagyságrendi növekedése várható (Goldman-Sachs, 2021).

Az általunk vizsgált kérdés is ebben a perspektívában értelmezendő, amely szerint a jelenlegi uniós szabályozási és szakpolitikai környezet keretek közé szorítja az internetszolgáltatók piaci cselekvési mozgásterét, amikor a hálózatsemlegességi elvárásokra tekintettel jelentősen szűkíti azon lehetőségeiket, hogy a versenypiacok dinamikájának megfelelő gazdasági eszközöket, árjelzéseket alkalmazzanak az OTT szolgáltatások vonatkozásában. A kialakuló egyensúlytalansági helyzet nemcsak az internetszolgáltatásokat nyújtó vállalkozások gazdasági érdekeit sértheti azonban, hanem a megfelelő beruházások elmaradása révén alááshatja az európai informatikai és infokommunikációs szektor fejlődését,⁶⁴ és hátráltathatja a digitális termékek és

⁶² A *zero-rating* kifejezés az internetszolgáltatók azon kereskedelmi gyakorlatát jelzi, amely egyes forrásból származó tartalmakat kiemelve az előfizetők által adatmennyiségi alapon fizetendő árból. Az Európai Bíróság 2021 őszén hozott döntései nyomán az körvonalazódik, hogy a zero-rating kereskedelmi ajánlatoknak van egy a tartalmak közötti elterelő, diszkriminatív hatása, ha ezen ajánlatok mögött nem valamely objektív, műszaki indok áll (Bartóki-Gönczy & Remes, 2021).

A BEREC a Nyílt Internet Rendelet alkalmazásához kapcsolódó irányelvek felülvizsgálata során a differenciált árképzési gyakorlatokat nem vetette el teljes körben, azonban ezeken belül a zéró tarifaopciókat olyan részhalmazként azonosították be, amelyek nem megengedettek. Az Európai Bíróság meghatározása szerint a zéró tarifaopciók olyan kereskedelmi gyakorlatok, amelyek során egy internethozzáférési szolgáltató partnerei által kínált alkalmazáshoz vagy meghatározott alkalmazások kategóriájához kapcsolódó adatforgalom egészére vagy egy részére és így ezek az adatok nem számítanak bele az alapsomag részeként megvásárolt adatmennyiségbe (BEREC, 2022a).

⁶³ A *best effort elv* szerint a küldött adatok továbbítása diszkrimináció nélkül, beérkezési sorrendben, az adott pillanatban rendelkezésre álló kapacitás szerint történik, azaz az éppen aktuálisan elérhető – tehát nem garantált – erőforrások és hálózati feltételek között kerül sor a szolgáltatás teljesítésére.

⁶⁴ A European DIGITAL SME Alliance, amely 45.000 kis- és közepes méretű informatikai és infokommunikációs vállalkozást tömörít, 2022 júliusában szintén rámutatott, hogy az innováció ösztönzésének és fenntartásának elengedhetetlen feltétele a kiegyensúlyozott internet ökoszisztéma. „Digital SMEs call for measures to make the

szolgáltatások minőségének hosszú távú fejlesztését. A hálózatsemlegesség szabályozási paradigmája a technológiasemlegességi elváráson túlmenően a média szabadságának alapjául is szolgál, azonban e szabályozási paradigma fenntartása mellett mind szélesebb körben merül fel az a gondolat, hogy a hálózati infrastruktúra működtetéséhez megfelelő és méltányos díjazásban részesüljenek az internetszolgáltatók, amely egyrészt az OTT szolgáltatások hatékony átviteli megoldásaira ösztönöz, másrészt hozzájárul az infrastrukturális beruházás költségeihez.

4.5. A PLATFORM MINT KOORDINÁCIÓS MECHANIZMUS

A szabályozók szabályozására történő utalás a fejezet címében a Crémer-jelentésben gyökerezik, amely a platformok működési mechanizmusának egyes dimenziói alapján a platformokat mint szabályozókat (*platforms as regulators*) írta le (Crémer és mtsai., 2019). A Crémer jelentés első-sorban a piactér funkcióban az *on-platform*, tehát magán a platformon zajló verseny vonatkozásában értelmezte a szabályozói szerepkört. Az internet ökoszisztéma vizsgálata alapján, a széles körű – így az online hirdetési piacokon túlmenően a tartalomfogyasztási és -előállítási, a szerzői jogi, valamint az internet értéklánca is kiterjedő – hatás áttekintés alapján azonban belátható, hogy a platformok koordinatív szerepe ennél jóval tágabb. Az értekezés ezért azt a gondolatmenetet viszi tovább, hogy a platformok szerepét az ökoszisztémák halmazán értelmezve juthatunk a legközelebb valós gazdasági hatásuk értékeléséhez.

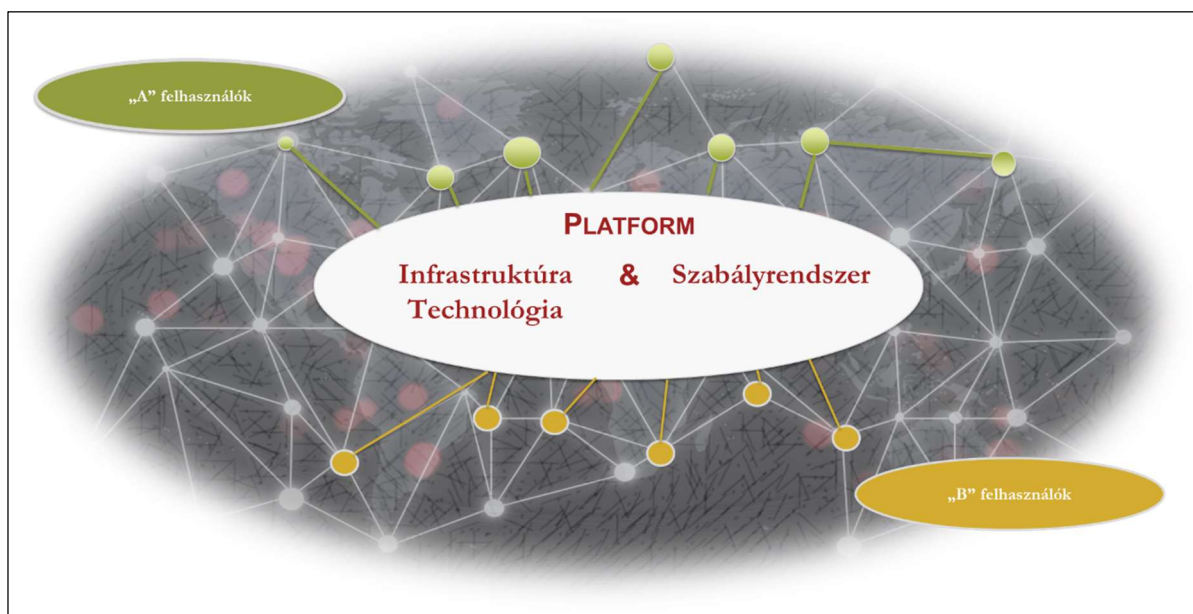
4.5.1 DIGITÁLIS ÖKOSZISZTÉMÁK

A Crémer-jelentés is használja az ökoszisztéma fogalmát, azonban nála a fogalom technológiai meghatározottságú, API-hozzáféréseken alapuló megközelítése dominál, amely egyebek között az interoperabilitás vonatkozásában nyilvánvalóan meghatározó kohéziós feltétel (Crémer és mtsai., 2019). Álláspontunk szerint azonban az ökoszisztémák működésében a mögöttes *technológiai és infrastrukturális hálózatok* mellett ezzel egyenértékű jelentősége van az *értéklánca hálózatának*. Vállalati szempontból az értékteremtési folyamat áll az üzleti modellek és a vállalati stratégia középpontjában, ezért is kézenfekvő a 2.4.3. pontban leírtak nyomán az ökoszisztéma fogalmából kiindulni. Ezek a többdimenziós értékhálózatból álló ágazatközi együttműködések különféle technológiai és értékteremtési szempontok együttese által meghatározott szerveződési logika alapján épülhetnek fel, és az ökoszisztémák magját, mint említettük, sokszor olyan digitális platformok alkotják, amelyek a rendszerben zajló műveleteik hatékony koordinálására jönnek létre.

A fentiekre is tekintettel az értekezés *platformnak* tekint minden olyan működési formát, amely lehetőséget ad arra, hogy az internet alapú összekapcsoltságra (konnektivitásra) és a digitális technológiákra mint infrastruktúrára építve olyan felületek, terek, szolgáltatások jöhessenek létre, amelyek különböző társadalmi és / vagy gazdasági üzleti és / vagy végfelhasználó(i csoport)k között a legváltozatosabb tárgyú és célú kapcsolatteremtést teszik lehetővé. Ez a közvetítő jellegű online értékteremtő tevékenység bizonyos mértékig a „tradicionális”, offline gazdaságban is ismert jelenség, azonban a digitális platformok sajátosságaihoz az is hozzátartozik, hogy egyrészt azok főszabály szerint valamely vállalkozás technológiáján és infrastruktúráján működnek, másrészt egy vagy akár több ökoszisztémában koordinatív szerepet töltenek be (Klein és mtsai., 2018; Szalay, 2020). A platformok sokszínűségéhez a többoldalú piacokban rejlő lehetőségét is kiaknázó, a rugalmas változás lehetőségét biztosító üzleti modellek változatossága is kapcsolódik, a legfontosabb alapkonstrukciók az előfizetésre, a hirdetésekre, a hozzáférési díjak megfizetésére

European internet ecosystem fairer and stronger.” (Letöltés dátuma: 2022. augusztus 1., forrás: <https://www.digitalsme.eu/digital-smes-call-for-measures-to-make-the-european-internet-ecosystem-fairer-and-stronger/>.)

és az értékesítési tranzakciókra, illetve ezek kombinációjára épülnek (ehhez lásd például a 8. táblázatban az online streaming szolgáltatások modelljeit) (Capobianco & Nyeseo, 2018; GVH, 2021). Az adat alapú működés mint általános jellemző mellett a modellek többsége esetében valamilyen formában megjelenik a fogyasztói magatartás követése és leképezése, majd a figyelem megragadása és irányítása is, erre az értekezés bővebben a figyelem alapú gazdaságban a láthatóságot és megtalálhatóságot biztosító rangsorolási kérdések kapcsán az 5.2.1. pontban tér ki.



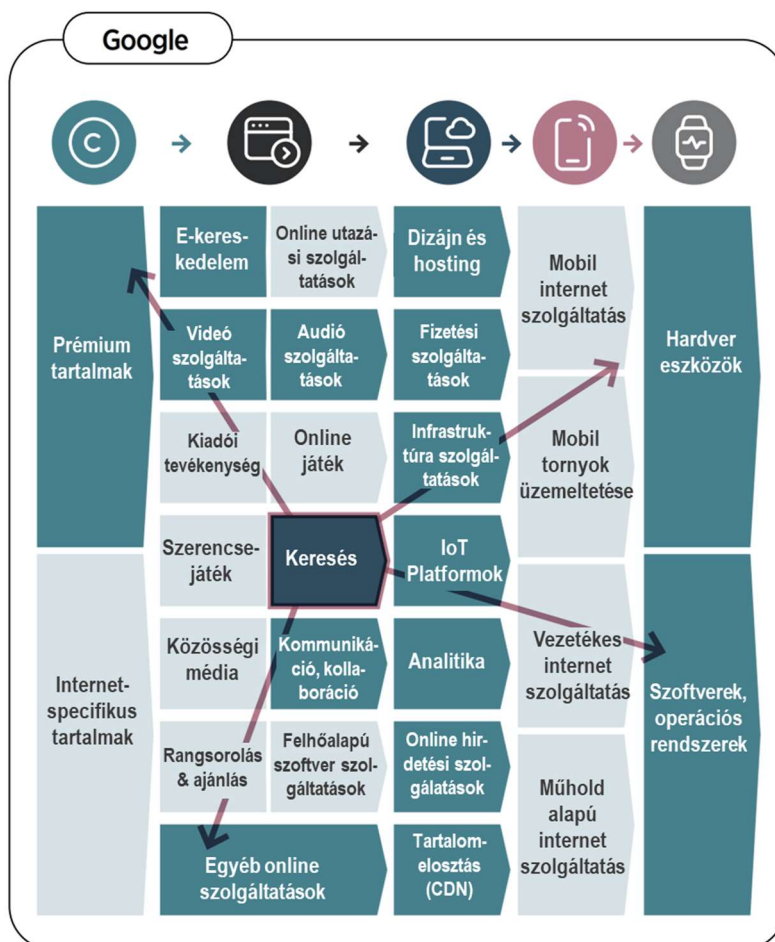
19. ábra
A platform szerepe
Forrás: saját szerkesztés

A kétoldalú piacok jelensége kapcsán szükséges megjegyezni, hogy az nem kizárólag a digitális gazdaság sajátos jelensége, a sajátosság inkább az, hogy – amint azt az előző pontban is láthattuk – egy platform működése során akár több kétoldalú piac (különböző tartalom-szolgáltatások, keresőszolgáltatások, online hirdetésközvetítői szolgáltatások stb.) kapcsolódhat össze, rétegződhet egymásra. Kétoldalú piacként jellemezhető az olyan sajátos piacszerkezet, ahol egy összetett piac egyik (A) piacán meghozott stratégiai (így különösen árazási) döntések befolyásolják egy kapcsolódó (B) piac keresleti viszonyait, ami viszont visszahat az A piac keresletére (19. ábra). Szilágyi (2012) megfogalmazásában olyan piacokról van szó, ahol két jól elkülönülő fogyasztói csoport van jelen, és ezek kereslete függ egymástól, és ebből következően legalább az egyik csoport pozitív externáliát generál.

A médiapiac gyakorlatilag a kezdetektől kétoldalú piacként funkcionált, hiszen már a nyomtatott újságok esetében is a reklámfelületek értékesítése fontos finanszírozási forrást jelentett, és ilyen módon megjelentek akár az ingyenesen elérhető lapok is a piacon. A tartalom-szolgáltatók számára már a klasszikus (print, lineáris rádió vagy televízió) üzleti modellek mindegyikében nyitva állt a lehetőség, hogy két különböző piacon szolgáltatassanak egyidejűleg: egyrészt a tartalomfogyasztó közönség, másrészt a hirdetőik számára. A lapkiadók nyomtatott tartalmat, a médiaszolgáltatók műsor- / médiaszolgáltatást nyújtanak a közönség számára, és hirdetési felületet, illetve reklámidőt értékesítenek a hirdetőiknek. A két piacot a közönség (előfizetői kör, nézettség) kapcsolja össze, hiszen annál több hirdetőt vonz a hirdetési lehetőség, a közönség minél szélesebb

köréhez jut el a marketingüzenet. A tartalomszolgáltatási (média-) piacok sajátos piacszerkezettel rendelkeznek, ahol az egyik piacon meghozott stratégiai (így különösen árazási) döntések befolyásolják egy kapcsolódó piac keresleti viszonyait, ami viszont visszahat a kiinduló piac keresletére.

A tartalomszolgáltatási (média-) piacokon a változások értelmezésében fontos szerepet tölt be a kétoldalú piaci működés, hiszen az újmédiában mind jelentősebbé vált azon tartalomszolgáltatások köre, amelyek a közönség számára ingyenesen elérhetők (*zero pricing*), ebből következően pedig a hirdetés (majd később az közönségről rendelkezésre álló adatok értékesítése) válik a finanszírozás alapjává. A korábbiakban a lineáris televíziózás modelljén bemutatva láthattuk azonban, hogy amíg a „hagyományos médiában” a hirdetésekből származó bevétel jellemzően a tartalomszolgáltatóhoz áramlott, az OTT szolgáltatások térnyerését követően azonban az látható, hogy mind nagyobb arányban a keresletet irányító online felületeken (keresőszolgáltatások, app-boltok, szociális média hálózatok stb.) vagy a B2C tartalomgyártóknál, az ún. figyelemkereskedelem csomópontjain keletkeznek ezek a bevételek, és így jelentős jövedelem-átcsoportosítás megy végbe. Ez is részét képezi annak a tendenciának, amelynek eredményeként az értékteremtési folyamatban résztvevő egyes szereplők (így például az internetszolgáltatók, tartalomszolgáltatók, szerzői jogi jogosultak) úgy érzékelik, hogy az általuk hozzáadott értékhez képest a megtermelt jövedelemnek csak aránytalanul kis részéhez jutnak hozzá, és a befektetések megtérülése jóval alacsonyabb (17. ábra).

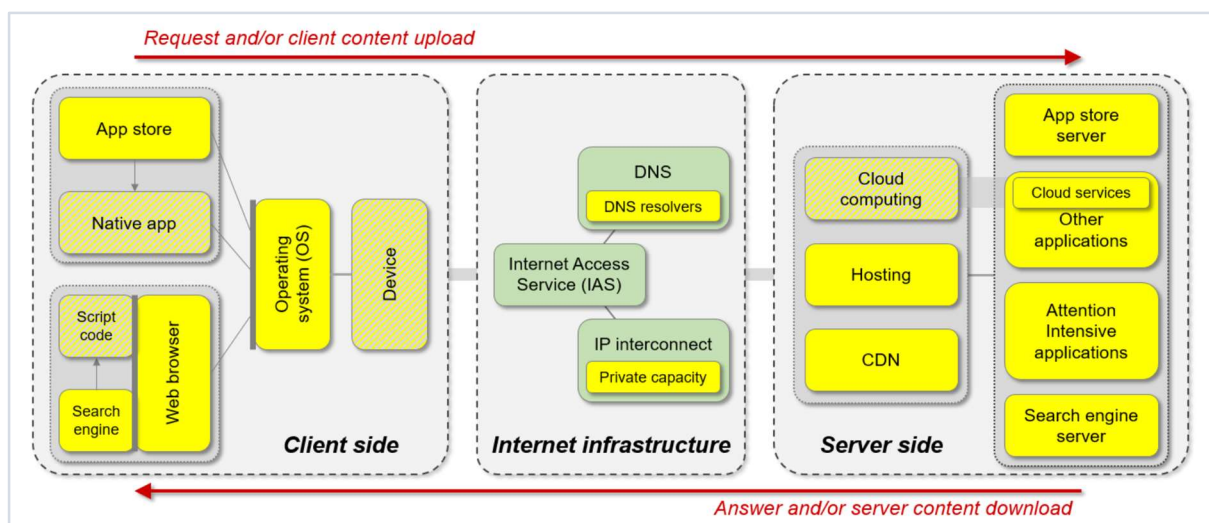


20. ábra

A Google ökoszisztéma-rendszere az üzleti modell oldaláról a 16. ábrán felvázolt értéklánc logikában
 Forrás: Freyberg & Rand (2022)

Az eddigiek fényében áttekintve, rendszerezve és kiegészítve az ökoszisztéma-megközelítéssel összefüggésben az értekezésben tett korábbi megállapításokat, a 4.3. pontban felvázolt tendenciák erős próbának vetették alá a piaci struktúra rezilienciáját, amikor is a környezetet olyan nagy és kiszámíthatatlan változások jellemezték, mint a pandémia vagy a 2009-es pénzügyi válságot követő strukturális változások. A rugalmas alkalmazkodást szimbolizálja az *ökoszisztéma metaforája*, amelyet a gazdasági-szabályozási köznyelv a biológiából kölcsönözött. Az ökológiában az ökoszisztéma kifejezés olyan rendszerekre használatos, amelyekben az élőlények és élettelen környezetük *működő egységként állandóan változó kölcsönhatásban* vannak egymással (Vida, 2008). A kölcsönhatás a gazdasági ökoszisztémákat is jellemzi, azonban míg a biológiai ökoszisztéma mindig helyhez kötötten értelmezendő, addig a gazdasági ökoszisztémák lehatárolását elsősorban a koordinációs logika határozza meg, és ehhez illeszkednek a földrajzi dimenziók (gondoljunk például az okosvárosok köré szerveződő lokális ökoszisztémákra vagy az okostelefonok köré szerveződő globális mobil ökoszisztémákra).

A korábban még elkülöníthető tudásalapú, innovációs és gazdasági ökoszisztémák között mind képlekenyebbé válik a határ, illetve ezek a *digitális ökoszisztémák* világában mind szorosabban integrálódnak. A tudásalapú ökoszisztémákban az új ismeretek létrehozása a domináns szervező elv, így a felsőoktatási intézmények, kutatóintézetek adják a súlypontot. Az innovációs ökoszisztémát alkotó innovátorok, az egyetemi spin-off cégek, a technológiai vállalatok összeköttetés teremtenek az új ismeretek feltárása és ezeknek az üzleti ökoszisztémákban az értékteremtés érdekében történő hasznosítása között (Valkokari, 2015).



21. ábra

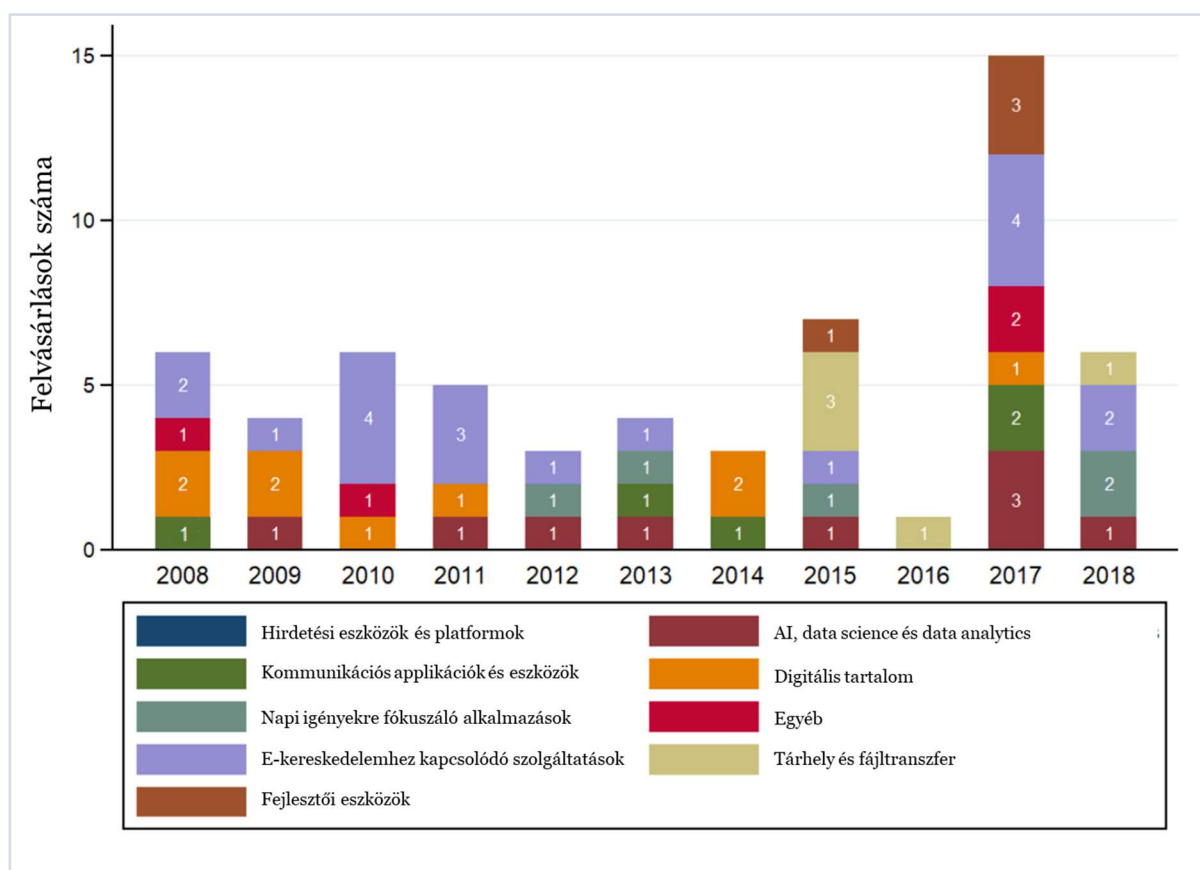
A Google ökoszisztéma-rendszere az infrastruktúra oldaláról – tekintettel arra, hogy az infrastruktúra leírására elsődlegesen az angol terminológia bevett hazánkban is, ezért az ábrát eredeti nyelven közöljük. A sárga szín a meghatározó jelenlétet; zöld-sárga sávózás a moderált jelenlétet, a zöld szín a jelenlét hiányát jelöli az érintett infrastruktúraelemek terén.

Forrás: BEREC (2022c)

A digitális gazdaságban az értékteremtésnek inherens eleme a technológiai és az üzleti innováció, mely új piaci magatartásokat és működési logikát hoz magával, a digitális ökoszisztémákban az innovációs és értékteremtési dimenziók elválaszthatatlanul összekapcsolódtak. Azt a korábbiakban már említettük, hogy az ökoszisztémák versenyjogi értékelését megnehezíti, hogy más logikát követnek, mint amelyre a hagyományos versenyjogi megközelítés épít. Ezért a piacot és a piaci erő mibenlétét a digitális piacokon nehéz a versenyjogi eszköztárral megragadni, és lényegében ez vezetett ahhoz, hogy a DMA kvázi lett a digitális ágazat meghatározásáról, és

tételes, konkrét és a jövőbeni felülvizsgálati szakaszok rendszerében folyamatosan korrigálendő szolgáltatásjegyzéket alakított ki. Az ökoszisztémák és platformok működésének üzleti modelljei gyorsan változnak, és nem valamely jól meghatározható végtermékre irányulnak.

Az ökoszisztémák felépítése folyamatosan és dinamikusan változik, a technológiai eszközök és lehetőségek (így különösen a konvergencia és modularitás) előnyeit kihasználva *átjárhatóságot* teremtnek a klasszikus és az újonnan létrejövő ágazatok között, és mind újabb és újabb elemeket illesztnek a rendszerbe. A 20. ábra ennek alátámasztására azt mutatja be, hogy a Google „történeti” üzleti magja, alapvető üzleti tevékenysége (*core business*), azaz a keresőszolgáltatások köré milyen szerteágazó értékhálózati elemeket épített be az operációs rendszerektől a tartalomig. A 21. ábra azt szemlélteti, hogy ezzel a párhuzamosan a sárgával kiemelt infrastrukturális hardver és szoftver elemek révén az internet-ökoszisztémában is mélyen beágyazódott. Látható annak jelentősége, hogy egy-egy vállalkozás nem csupán egyetlen értékteremtési folyamat mentén szerveződő ökoszisztémában lehet jelen. A platformoknál ennek nyomán az is megfigyelhető, hogy akár több, egymással többszörösen összefonódó ökoszisztéma közös csomópontját alkothatják, és ilyen esetekben többszörösen összekapcsolódó többoldalú piacok egyidejű koordinációját látják el. Ekkor a platform piaci erejének forrását az általa integráltan szabályozott, befolyásolt ökoszisztémák együttesen adják.



22. ábra

A Google akvizícióinak száma és a felvásárolt vállalkozások core kompetenciái

Forrás: Argentesi és munkatársai (2019)

A vállalati magatartás értelmezési környezetéről szólva a 2.4.3. pontban összegeztük, hogy a digitális gazdaságban ehhez már nem a végtermékként megjelenő termékek és szolgáltatások

piacainak, illetve az ezekhez kapcsolódó alapvető vállalati kompetenciáknak (*core business competencies*) az összefüggései adják a keretet. *A piacokon átívelő tevékenységek és az ehhez szükséges képességek (cross-market activities and capacities)* határozzák meg az ökoszisztémán belül a szereplők gazdasági szerepét és súlyát. Az ehhez szükséges komplex kompetenciák megszerzésének egyik módja a felvásárlás, a másik lehetséges irány az ökoszisztéma köré kiépített partnerségek rendszere (4.5.2. pont).

A 22. ábra a Google által a 2008-2018-as időszakban felvásárolt cégeket alaptevékenységük szerinti bontásban mutatja be, a cross market kompetenciák szerepének érzékeltetésére. Amint arra Pünkösty (2021) is utalt, mind gyakrabban és erőteljesebben jelent meg az a vélemény az USA-ban és Európában egyaránt, hogy az érvényben lévő „hagyományos” piacdefiníciók, fogyasztói hatásvizsgálat és közgazdaságtani megközelítés a fúziók értékelése során téves eredményre vezet, így hibás negatív (*false negative*) döntést eredményez (ehhez lásd a 30. ábra által adott összefoglalást a beavatkozások kimeneti opcióiról). Különösen az internetes ökoszisztémát érintő felvásárlások kapcsán kerültek előtérbe az aggályok, hogy azok olyan lényeges rövid és hosszabb távú hatásokat okozhatnak, amelyeket a versenyjogi felügyeleti szervek figyelmen kívül hagyhatnak, mivel nem képesek azonosítani. A fúzióellenőrzés során ugyanis sokszor nem lehet a mérlegelés körébe vonni a fogyasztói költségeket és az olyan nehezen vagy egyáltalán nem számszerűsíthető externáliákként jelentkező verseny- és fogyasztói hátrányokat sem, mint a magánélethez való jog sérelme, az identitáscsalás, a bizalom csökkenése a társadalmi, gazdasági és politikai intézményekben. A fúziós gyakorlatban alkalmazott kárelméletekkel szemben visszatérő kritikaként merült például fel, hogy túlságosan a fogyasztói oldali hatásokra és az árközponitú megközelítésre fókuszált. Ennek folytán túlértékelt például a *zero pricing* üzleti modellek esetén az ingyenes szolgáltatásokhoz való fogyasztói hozzáférést, és figyelmen kívül hagyta az adatkizsákmányolást, amely a fogyasztói magatartás vonatkozásában az értékes erőforrásnak minősülő adatok gyűjtésén, feldolgozásán, elemzésén és monetizációján alapul (Frieden, 2020; Khan, 2017; Pünkösty, 2021; A. Tóth, 2021b). További kritika érintette *a komplementer szolgáltatásoknak* (mint például a Google Maps és a Waze) a piaci erő gyakorlására kifejtett hatása vonatkozásában a megfelelő értékelés és következtetések elmaradását. A hálózati infrastruktúrában, moduláris technológiai struktúrában és komplex üzleti modellekben gyökerező piaci erő gyakorlásának célja a bevétel növelése, és ez az innovációra azáltal is közvetlen hatást gyakorol, hogy a komplementer elemek összekapcsolásával a bevétel a fogyasztók számának csökkenése esetén is növekedhet, így csökkenhet az innovációs nyomás (Argentesi és mtsai., 2019).

Digitális megfelelési szempontból a platformok belső struktúrája két fontos elemzési irányra hívja fel a figyelmet. Egyrészt a digitális vállalkozások részéről a fúziós tranzakciók tervezésnél nem kapuőr digitális vállalkozásoknál is figyelembe kell venni a *DMA új fúziós rendelkezését*, és az annak jövőbeni gyakorlatában alkalmazott kárelméletek hatását a fúzióértékelésre. A DMA-ban ugyanis a korábban, a 3.3. pontban ismertetett „félrugalmas” beavatkozási eszköztárat kiegészíti a 14. cikkben elhelyezett fúziós szabály. Ennek értelmében a kapuőrnek előzetesen be kell jelentenie az Európai Bizottságnál minden olyan tervezett összefonódást, amelyben a résztvevő felek vagy a céltársaság (i) alapvető platformszolgáltatást nyújt, (ii) a digitális ágazatba tartozó bármely egyéb szolgáltatást nyújt, vagy (iii) lehetővé teszi az adatgyűjtést, függetlenül attól, hogy az összefonódást egyébként a releváns küszöbszámok alapján be kell-e jelenteni az Európai Bizottságnál vagy a tagállami versenyhatóságoknál.

A másik fő irány *a digitális ökoszisztémákba történő bekapcsolódás lehetőségének vizsgálata*, amelyet az adott ökoszisztéma szerveződési logikája, az abban kialakult szerepkörök és irányítási, koordinációs és szabályozási struktúrák határoznak meg.

4.5.2 A KOORDINÁCIÓS – SZABÁLYOZÓI SZEREPKÖR

Az ökoszisztémákban betöltött szerepkörök alapvetően eltérnek a vállalat(csoport)j logikától, már csak abból is következően, hogy nem egy egyértelmű vertikális logika mentén definiált lineáris értéklánra épül a rendszer. Az összekapcsolódó digitális ökoszisztémákban a többszörösen rétegzett többoldalú piacok egyidejű koordinációjában a Dedehayir és munkatársai (2018) által felvázolt tipológiában a vezetői szerepkör több lehetséges elemből épülhet fel: (i) *irányítás (ecosystem governance)*, azaz az ökoszisztéma belső és külső kapcsolatrendszerének koordinációja, az erőforrások belső áramlásának és elosztásának meghatározása; (ii) *partnerségek* kialakítása, azaz a külső platformokkal, ágazati szereplőkkel, innovátorokkal történő együttműködési keretek meghatározása, (iii) *technikai platform-menedzsment*: a platformműködés technológiai megtervezése, a platform nyitott vagy zárt jellegének kialakítása és ezzel összefüggésben a komplementer innovációk bekapcsolódási pontjainak biztosítása; (iv) *értékmenedzsment*: az értékteremtési folyamatok belső kialakítása, reputáció és bizalom kiépítése az üzleti partnerek és a fogyasztók viszonylatában; (v) fúziós döntések meghozatala.

A vezető szerep kulcsfontosságú az ökoszisztéma születése szempontjából a kritikus méret elérésének biztosításában és a szinergiákat leghatékonyabban kihasználó együttműködésben. Az ökoszisztéma kialakulásához és működtetéséhez elengedhetetlen az értékteremtéshez közvetlenül kapcsolódó sajátos szerepek vizsgálata is: (i) a beszállítók (*suppliers*), amelyek kulcsfontosságú inputot biztosítanak azáltal, hogy anyagokat, technológiákat és szolgáltatásokat szállítanak az ökoszisztémába; (ii) a széles értelemben vett összeszerelési, összeállítási műveleteket elvégző szereplők (*assemblers*), amelyek a fizikai alkatrészek és anyagok összeszerelése mellett az ökoszisztéma számára belülről vagy kívülről szolgáltatott információk feldolgozását is elvégzik, (iii) a kiegészítő szolgáltatók (*complementors*), amelyek a platformmal való technológiai kompatibilitás és interoperabilitás, az ökoszisztéma egyéb elemeinek termékdesign-ja, illetve a felhasználói elvárásoknak megfelelő specifikációk meghatározása és teljesítése terén nélkülözhetetlenek, és végül (iv) a felhasználók, akik a probléma és szükséglet meghatározására, az új innovációt motiváló ötletekre vezető feedback, illetve az üzleti felhasználók esetén a saját termékkel fennálló kompatibilitás megteremtés mellett természetesen az értékesítési tranzakciók terén játszanak főszerepet.

Az inkumbens nagyvállalatok esetén nehézséget okozhat a változtatás és bekapcsolódás. Esetükben a vállalati értéklánc modell újragondolása és ezzel párhuzamosan általában az erősen hierarchikus szervezeti rendszerről egy rugalmasabbra történő átállás lehet szükséges ahhoz, hogy egy ökoszisztéma résztvevőjévé válhassanak. (A Big Tech piaci szereplők közül tulajdonképpen a Microsoft tekinthető olyan technológiai vállalkozásnak, amely a 2009-es pénzügyi válság nyomán is hagyományosnak tekinthető multinacionális vállalati működési modell adaptációjával tudta megőrizni tőkepiaci értékét, a többi szereplő már az ökoszisztéma logika alkalmazásával jutott be az élvonalba.) Az új piacra lépők számára pedig az elsődleges *belépési problémát* az alkuerőben megnyilvánuló aszimmetria okozza, amely a gyakorlatban abban képeződik le, hogy a belépéssel el kell fogadniuk a platformok által kialakított *belső szabályrendszert*.

Rodriguez de las Herras Ballell (2017) a platformok által felállított belső szabályrendszereket mintegy egyes *önálló jogrendszerekként* azonosítja. Szerződésalapú architektúrákként tekint a platformokra, amelyek a digitális gazdaság belső igényeihez alakították és kombinálták a szerződéses megoldásokat. Rodriguez de las Herras Ballell gondolatmenete kapcsán előtérbe kerül, hogy a digitális gazdaság számos alapvető fogalmának és folyamatának lényege a polgári jog eszközeivel is nehezen ragadható meg. A közvetítőszolgáltatók és üzleti partnerek között a P2B Rendelet az általa megragadott kétoldalú kapcsolatrendszer kezelésével a létrejövő jogviszonyoknak csak egy részét fedi le. Az adat fogalma körül zajló dogmatikai vita, az adat

mint a szerződéses jogviszonyokban megjelenő potenciális ellenérték és az ehhez kapcsolódó arányossági kérdések, továbbá az adatmigráció szerződéses feltételeinek meghatározása a digitális gazdaság „alapanyag-áramlási” folyamatai kapcsán a napi gyakorlatban visszatérően felmerülő példaként hozhatók fel erre.

Ez arra enged következtetni, hogy az értékteremtési és tranzakcióalapú megközelítés nem elégséges ahhoz, hogy teljes mértékben lefedjen valamennyi jogi szempontot. A platformok intézményi dimenziója is releváns a szabályozás szempontjából, mivel végső soron a platform-működés zártságának kialakításában a „belső platformjognak” központi szerep jut. Ebből az irányból nézve a *zárt jogi környezet* megteremtésével a platformok a digitális gazdaság működési sajátosságaiból adódó bizonytalansági tényezők (így például a delokalizált működésből adódó identitásazonosítási problémák, a szerződések vonatkozásában irányadó jog meghatározásának problémái) ellensúlyozásával a platformok a bizonytalanságból adódó költségek csökkentésére, valamint a transzparencia, integráció, megbízhatóság és reputáció növelésére törekednek. Más irányból tekintve ez a tendencia már magánjellegű kereskedelempolitikai akadályokká, illetve szabályozással mederben tartandó piaci erőhöz vezethet.

A platformok jogi architektúráját alkotó szerződéses rendszerek, belső szabályok, policy-k, magatartáskódexek betartása érdekében a platform gyakorolja a kikényszerítő erőt, amely a piaci hatalom gyakorlásának egy sajátos szabályozói dimenzióját adja. Megjegyzésre érdemes, hogy ezt a kikényszerítési dimenziót valójában erősítik a P2B Rendeletben és DSA-ban foglalt elszámoltathatósági és belső (például bejelentési, panaszkezelési és belső vitarendezési elvárásokon alapuló) compliance rendszerek működtetésére irányuló követelmények.

Rodriguez de las Herras Ballell (2017) a platformok jogi architektúrájára és az azon alapuló zárt jogi környezetre és az abban gyakorolt szabályozói szerepre diszruptív jogi innovációként tekint. Ez két kérdést is felvet, egyrészt a platformok révén megjelenített transznacionális kikényszerítő erő és az állami kikényszerítési intézményrendszer viszonyának kérdését,⁶⁵ másrészt a platformok szabályozói funkciójából adódó kérdések megfelelő szabályozási összefüggésrendszerben történő elhelyezésének kérdését. A nemzetközi irodalomban az állam és platform szabályozói szerepének összehasonlítása terén figyelemre méltó az a megközelítés is, amely (különösen az európai platformszabályozási kezdeményezések nyomán) az államra is sajátos platformként tekint (Papakonstantinou, 2022). Érdekes párhuzam ez annak tükrében, hogy a verseny és demokrácia összefüggésében T. Tóth (2015) is rámutat, hogy az államszervezet működtetése ugyan más jellegű megközelítést kívánhat, mint egy nagyvállalaté vagy vállalatcsoporté, azonban az államhatalom megszerzése és működtetése, valamint a piaci versengés mögött meghúzódó motívumok sokban hasonlatosak. Messzire vivő, de nem megkerülhető kérdés ez, mivel a digitális gazdasággal összefüggő szabályrendszer és annak állami és uniós érvényre juttatása, kikényszerítése a platformgazdaság alakulásának alapvető kérdése, itt azonban csak utalni kívánunk erre a társadalmi-politikai dimenzióra, mivel ennek érdemi tárgyalása nyilvánvaló módon egy önálló értekezés tárgyát képezhetné. Jelen értekezés keretei között a következőkben a DMA szabályozási rendszerében a kapuőri kötelezettségek között is megjelenő rangsorolási és interoperabilitási kérdések példáján az üzleti modellek és a koordinációs-szabályozási funkciókból adódó problémák szabályozási összefüggéseit tekintjük át.

⁶⁵ A magánjog terén a hazai irodalom értékes kutatási eredményeket mutat fel az alternatív vitarendezés és a bírósági út kapcsolódása (Pálfi, 2022), illetve az online vitarendezési fórumok és az igazságszolgáltatáshoz való jog érvényesülése (Osztoivits, 2020) felől közelítve meg a kvázi konkuráló állami és platform-fórumrendszer problémáit.

4.6. ÖSSZEGZÉS ÉS KÖVETKEZTETÉSEK

Az európai platformszabályozás, és azon belül a DMA tulajdonképpen az európai digitális gazdasági szabályozási ökoszisztéma egyik tengelye, melynek megközelítése az uniós szabályozási instrumentumok és iparpolitika hagyományából táplálkozik.

A digitális compliance értelmezési kihívásai közé tartozik azonban, hogy a platform, platformszabályozás és platformjog fogalmát ugyan gyakran használja a hazai és uniós gazdasági és jogi szabályozás, azonban a fogalomnak mindmáig hiányzik egy egységes és átfogó definíciója, amely mentén a különböző joganyagokban elhelyezett szabályozási célokat, fogalmakat és eszközöket egységes szabályozási kontextusba lehetne helyezni. A szabályozási előzmények vizsgálata alapján látható, hogy a platform vonatkozásában az uniós jogalkotás a kezdetektől nem célozza az átfogó fogalmi keretek megalkotását, problémaközpontú megközelítést alkalmaz, a platformműködés diszfunkcióinak megragadásához rendeli a beavatkozási lépéseket. E *problémaközpontú megközelítést* a digitális megfelelés szempontjaira adaptálva az értekezés az értelmezéséhez annak vizsgálata igyekezett közelebb jutni, hogy problémákat kíván megoldani az európai platformjog.

Regionális versenyképességi szempontból a probléma lényegének tekinthető, hogy az *európai integrációs logikának az egységes piac fogalmában kifejeződő kereskedelempolitikai és iparpolitikai szabályozási hagyományai* hogyan ültethetők át, illetve hogyan fejleszthetők tovább az online térbe helyeződött és rendkívül összetetté vált gazdasági folyamatok környezetében. A platformok mint „magánjellegű” kereskedelempolitikai akadályok, valamint a platformműködés és azon belül is a globális kapuőrök, mint túl nagy gazdasági erővel rendelkező vállalatok, összetett kérdéseket vetettek és vetnek fel abban a tekintetben, hogy az EU-n kívüli nagyvállalatokkal folytatott versenyben a versenyképesség fenntartására irányuló uniós közpolitikai szabályozási együttes milyen elemekből épüljön fel, illetve mely problémák mely közpolitikák területére esznek. A szabályozott életviszonyok terén megvalósuló konvergencia szükségképpen összemossa a szabályozási területek határait is, ezért a korábbi szabályozási logika mentén rendkívül nehéz lehatárolni az egyes gazdasági jelenségeket és beilleszteni azokat az egyes szakpolitikák (versenypolitika, iparpolitika, kereskedelempolitika, ágazati szakpolitikák stb.) hagyományos keretrendszerébe.

A platformok által reprezentált életviszony-csoportok mentén a „*compliance scope*”, azaz a megfelelési hatókör meghatározásában a horizontális – vertikális szabályozási elhatárolás meghaladottá vált, a platformjog hatókörének keretrendszerét nem az ágazatok, hanem az ökoszisztémák elemzése révén lehet meghatározni. Az *ökoszisztémákon alapuló compliance-elemzési keretrendszerre történő áttérés* szükségességét megerősíti, hogy a szabályozási ökoszisztémákra épülő paradigmában az európai iparpolitika a digitális iparágakat az egységes európai piacot alkotó 14 ipari ökoszisztéma egyikeként kezeli.

A DMA által kezelt szabályozási kérdéseken túl a platformokkal kapcsolatos további probléma, hogy ezek jelenléte feszültséget keletkeztet a kapcsolódó ökoszisztémákban is, egyebek között az internet ökoszisztémában is. A globális platformok piaci ereje, az audiovizuális OTT szolgáltatások elterjedése és a hálózatsemlegességi elvárások együttesen azonban ezen értékteremtő tevékenység jövedelmeinek és gazdasági terheinek allokációja vonatkozásában jelentős átrendeződést eredményeztek. A technológiai innováció révén mind szélesebb körben elterjedt OTT szolgáltatások hatásaként beazonosítható egy funkcionális konvergencia-folyamat, amelyet egyrészt a felhasználó ideje és figyelme – mint szűkös erőforrás – határoz meg, másrészt a tartalomfogyasztás határai kitágulnak, a korábban elkülönülő szolgáltatások és tartalmak közötti határok elmosódnak. A funkcionális konvergencia-folyamatok lenyomata leképeződik a tartalom-szolgáltatási értéklánc valamennyi résztvevőjének üzleti modelljének átalakulásában. Ennek

eredményeként az értékteremtési folyamatban résztvevő egyes szereplők (így például az internetszolgáltatók, tartalomszolgáltatók, szerzői jogi jogosultak) úgy érzékelik, hogy az általuk hozzáadott értékhez képest a megtermelt jövedelemnek csak aránytalanul kis részéhez jutnak hozzá, és a befektetések megtérülése jóval alacsonyabb.

A platformokkal kapcsolatos harmadik problémakör *a platformok szabályozó, koordinatív funkciójából* vezethető le. Az értekezés platformnak tekint minden olyan működési formát, amely lehetőséget ad arra, hogy az internet alapú összekapcsoltságra (konnektivitásra) és a digitális technológiákra mint infrastruktúrára építve olyan felületek, terek, szolgáltatások jöhessenek létre, amelyek különböző társadalmi és / vagy gazdasági üzleti és / vagy végfelhasználó(i csoport)k között a legváltozatosabb tárgyú és célú kapcsolatteremtést teszik lehetővé. A korábban még elkülöníthető tudásalapú, innovációs és gazdasági ökoszisztémák között mind képlékenyebbé válik a határ, illetve ezek a digitális ökoszisztémák világában mind szorosabban integrálódnak. A digitális gazdaságban az értékteremtés immanens eleme a technológiai és az üzleti innováció, melyek új piaci magatartásokat és működési logikát hoznak magukkal, a digitális ökoszisztémákban az innovációs és értékteremtési dimenziók elválaszthatatlanul összekapcsolódtak. Az összekapcsolódás egy másik dimenziója, hogy egy-egy vállalkozás nem csupán egyetlen ökoszisztémában lehet jelen. A platformoknál ennek nyomán az is megfigyelhető, hogy *akár több, egymással többszörösen érintkező ökoszisztéma közös csomópontját alkothatják*, és ilyen esetekben többszörösen rétegzett többoldalú piacok egyidejű koordinációját látják el. Ekkor a platform piaci erejének forrását az általa integráltan szabályozott, befolyásolt ökoszisztémák együttesen adják.

Digitális megfelelési szempontból a platformok belső struktúrája két fő elemzési irányra hívja fel a figyelmet. Egyrészt a digitális vállalkozások részéről a fúziós tranzakciók tervezésnél nem kapuór digitális vállalkozások esetén is figyelembe kell venni a *DMA új fúziós rendelkezését*, és az annak alkalmazási gyakorlatában alkalmazott kárelméletek jövőben hatását a fúzióértékelésre. A DMA-ban ugyanis a korábban, a 3.3. pontban ismertetett „félrugalmas” beavatkozási eszköztárat kiegészíti a 14. cikkben elhelyezett fúziós szabály. Ennek értelmében a kapuórnek előzetesen be kell jelentenie az Európai Bizottságnál minden olyan tervezett összefonódást, amelyben a résztvevő felek vagy a céltársaság (i) alapvető platformszolgáltatást nyújt, (ii) a digitális ágazatba tartozó bármely egyéb szolgáltatást nyújt, vagy (iii) lehetővé teszi az adatgyűjtést, függetlenül attól, hogy az összefonódást egyébként a releváns küszöbszámok alapján be kell-e jelenteni az Európai Bizottságnál vagy a tagállami versenyhatóságoknál.

A másik fő megfelelési irány *a digitális ökoszisztémákba történő bekapcsolódás lehetőségének vizsgálata*, amelyet az adott ökoszisztéma szerveződési logikája, az abban kialakult szerepkörök, irányítási, koordinációs és szabályozási struktúrák határoznak meg. Az összekapcsolódó digitális ökoszisztémákban a többszörösen rétegzett többoldalú piacok egyidejű koordinációjában a platformok által betöltött vezetői szerepkör több lehetséges elemből épülhet fel: (i) irányítás (*ecosystem governance*), azaz az ökoszisztéma belső és külső kapcsolatrendszerének koordinációja, az erőforrások belső áramlásának és elosztásának meghatározása; (ii) partnerségek kialakítása, azaz a külső platformokkal, ágazati szereplőkkel, innovátorokkal történő együttműködési keretek meghatározása, (iii) technikai platform-menedzsment: a platformműködés technológiai megtervezése, a platform nyitott vagy zárt jellegének kialakítása és ezzel összefüggésben a komplementer innovációk bekapcsolódási pontjainak biztosítása; (iv) értékmenedzsment: az értékteremtési folyamatok belső kialakítása, reputáció és bizalom kiépítése az üzleti partnerek és a fogyasztók viszonylatában; (v) fúziós döntések meghozatala.

A belépéssel a digitális vállalkozásoknak el kell fogadniuk a platformok által kialakított *belső szabályrendszereket*, melyek végső soron mintegy egyes önálló jogrendszerekként is

azonosíthatók. A platformok diszruptív jogi innovációként is felfogható jogi architektúrát hoztak létre, az abban foglalt szerződéses rendszerek, belső szabályok, policy-k, magatartáskódexek betartása érdekében a platform gyakorolja a kikényszerítő erőt, amely a piaci hatalom gyakorlásának egy sajátos szabályozói dimenzióját adja. Megjegyzésre érdemes, hogy e dimenziót valójában erősítik azok a P2B Rendeletben és DSA-ban foglalt elszámoltathatósági és belső (például bejelentési, panaszkezelési és belső vitarendezési elvárásokon alapuló) compliance rendszerek működtetésére irányuló követelmények. Ennek kapcsán egyrészt felmerül a platformok révén megjelenített *transznacionális kikényszerítő erő* és az állami kikényszerítés intézményrendszer viszonyának kérdése, másrészt a platformok szabályozói funkciójából adódó kérdések megfelelő szabályozási összefüggésrendszerben történő elhelyezésének kérdése.

Az értekezés egyetért azzal a Zödi (2023) által javasolt megközelítéssel, amely egyfajta koordinációs mechanizmusként tekint a platformokra. Ebből kiindulva Zödi a bürokratikus szervezettel és a piaccal állítja párhuzamba a platformokat atekintetben, hogy ezek felügyelet és beavatkozás nélkül diszfunkcionális működésbe (monopolizációs folyamatba, ciklikus válságokba, illetve visszaélésekbe, önkénybe) fordulnak át, ezáltal gazdasági és társadalmi veszélyeket és károkat okozva. A platformhatalom – mint felügyelendő potenciális veszélyforrás – diszfunkcionális működésének egyik elsődleges negatív következményeként Zödi a felhasználó indokolatlan kiszolgáltatottságát jelöli meg. A platformra vonatkozóan a koordinációs mechanizmus megközelítést, és a kontrollálatlan (és versenyjogi eszközökkel vitathatóan kezelhető) *platformhatalomból származó veszélyeket a digitális vállalkozások megfelelési gyakorlatának logikájába elhelyezve* néhány további előkövetkeztetés vonható le:

- nehéz meghúzni a platformok koordinációs erejének és hatásának határait, hiszen azok legalább három dimenziót érintenek: (i) a technológiai-infrastrukturális dimenziót, (ii) a gazdasági dimenziót, (iii) társadalmi dimenziót;
- a platformok működése nem különíthető el az értékteremtési folyamatok strukturális változásaitól, a globális értékháló, gazdasági ökoszisztémák kialakulásától: a platform túlhatalma ezért nem csupán a felhasználókkal szemben, hanem az összekapcsolódó értékláncok mentén bekapcsolódó közvetlen és közvetett üzleti kapcsolatokban is jelentősen érvényesülhet;
- a platformok működése a digitális vállalkozások működését elsősorban technológiai-infrastrukturális és gazdasági szempontokból érintik közvetlenül, vagy közvetve, ugyanakkor az üzleti és operatív modellek kialakítása során is tudatában kell lenni a potenciális társadalmi következményeknek, hogy el lehessen kerülni a negatív externália-ként jelentkező esetlegesen akár alapjogokat (például szólásszabadságot) is érintő korlátozásokat;
- a platformgazdaság fejlődését az üzleti és technológiai innováció generálja, és a technológiának és az üzleti, illetve operatív modelleknek a szétválaszthatatlan és kölcsönös összekapcsolódása jellemzi, a konvergenciafolyamatok miatt elmosódnak a korábbi ágazati határok: a szabályozásnak magának és a szabályozás értelmezésének is meg kell küzdenie a gazdasági és technológia együttes kezelésével;
- az átfogó platformmeghatározás hiánya azt mutatja, hogy a szabályozó ugyan érzékeli és diszfunkcióként értékeli a platformműködés egyes hatásait, illetve a platformhatalom egyes megnyilvánulásait, azonban még nem érti a mögöttes komplex működést, ezért a 2.4.2. pontban hivatkozott Collingridge-dilemma kapcsán még arra sem lehet meggyőző választ adni, hogy az innováció tekintetében a szabályozói beavatkozás idő előttinek vagy idő utáninak tekintendő-e.

5. SZABÁLYOZÁSI TERÜLETEKEN ÁTÍVELŐ MEGFELELÉSI KÉRDÉSEK

5.1. KUTATÁSI KÉRDÉS

A megfelelés terén mind nagyobb számban beazonosíthatók olyan kiemelt kockázatú szabályozási elemek, melyekre egyrészt nem találhatunk megfelelő analógiát a fizikai világban, másrészt ezek az új elvárások átívelnek gyakorlatilag a digitális szabályozás valamennyi területén, a gyártástól a forgalmazásig új követelményeket hoznak be a digitális vállalkozások életébe. A kutatás során a DMA-ben foglalt tényállások közül két ilyen innovációs szempontból közvetlen megfelelési problémákat jelentő kérdés került kijelölésre: egyrészt a rangsorolás, másrészt az interoperabilitás. Jelen fejezetben a kutatási kérdés arra irányul, hogy *a beazonosított két szabályozási területen átívelő megfelelési és szabályozási téma, a rangsorolás és az interoperabilitás vizsgálatán keresztül milyen – a gyakorlati kockázatértékelés számára is releváns – következtetések vonhatók le.*

5.2. RANGSOROLÁS⁶⁶

A digitális gazdaságban sok szálon egyszerre futó változás egyik részjelenségnek tekinthető, hogy egyes technológiailag erősen meghatározott vállalati funkciók, amelyek korábban a termeléshez képest alárendelt szerepet játszottak az értékláncban, önálló szerepkört kaptak. Ennek nyomán néhány esetben olyan adott egyedi funkcióra specializálódott és azt tisztán online technológiai és közvetítő jellegű szolgáltatásokat ellátó vállalkozások kerültek stratégiai helyzetbe, amelyek eleinte sem rálátással, sem ráhatással nem rendelkeztek a termelési folyamatokra, azonban idővel, az ezredfordulót követően beindult az a folyamat, amelynek eredményeként a végső fogyasztókra vonatkozó adatgyűjtési és adatelemzési technológiák segítségével korábban nem tapasztalt mélységű ismeretek birtokába jutottak (Kopint-Tárki, 2017; Muzellec és mtsai., 2015; Williamson & Bunting, 2018).

A platformként magukat technológiai óriásokká kinövő vállalkozások számára így válik lehetővé, hogy az adatvezérelt és figyelemalapú üzleti modellek alkalmazásával a platformokon kialakuló többoldalú piacokban rejlő lehetőségeket maximálisan kiaknázzák. A platformok működésének meghatározó eleme az összetett online kommunikációs folyamat, amely egyszerre zajlik a platform és az e-kereskedők/más üzleti felhasználók, az e-kereskedők/más üzleti felhasználók és a fogyasztók, a platform és a fogyasztók, illetve a fogyasztók és fogyasztók között. A platformok így a figyelemgazdaságban is központi szereplők, ahol az emberi figyelem és adatok felhasználásával egyrészt az online térben reklámozóknak felületet kínálnak, másrészt harmadik feleknek adnak el a felhasználói magatartást, szokásokat és profilokat megérteni és leképezni segítő adatokat (A. Tóth, 2021b).

5.2.1 VERSENY A FIGYELEMÉRT – FIGYELEMGAZDASÁG, FOGYASZTÓI ÉLMÉNY

A platformok egymás versenytársai a felhasználók, fogyasztók figyelméért folytatott küzdelemben. A figyelem megszerzése és megtartása érdekében folyamatos és nagy ütemű innováció zajlik a fogyasztók számára nyújtott kommunikáció, valamint a velük folytatott interakciók terén. Ebben a közegben az egyik fontos terület a rangsorolás, és ez magyarázza, hogy miért vált a születőben lévő platformjogi szabályozás visszatérő elemévé ez a folyamatos változásban lévő eszköztár. A

⁶⁶ A jelen pontban foglalt, azóta részlegesen átdolgozott kutatási részeredmények első publikációjára a Verseny és Szabályozás 2021 című kötetben, „Rangsorolás – új szabályozási igény a platformok és az információs túlterheltség korában” címmel került sor (Firnicsz, 2022).

platform-modellek többsége esetében valamilyen formában megjelenik a fogyasztói magatartás követése és leképezése, majd a figyelem megragadása és irányítása. Evans (2013) megközelítését elfogadva, jelen értekezésben *figyelem* alatt azt az időt értjük, amelyet a potenciális fogyasztó valamely – az esetek jelentős részében már testreszabottan megjelenített – tartalomra összpontosít.

A rangsorolás, értve ezalatt a *relatív kiemelés* minden formáját, a platformok működésének egésze szempontjából természetesen részproblémának tekinthető. Vizsgálatunk számára a jelenség érdekességét és jelentőségét az adja, hogy összekapcsolja – és így példaként jól illusztrálja – a digitális térben zajló folyamatok két oldalát: egyrészt érzékelteti az e-fogyasztóvá, felhasználóvá válással járó nehézségeket az adatvezérelt marketing világában, másrészt bepillantást enged a platformszabályozás problémájába és nehézségeibe. Tekintve, hogy a világválság időszakára estek az online térben megkerülhetlenné váló piactereket, platformokat érintő európai szabályozás első lépései, így a vizsgált jelenséget ebben a piaci kontextusban helyezük el, mivel a felmérések eredményei arra engednek következtetni, hogy a pandémia a fogyasztói magatartás hosszú távon érzékelhető változásaihoz vezetett.

A döntéshozatali tempó felgyorsult, ez azt is magával vonja, hogy az e-felhasználó mind szélesebb körben szorul rá a *természetes döntéskönnyítő eszközökre*, az emberi viselkedést egyébként eredendően jellemző torzításokra, egyszerűsítésekre, heurisztikákra. A folyamatos túlinformáltság, a minden irányból érkező információözön bizonyos fokig ugyan pozitív érzetet kelt a felhasználóban, mivel az előtte sorakozó választási lehetőségek széles köre a szabad döntés érzését kelti, azonban egy ponton túl a feldolgozási képességet meghaladó, túl sok lehetőség a kiábrándultság és szorongás forrása lehet (Schwartz, 2011). A fogyasztói, azaz a keresletoldali döntéshozatali folyamat szempontjából fontos tehát, hogy a fogyasztók rendelkezésére álljanak olyan *eligazodást segítő funkciók*, amelyek ténylegesen és torzításmentesen segítik az igényeikhez illeszkedő kínálati elemek beazonosítását.

Az e-felhasználói lét, a figyelemgazdaság, az adatkizsákmányolás, az információs túlterhelés jelentős terhet ró a felhasználókra. Sokat hallunk a fogyasztói, felhasználói magatartás befolyásolásának online eszközeiről, például a sötét mintázatokról. Ugyanakkor a felhasználói oldalról megjelenik az online személyiség, az online „én” (*online self*) problémája, amely lehet az offline személyiség kiterjesztése vagy replikációja, de az egyén létrehozhatja akár az online én különböző, az offline éntől független verzióit is. Nem hagyható figyelmen kívül az sem, hogy az online világ olyan heterogén környezet, amely időről időre megkövetelheti az online én létrehozását egyes funkcionalitások érdekében (például az online szolgáltatások profiljainak kialakítása során). Emellett lehetővé válik egy olyan online „önteremtés” is, amelynek során az egyének egyes célok mentén manipulálhatják online énjüket, a rendelkezésre álló technológiát, képeket, videókat és szöveget olyan viselkedési jelzések és helyzetek létrehozására használva, amelyek utánozzák, leképezik az offline interperszonális kapcsolatokat (Attrill-Smith, 2019).

Az online személyiség problematikája mellett azt is fontos hangsúlyozni, hogy a digitális gazdaságban a vizuális, képi megjelenítés és a nemlineáris tartalomszerkesztés miatt más kompetenciákra, információfeldolgozási folyamatokra, illetve az érintőképernyős felületekre gondolva más motorikus képességekre van szükség, mint az offline világban. A *design thinking*-re, az ügyfélközpontú technológiafejlesztésre visszautalva, e téren megjelenik az alkalmazott viselkedéstudományok szerepe. A designnak háromféle eleméről, pontosabban szólva inkább vetületéről szokás beszélni. Az esztétika és a funkcionalitás mellett a harmadik elem, a felhasználói élmény (a user experience, UX) is megjelenik, az a folyamat, amelyet a design team alkalmaz a felhasználók számára releváns tapasztalatok előállításához. Ez alapvetően három kulcsjellemző köré szerveződik: hasznos, használható és vonzó, ezek együttes megléte szükséges

a termék sikeréhez. A felhasználó ugyanis élményt vesz, vagy ahogy azt Steve Jobs óta tudjuk, leginkább „önmaga jobb verziójára” vágyik, nem pusztán termékre, vagy szolgáltatásra. A UX fő eszköze az alkalmazott pszichológia és viselkedéstudományok, és ez az elem behozza az etikai megfontolások fontosságát. A termékdesign nem légtüres térben létezik: egy fogyasztók számára ideális termékkel szemben is elvárható, hogy monetizálható legyen, azaz anyagi hasznot termeljen. A termékdesign szerepe a 2.4.3. pontban bemutatott erőfölényes ügyek mellett megjelenik például a fogyasztókat sürgető üzenetek megítélésekor, hogy azok esetleg ún. sötét mintaként kerüljenek értékelésre (sötét mintázatok alatt értve az olyan digitális üzeneteket és felhasználói felületeket, amelyek észrevétlenül készítetik a fogyasztókat nem kívánt döntések meghozatalára, akár vizuális hangsúlyokkal, akár a releváns információk elrejtésével, avagy pszichés nyomásgyakorlással, alapértelmezett beállításokkal). A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősülhetnek, ha – szövegezésük és vizuális megjelenítésük révén – pszichés nyomásgyakorlásra is alkalmasak lehetnek, így megzavarhatják a fogyasztók döntéshozatali folyamatát azáltal, hogy azt közvetítik a fogyasztók számára, hogy az általuk keresett szolgáltatás korlátozottan elérhető. A magyar jogalkalmazási gyakorlat alapján lényegét tekintve hasonló hatás kiváltására alkalmas designelemek lehetnek a webshopok hamis visszaszámlálói vagy a fapados légitársaságok jegyrendelésre szolgáló applikációinak sürgető üzenetei.

5.2.2 MEGTALÁLHATÓSÁG, FELFEDEZHETŐSÉG

A neuromarketingen, a széles körű adatelemzésen és algoritmikus profilalkotáson alapuló termékdesign és marketing korszakában a fogyasztói profilokra épülő, testre szabott üzenetek és ajánlatok igyekeznek a legrövidebb utat megtalálni az információs és reklámzajon át a fogyasztó figyelméhez. A platformok világában egyszerre van könnyű és nehéz helyzetben a fogyasztó, amikor az online elérhető globális választékból választhat. A világjárvány időszakában szinte mindenkinek meg kellett ismerkednie az online döntéshozatallal, hiszen a nyitvatartási korlátozások és a járványügyi kockázatok miatt sokaknak gyakorlatilag az online vásárlás maradt az egyetlen beszerzési forma mind a napi fogyasztási cikkek, mind a járvány miatt előrehozott vagy szükségessé vált tartós fogyasztási cikkeket érintő vásárlások terén.

Egy, az EU-ban 2020-as adatokkal készült felmérés alapján, ha a 27 uniós tagállam átlagát tekintjük, akkor minden tíz fogyasztóból hét könnyűnek találta a termékek, illetve szolgáltatások összehasonlítását, és a vizsgált piacok túlnyomó többségénél az összehasonlítás alapjául szolgáló információk kitüntetett forrásai között szerepeltek online keresések eredményeként előálló rangsorok (a korábbi tapasztalatok, a gyártó vagy a kiskereskedő által adott tájékoztatás, a család/baráti kör által adott információk, online vélemények/értékelések, tv/rádió/közösségi média hirdetések mellett). Már a pandémia előtt is a vizsgált 17 termék- és szolgáltatási piac közül néhány kivétellel (a biztosítási és a postai szolgáltatások, az elektromos és gázszolgáltatás, valamint az utazási csomagok piacainak kivételével) az internetes keresés nyomán keletkező rangsor az első három legjelentősebb döntéshozataltényező között szerepel, a repülőjegyek piacán pedig egyértelműen az első helyet foglalja el (Európai Bizottság & Ipsos, 2020).

Az online elérhető kínálati elemek megjelenítése alapvetően befolyásolja a fogyasztói döntéshozatali folyamatot és a platformokon megjelenő e-kereskedők eredményességét, azáltal, hogy az online teret kitöltő információtömegben biztosítja a láthatóságot és a megtalálhatóságot. A rangsorolási módszerek különbözők lehetnek, változhatnak is, és többnyire nem átlátható a működésük, hiszen főszabály szerint üzleti titkot képeznek. A fogyasztók szempontjából a jó, igényeket megfelelően leképező keresési eredményeket produkáló rangsorolási szolgáltatás akár minőségjelző funkciót is betölthet. A rangsorolás fontos szerepet tölt be a megtalálhatóság

(*findability*) és felfedezhetőség (*discoverity*) szempontjából. A két fogalom nagyon közeli rokonságot mutat, mindkettő valamely tartalomnak vagy információnak az elérhetőségére utal, csak míg a megtalálhatóság valamilyen *azonosítható, konkrét és akár ismert térben* (például egy e-kereskedelmi piactéren) való keresésre utal (mint azt az Amazon Buy Box ügynél láthatjuk), addig a felfedezhetőség esetén a keresés *egy ismeretlen helyre* utal. (A felfedezhetőség és a megtalálhatóság végső soron kombinálódik az alábbiakban bemutatott Google Shopping ügyben). A megtalálhatóság a termékdesign szempontjából központi jelentőségű, mivel összefüggésben áll az információs architektúrával (az online információs környezet szerkezetének kialakításával, értve ezalatt a weboldalak, intranetek, online közösségek és a kapcsolódó beágyazott szoftverek szervezését és címkézését); a felhasználói célok elérését megkönnyítő felhasználói felületekkel; a fogyatékossgal élők és a korlátozott digitális kompetenciákkal rendelkezők számára a használatot lehetővé tévő kisegítő eszközökkel és a keresőoptimalizálási szempontokkal (Baker, 2013).⁶⁷

5.2.3 ÚJ SZABÁLYOZÁSI IGÉNY A TÉTELES JOGBAN

A P2B viszonyokban, azaz a platformok és üzleti partnereik között az utóbbiak számára tehát kulcskérdés, hogy tisztában legyenek a rangsorolásban mutatott helyezésük okaival és azzal, hogy tudnának-e, és ha igen, akkor milyen módon jobb helyezést elnyerni, akár fizetett rangsorolás segítségével is. A felfedezhetőséggel összefüggő kérdéskör kapcsán a P2B Rendelet kapcsán ritkábban vagy kevésbé hangsúlyosan kerül szóba, hogy bizonyos tekintetben annak hatálya a platformokon kívül az online keresőprogramokra⁶⁸ is kiterjed, abból kiindulva, hogy ezek is nagyban befolyásolhatják az e-kereskedelem folyamatait. Digitális összehasonlító eszközként az online keresőprogramok is jelentős hatást fejtenek ki a fogyasztók választására és az e-kereskedelmi szolgáltatók üzleti eredményességére. A P2B Rendelet ezért a (4)–(13). preambulumbekendésekben foglaltak alapján abból indul ki, hogy az online keresőprogramok szolgáltatói gyakorlatilag a kereskedelmiweboldal-használókkal, azaz az online értékesítőkkal, webáruházakkal szemben – szerződéses jogviszony hiányában is – egyoldalúan léphetnek fel, így bizonyos körben indokolt rájuk a platformokkal egy megítélés alá tartozó szabályokat felállítani.

A rangsorolással összefüggésben a fenti gondolatmenet alapján a P2B Rendelet közös alapokon álló feltételrendszert alakít ki a platformokra és az online keresőprogramokra vonatkozóan. A rangsorolással összefüggésben a szolgáltatóknak előzetes tájékoztatást kell nyújtaniuk az áruk és szolgáltatások rangsorolására használt paramétereikről annak érdekében, hogy az e-kereskedők megértsék, milyen módon tudják optimalizálni jelenlétüket.⁶⁹ Átláthatóvá kell tehát tenni

⁶⁷ Mark Baker rendkívül szellemes könyvében a leghosszabb rövidítés címére pályázva a megtalálhatóság és felfedezhetőség közös gyökerére, azaz a digitális kommunikáció tervezésének alapelveire vonatkozóan bedobja a digitális gazdaságot jellemző „betűlevesbe”, azaz a fogalmakra használt rövidítéstömegbe DTRITTRPATRTITRLAFOTDOTCC (*To Deliver The Right Information To The Right Person At The Right Time In The Right Language And Format On The Device Of The Customer's Choosing*) rövidítést: „a megfelelő információt a megfelelő embernek a megfelelő időben és a felhasználó által választott eszköznek megfelelő formátumban” (Baker, 2013).

⁶⁸ A P2B-rendelet 2. cikkének 5. pontja szerint online keresőprogramnak minősül minden olyan digitális szolgáltatás, amelynek segítségével a felhasználók kéréseket vihetnek be azzal a céllal, hogy elvileg az összes weboldalon vagy egy adott nyelvhez tartozó összes weboldalon kulcsszó, hangalapú kérés, kifejezés vagy egyéb formában megadott lekérdezés alapján bármilyen témában kereséseket végezzenek, és amely bármilyen formátumban olyan eredményeket ad meg, amelyekben megtalálhatók a keresett tartalommal kapcsolatos információk, továbbá ezzel összefüggésben a 2. cikk 6. pontja szerint onlinekeresőprogram-szolgáltatóknak tekintendő minden olyan természetes vagy jogi személy, aki vagy amely online keresőprogramot biztosít vagy kínál igénybevételre fogyasztók részére.

⁶⁹ A P2B-rendelet 5. cikkének 1. és 2. bekezdése az előzetes tájékoztatással kapcsolatban némiképpen eltérő szabályokat alakít ki a két szolgáltatói körre: (i) az online közvetítő szolgáltatóknak szerződési feltételeikben kell rögzíteniük a rangsorolást meghatározó fő paramétereket és e fő paraméterek más paraméterekhez képest meglévő

számukra a rangsorolással kapcsolatban egyrészt a rangsorolást meghatározó fő paramétereket és e fő paraméterek más paraméterekhez képest meglévő viszonylagos jelentőségének okait, másrészt pedig a rangsorolás befolyásolásának lehetőségeit, és ha van, akkor ennek díját, valamint a díjfizetésnek a rangsorolásra gyakorolt hatásait.

A P2B Rendelet a figyelemgazdaság sajátosságaiból eredő új szabályozási igénynek felel meg, amikor 2. cikkének 8. pontja tisztázza és vezeti be a rangsorolás fogalmát a *tételes jogi szabályozásba*. Ennek alapján egyrészt úgy tekinthetünk a rangsorolásra, mint az online közvetítő szolgáltatásokon keresztül kínált áruknak és szolgáltatásoknak biztosított *viszonylagos kiemelésre*, másrészt pedig az online keresőprogramokkal kapcsolatban a rangsorolás a *keresési eredményekhez rendelt relevanciaként* értelmezhető. Lényegét tekintve tehát az adatvezérelt, algoritmusalapú döntéshozatal egyik sajátos formája, amelynek révén a szolgáltatók az árukra vagy szolgáltatásokra vonatkozó információkat, vagy a keresési eredményeket strukturálják, és megjelenítik a fogyasztók számára.

A P2B Rendelet azt a kiinduló követelményrendszert tartalmazza, hogy a rangsorolásra vonatkozó leírásnak alkalmasnak kell lennie arra, hogy annak alapján átlátható legyen az e-kereskedők számára, hogy a rangsorolási módszer milyen módon és mennyiben veszi figyelembe a fogyasztóknak kínált áruk és szolgáltatások jellemzőit, továbbá e jellemzők jelentőségét a szolgáltatást használó fogyasztók szempontjából. Az onlinekeresőprogram-szolgáltatók tekintetében további elvárás, hogy a kereskedelmiweboldal-használók által használt weboldalak kialakításának jellemzői is megfelelően leképeződjenek. A „klasszikus” értelemben vett rangsorolás alapvető kérdése a *felhasznált paraméterek köre*. Emellett aszerint, hogy a rangsorolást befolyásoló paraméterek között a díjazás is meghatározó szerepet játszik-e, megkülönböztethető az organikus, illetve a fizetett rangsorolás. (Az onlinekeresőprogram-szolgáltatók esetében, azok sajátosságaira tekintettel, az e-kereskedők honlapjainak fizetett kiemelésével járó reklámozási lehetőségek és a keresőprogramba integrált digitális alkalmazások is a fizetett rangsorolás körébe sorolhatók.)

A paraméterezés mellett viszont a rangsorolás megjelenítési lehetőségének sokfélesége adja a fogalom kulcselemét. A „viszonylagos kiemelés” fordulat értelmezése során nyilvánvalóvá válik ugyanis, hogy az online kínálatban megtalálható elemek a szekvenciákba, illetve listákba rendezésen túlmenően számtalan különböző módon szervezhetők vagy közölhetők (így csak néhány példát kiemelve: vizuális kiemelésekkel, szalagcímekkel, „vásárlás” gombok elhelyezésével a közösségi médiában, szerkesztői beavatkozásokkal).

5.2.4 RELATÍV KIEMELÉS – LÁTHATÓSÁG – ÖNPREFERÁLÁS

Az önpreferálásra (*self-preferencing*), azaz a saját termékek és szolgáltatások vonatkozásában gyakorolt pozitív diszkriminációra vonatkozó szabályok révén a rangsorolás szabályozásában is megjelenik a *vertikálisan integrált, duális platformok* problematikája. Ez azt az esetkört fedi le, amikor például a piacterek saját maguk is e-kereskedők, az online közvetítő szolgáltatók vagy az onlinekeresőprogram-szolgáltatók közvetlenül vagy közreműködő bevonásával közvetve maguk is jelen vannak, és így kínálnak vagy hirdetnek árukat vagy szolgáltatásokat a fogyasztóknak.

A P2B Rendelet nem tiltja a vertikálisan integrált működési modellt, de a transzparencia érdekében a szolgáltatóknak ebben az esetben is *részletes tájékoztatást* kell adniuk az általuk alkalmazott modell lényegéről. Ez minimálisan magában foglalja, hogy (i) élhetnek-e a „*learning*

viszonylagos jelentőségének okait; (ii) az online keresőprogram szolgáltatóknak az online keresőprogramjaik felületén kell elhelyezniük könnyen és nyilvánosan hozzáférhető módon egy világos és érthető, folyamatosan frissítendő leírást, amelyben rögzítik a rangsorolás meghatározásánál külön-külön vagy együttesen a legjelentősebb szerepet játszó fő paramétereket és azok viszonylagos jelentőségét .

effect” előnyeivel,⁷⁰ azaz felhasználják-e a szolgáltatásnyújtás során az üzleti felhasználóikhoz köthető, az utóbbiak által végzett értékesítések kapcsán keletkező adatokat a saját áruik vagy szolgáltatásaik értékesítése, illetve pozicionálása során; (ii) alkalmaznak-e olyan rangsorolást vagy egyéb beállításokat, amelyek befolyásolják a fogyasztók hozzáférését az árukhoz vagy szolgáltatásokhoz; (iii) felszámítanak-e közvetlen vagy közvetett díjakat az online közvetítő szolgáltatás vagy az online keresőprogram használatáért; (iv) milyen egyéb speciális feltételekre, közvetlen vagy közvetett díjfizetési kötelezettségre számíthatnak az üzleti felhasználók a szolgáltatásokhoz vagy az ezekhez kapcsolódó kiegészítő szolgáltatásokhoz, funkciókhoz vagy technikai felületekhez történő hozzáférés, illetve ezek használata során. Bergqvist (2020) érinti azt a kételyt, hogy a P2B Rendelet tájékoztatási szabályai, illetve az ezek által teremtett transzparencia mennyiben járulhat hozzá ténylegesen a rangsorolással összefüggő antitröszt jellegű problémák megelőzéséhez. A szabályozási háttér további ismertetését megelőzően úgy véljük, hogy a probléma bemutatása érdekében indokolt röviden kitérni a Google rangsorolási gyakorlatával összefüggésben indított ügyekre és azok háttérében álló sajátos vertikális összefüggésekre.

A Google keresőrendszere maga is az oldalak egyfajta rangsorolására épül, minél nagyobb valamely honlap PageRank indexe,⁷¹ annál jobb helyet foglalhat el a Google által adott találati listán. A PageRank-index ezért a keresőoptimalizálás (*Search Engine Optimization, SEO*) egyik legfontosabb szempontja. A keresőoptimalizálás célja, hogy egy weboldalt a webes keresők megtaláljanak, és a találati listában a lehető legkedvezőbb helyre sorolják. Minél jobb a találati listán elfoglalt hely, annál értékesebbnek tekinthető a találat marketing szempontból is, arra különös tekintettel, hogy a keresést végző személyek ritkán lépnek túl az első öt helyre sorolt találati elemén, így érdemi érték valójában ezekhez a találatokhoz sorolható (Bergquist & Rubin, 2019).

Azáltal, hogy a keresőrendszerek marketing szempontból is jelentős értéket kapcsolnak egyes weboldalakhoz, mind az egyes oldalak, mind a keresőprogramok üzleti jelentősége más dimenzióba került. Ezzel párhuzamosan a 2000-es évek első évtizedének végére egyre gyakoribbá váltak a keresőrendszerek részrehajlására (*search bias*) vonatkozó aggályok (Wright, 2011). A keresőrendszerek üzleti modelljét arra a közvetítő szerepre alapozva alakították ki, amely összeköttetést biztosít a (felhasználókat célzó) tartalomszolgáltatók, a (tartalmat kereső) felhasználók és a (szintén a felhasználókat célzó) hirdetőik között. Ezáltal, jóllehet a szolgáltatás ingyenes a felhasználók számára, azonban *a felhasználók fókuszált figyelme* rendkívül értékes a hirdetőik számára, arról nem is beszélve, hogy a felhasználók jól jellemezhetőek és megismerhetőek kereséseik tartalma alapján. Ennél fogva a közvetítői szerepből jelentős hirdetési árbevétel keletkezik, a hirdetőik által fizetett összeg azonban az esetek többségében annak függvénye, hogy a felhasználók hányszor kattintanak rá az általuk fizetett „szponzorált” rangsorelemekre (Stucke & Ezrachi, 2016). Egy idő múltán a keresési szolgáltatások differenciálódtak, elkülönültek az általános keresési szolgáltatások, illetve az ár-összehasonlító szolgáltatások, és a Google az

⁷⁰ *Learning effect*ként, illetve gyakran *spying*ként is hivatkozzák azt a gyakorlatot, amikor a vertikálisan integrált platformszolgáltató monitorozza az üzleti felhasználók forgalmát, és a saját kínálatának kialakításáról az üzleti felhasználók értékesítési adatainak előzetes elemzése alapján dönt.

⁷¹ A Google alapítói abból indultak ki, hogy a weboldalak kialakítása során olyan linkek kerülnek fel, amelyek az adott oldal szempontjából értékes tartalommal rendelkeznek, és minél több link mutat egy oldalra, az annál fontosabb. A linkek kiinduló oldalának fontossága sem közömbös, ugyanis ha sok fontos oldal mutat valamely oldalra, az tovább növeli annak értékét. A rekurzív módszer alkalmazásával az algoritmus kiszámítja az egyes weboldalak esetében az 1–10-es skálán mozgó PageRank-indexet, amely az oldalak hivatkozási relevanciájának mutatószáma. A PageRank-index 2016 márciusáig nyilvánosan elérhető adat volt, azóta az egyéb mutatók keresőoptimalizálásban betöltött szerepe megnőtt (<https://www.klikkmarketing.hu/blog/mit-jelent-a-pagerank> és <https://elemzeskozpont.hu/vallalkozas/mit-hasznalj-pagerank-mutato-helyett-mire-jo-domain>).

általános keresési szolgáltatásokon túlmenően, duális szerepben maga is megjelent – egyebek között – az ár-összehasonlító szolgáltatások terén. Az Európai Bizottság és az Egyesült Államok szövetségi kereskedelmi bizottsága (*Federal Trade Commission, FTC*) egyaránt eljárást indított az üzleti modell működése azon következményeinek vizsgálatára, amelyek az általános keresőszolgáltatások és az ár-összehasonlító szolgáltatások összekapcsolásából, valamint a Google saját ár-összehasonlító szolgáltatásainak részrehajló megjelenítéséből fakadtak.

Az általános keresőszolgáltatások körébe tartoznak azok a szolgáltatások, amelyek az egész internetre kiterjedő keresést végeznek a beadott szabadszavas keresésre. Ezek elkülönítendőek egyrészt a (i) a tartalomszolgáltató oldalakon (online sajtótermékek, online tudástárak stb.); (ii) a közösségi oldalakon (Facebook, LinkedIn stb.) működő szolgáltatásoktól, másrészt (iii) a speciális keresőszolgáltatásoktól, amelyek valamilyen egyedi témához, tárgykörhöz kapcsolódnak. Ár-összehasonlító szolgáltatásnak minősülnek azok a keresési szolgáltatások, amelyek valamely konkrét termékre vagy szolgáltatásra irányuló keresést tesznek lehetővé olyan módon, hogy a találatok a platformon anélkül hasonlíthatók össze, hogy az alapul szolgáló oldalakat fel kellene keresnie a felhasználónak. Az ár-összehasonlító szolgáltatás elkülönítendő (i) az online piacterektől, (ii) az egyedi témához, témakörhöz kapcsolódó speciális keresőszolgáltatásoktól, (iii) az online hirdetési szolgáltatásoktól, (iv) a kiskereskedelmi entitások webshopjain elérhető keresési funkcióktól, (v) az offline összehasonlító eszközöktől.

A szolgáltatások kategorizálása kapcsán Bergqvist–Rubin (2019) úgy véli, hogy a Google Shopping ügyben az Európai Bizottság implicit módon megfogalmaz egy harmadik szolgáltatási piacot is, az online vásárláshelyi keresést, amely a közvetlen online vásárlást lehetővé tévő webshopokban és online piactereken valósul meg. *Érezhető, hogy a piacmeghatározás során milyen nehézségekbe ütközött a felfedezhetőség és megtalálhatóság offline piaci előképpel nem rendelkező versenyjogi lényegének megragadása.*

Az Európai Bizottság által 2009-ben indított eljárásban, az úgynevezett Google Shopping ügyben megállapította a Google erőfölényes helyzetét az általános internetes keresőrendszerek nemzeti piacain. A bizottsági döntés végül nyolc év után, 2017-ben született meg, és arra a megállapításra jutott, hogy a Google az ár-összehasonlító szolgáltatás forgalmának növelésére kialakított stratégia során visszaélt erőfölényével, amikor (i) kiemelt elhelyezést biztosított saját ár-összehasonlító szolgáltatásának, és ezáltal a Google-keresőben kiadott keresések esetén a Google ár-összehasonlító szolgáltatásából származó találatok a találati lista elejére kerültek, (ii) olyan kritériumot épített be algoritmusába, amelyek a Google versenytársainak ár-összehasonlító szolgáltatásait kedvezőtlenebb helyre sorolták a találati listán, mintegy fenntartva az első három helyet a Google számára. A Google így jelentős előnyhöz juttatta saját ár-összehasonlító szolgáltatását, ami a mobileszközöknél, a képernyő méreténél fogva még inkább érvényesült.

Az FTC 2012-ben indította meg eljárását annak vizsgálatára, hogy a Google (i) előnyben részesítette-e saját tartalmait versenytársaival szemben, (ii) felhasznált-e harmadik felek weboldalairól ingyenesen összegyűjtött információkat saját szolgáltatásának javítása érdekében (*scraping*), (iii) bevezetett-e olyan szerződéses korlátozásokat az AdWords-szolgáltatásba, amelyek arra irányultak, hogy kizárják a hirdetők számára más keresőmotorok használatát; illetve (iv) az online hirdetések terén magához kötötte-e a weboldalak tulajdonosait. Az eljárást ugyan az FTC 2013-ban lezárta, azonban a jelek ezzel a történetnek még nincs vége, mivel az utóbb nyilvánosságra került feljegyzések alapján visszatérően élénk vita tárgyát képezi az eljárás lezárásának indokoltsága.⁷²

⁷² Revisiting FTC's 2013 Google Decision. Letöltés dátuma: 2022. június 15., forrás: <https://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2021/03/28/revisiting-ftcs-2013-google-decision/>. Justice

Mindkét ügyet számos kritika övezi, így az FTC-vel szemben jelentős aggályként fogalmazódott meg, hogy az ügy lezárásának indokai nem váltak világossá, és az alapul szolgáló bizonyítékok szerint az ügy rekonstrukciójából még további jelentős következtetések lehetnének levonhatók (Kovacic, 2020). A Google által megtámadott bizottsági döntéssel kapcsolatban pedig vitákra adott okot,⁷³ hogy három egyezségi kísérlet után miért került sor végül rekordméretű bírság kiszabására, továbbá mennyiben tekinthető megalapozottnak az ügyben alkalmazott piacmeghatározás és kárelmélet (Bergquist & Rubin, 2019).

Az előbbiek fényében elmondható, hogy ugyan az önpreferálás és a rangsorolás kapcsolódásait érintő kérdések vizsgálatának végére még nem került pont, azonban *az eddigi eljárások során szerzett tapasztalatok már becsatornázódnak az időközben megjelenő szabályozási kezdeményezésekbe*. A Google Shopping ügy vizsgálatának elhúzódó időtartama pedig visszatérő érvként merül fel a szabályozási típusú beavatkozás szükségessége mellett. Az e-kereskedelemben zajló rangsorolás másik fő fórumába, az integrált e-kereskedelmi platformok működésébe engednek betekinteni a közelmúltban kötelezettségvállalással zárult Amazon Buy Box és Amazon Marketplace ügyek. 2019 júliusában az Európai Bizottság hivatalos vizsgálatot indított azzal kapcsolatban, hogy az Amazon felhasználta-e az online piacon értékesítők nem nyilvános adatait. Következő év novemberében az Európai Bizottság kifogásközlést fogadott el, amelyben előzetesen megállapította, hogy az Amazon erőfölényben van a francia, és a német piacon harmadik fél értékesítőknek nyújtott online piactéri szolgáltatások terén, és arra is ráirányította a figyelmet, hogy az Amazon kiskereskedelmi döntéseinek kalibrálása során az online piactéri e-kereskedők nem nyilvános üzleti adataira támaszkodott. Ezzel párhuzamosan, szintén 2020 novemberében, az Európai Bizottság egy második vizsgálatot is indított annak feltárására, melyek azok a kritériumok, amelyeket az Amazon a Buy Box „nyertesének” kiválasztásához és annak lehetővé tételéhez szab, hogy az e-kereskedők a Prime hűségprogram keretében kínálhassanak termékeket, és mindez kedvezményes elbánást eredményez-e az Amazon kiskereskedelmi üzletága vagy az Amazon logisztikai és szállítási szolgáltatásait igénybe vevő eladók számára.⁷⁴ E második vizsgálatban a Bizottság arra az előzetes megállapításra jutott, hogy az Amazon visszaélt erőfölényével a francia, a német, és a spanyol piacon harmadik fél értékesítőknek nyújtott online piactéri szolgáltatások terén, mert a Buy Box-ra és a Prime-ra vonatkozó szabályai és feltételei indokolatlanul előnyben részesítik saját kiskereskedelmi üzletágát, valamint az Amazon logisztikai és szállítási szolgáltatásait igénybe vevő piactérbeli eladókat.

Az Amazon Buy Box a vásárlási folyamatban az ún. kosárba helyezési és kiválasztási folyamat során automatikusan részévé válik a megjelenő terméklistának, arra hivatkozással, hogy ár-érték arányban ez a konkrét kínálati elem feleltethető meg leginkább a végfelhasználó igényének. Ha a végfelhasználó nem módosítja, hogy melyik e-kereskedőtől szeretne vásárolni, és egyszerűen az *alapértelmezett tételt* adja hozzá a kosarához, akkor a Buy Box-ban szereplő termékeket veszi meg. Az e-kereskedők számára termékeik *láthatóságának* érdekében elengedhetetlen, hogy termékei a Buy Box-ban ott legyenek, mivel az Amazon összes értékesítésének nagyjából 80 %-a ezen keresztül valósul meg; ha a tétel a Buy Box-ban van, az ajánlata jelentősen láthatóbbá válik az Amazon ügyfelei számára. Az Amazon platformján a „Prime” címke a másik legfontosabb

Department, State Attorneys General Likely to Bring Antitrust Lawsuits Against Google. Letöltés dátuma: 2022. június 15., forrás: <https://www.wsj.com/articles/justice-department-state-attorneys-general-likely-to-bring-antitrust-lawsuits-against-google-11589573622>. How Washington fumbled the future. Letöltés dátuma: 2022. június 15., forrás: <https://www.politico.com/news/2021/03/16/google-files-ftc-antitrust-investigation-475573>.

⁷³ Jelen kézirat lezárásának időpontjában a Google Shopping ügy Google a Törvényszék (EUB) döntésére vár, T-612/17 ügyszámon.

⁷⁴ Ebben a vonatkozásban közeli kapcsolat mutatkozik az olasz versenyhatóság által az ún. Amazon fulfilment ügyben alkalmazott logival. (A logisztika a láthatóság ára? Letöltés dátuma: 2023. január 15., forrás: <http://www.versenyjog.com/index.php/hu/blog?view=article&id=61&catid=8>.)

láthatósági tényező, mivel a platform az ilyen címkével megjelölt kereskedői számára jobb láthatóságot biztosít az Amazon üzleti modelljében központi szerepet betöltő törzsvásárlói kör számára; illetve ezen e-kereskedők számára részvételi lehetőséget biztosít az Amazon által szervezett speciális időszaki akciókban (így például a Black Friday-ban), és végül, de nem utolsósorban nagyobb valószínűséggel sorolja be a kereskedő termékeit a Buy Box felületén megjelenített kiemelt ajánlatok közé.

Az Amazon a két ügyben egymásra tekintettel tett kötelezettségvállalási javaslatot. Az adatfelhasználással kapcsolatos aggályok eloszlatására vállalta, hogy (i) a független e-kereskedők által az online piacon folytatott tevékenységekkel kapcsolatos vagy azokból származó nem nyilvános adatokat nem használja fel a kiskereskedelmi tevékenységéhez sem az Amazon automatizált eszközein, sem pedig az alkalmazottak kiskereskedelmi döntéshozatali folyamatai során; (ii) nem használja fel ezeket az adatokat más márkák vagy saját márkás termékek értékesítése során. A Buy Box tekintetében felmerülő bizottsági felvetések kapcsán azt vállalta, hogy (i) egyenlő elbánásban részesíti az összes eladót az ajánlatok rangsorolása során a Buy Box „nyertesének” kiválasztása céljából; (ii) megjelenít egy második, a Buy Box „nyertesével” versengő ajánlatot, ha van olyan másik e-kereskedőtől származó második ajánlat, amely kellőképpen különbözik az a nyertesétől az ár és/vagy a szállítás tekintetében, és mindkét ajánlat ugyanazt a termékleírást tünteti fel és ugyanazt a vásárlási élményt nyújtja. Végül a harmadik, a Prime tekintetében felmerülő problémacsokor vonatkozásában az Amazon azt javasolta, hogy (i) megkülönböztetésmentes feltételeket és kritériumokat állapít meg az online piacon értékesítő e-kereskedők és ajánlataik Prime hűségprogramban történő értékesítésre való feljogosítása tekintetében, (ii) lehetővé teszi a Prime hűségprogramban értékesítők számára, hogy logisztikai és kézbesítési szolgáltatásaik tekintetében szabadon válasszanak bármilyen fuvarozót, és a feltételeket közvetlenül az általuk választott fuvarozóval tárgyalják meg, (iii) saját logisztikai szolgáltatásaihoz nem használja fel a Prime-on keresztül szerzett, harmadik fél fuvarozók feltételeire és teljesítményére vonatkozó információkat.

A 2022 nyarán lefolytatott bizottsági mérlegelés és piaci egyeztetések nyomán alakult ki 2022 decemberére a végleges kötelezettségvállalás rendszere, amelyben az Amazon a további vállalásokat tette: (i) javítja a második helyen kiemelt Buy Box ajánlat megjelenítését azáltal, hogy azt hangsúlyosabbá teszi, és felülvizsgálati mechanizmust vezet be arra az esetre, ha a megjelenítés nem kelt kellő figyelmet a fogyasztók körében, (ii) növeli az átláthatóságot és a korai információáramlást az eladók és fuvarozók felé a kötelezettségvállalásokról és az újonnan biztosított jogokról, lehetővé téve többek között, hogy az eladók egy korai szakaszban független fuvarozók igénybevételére válthassanak át, (iii) az adatvédelmi szabályokkal összhangban olyan eszközöket alakít ki, amelyek segítségével a független fuvarozók közvetlenül kapcsolatba léphetnek az Amazon vásárlóival, lehetővé téve számukra, hogy az Amazon által kínáltakkal egyenértékű kézbesítési szolgáltatásokat nyújtsanak, (iv) javítja a fuvarozók adatainak védelmét az Amazon versenyző logisztikai szolgáltatásai általi használattal szemben, különös tekintettel a küldeményprofil-információkra, (v) növeli a független megbízott ellenőrző (*monitoring trustee*) hatáskörét további értesítési kötelezettségek bevezetésével, (vi) központosított panasztételi mechanizmust vezet be, amely minden eladó és fuvarozó számára nyitva áll, amennyiben felmerül a kötelezettségvállalások be nem tartásának gyanúja.

A P2B Rendelet szabályainak és az erőfölényes logikára épített antitröszt ügyeknek a vizsgálata alapján levonható a következtetés, hogy a platformok a relatív kiemelés biztosító megtalálhatóságot és felfedezhetőséget érintő designelemek alkalmazásával az offline világ folyamataitól teljesen eltérő módon (elsősorban az adatelemzésre építve) erőteljes hatást tudnak gyakorolni a *fogyasztói döntésekre és ezáltal* (i) a versenytársaik *láthatóságára*, azaz az adott vállalkozás márkáinak vagy termékeinek az adott felhasználói környezetben való meg-

jelenítésére; és (ii) az ökoszisztémában résztvevő üzleti partnerek, így a logisztikai, fulfilment szolgáltatásokban résztvevő vállalkozások működésére.

5.2.5 A KAPUŐRÖKRE VONATKOZÓ RANGSOROLÁSI ELVÁRÁSOK

A DMA a P2B Rendeletben alkalmazott tájékoztatási kötelezettségekhez képest tovább lép, itt a kapuőrnek minősülő platformokra vonatkozó *ex ante* magatartási szabályok körében már megjelenik a rangsorolás⁷⁵ terén történő önpreferálás (*self-preferencing*) és a rangsorolás befolyásolásának tilalma.

A DMA-ben a rangsorolás terén előírt önpreferálási korlát nyomán a kapuőr minden egyes alapvető platformszolgáltatása vonatkozásában köteles tartózkodni attól, hogy a rangsorolás során a harmadik felekéhez képest kedvezőbb elbánásban részesítse a saját maga által közvetlenül vagy közvetve kínált szolgáltatásokat vagy árukat. A DMA igyekszik megragadni az *integrált platformmodellek lényegét*, amikor a platformok részben vagy egészben termékeiket vagy szolgáltatásaikat a fogyasztók, végfelhasználók részére saját alapvető platformszolgáltatásaikon keresztül vagy olyan entitások alapvető platformszolgáltatásain keresztül nyújtják, amelyek felett irányítást gyakorolnak. Ez az előbbiek alapján nyilvánvalóan *érdekkonfliktust* okoz a rangsorolás terén is, hiszen az általuk üzemeltetett, illetve közvetve irányított alapvető platformszolgáltatás infrastruktúráján működő harmadik felekhez képest jobb pozíciót tudnak biztosítani saját termékeik/szolgáltatásaik számára. Ez hozzájárulhat ahhoz, hogy a kapuőrök saját javukra eljárva hátrányosan befolyásolják a duális platformokon a downstream piacokon versenytársként jelenlévő kereskedők által kínált termékek vagy szolgáltatások üzleti feltételeit, és akadályozzák saját szolgáltatásaik megtámadhatóságát. Ennek megelőzésére a DMA előírásai nyomán a kapuőr sem közvetlenül, sem közvetve nem alkalmazhat semmiféle megkülönböztetett vagy preferenciális elbánást az alapvető platformszolgáltatáson történő rangsorolás tekintetében, legyen az jogi, kereskedelmi vagy akár műszaki jellegű.

Az előbbi tilalom eredményessége akkor biztosítható, ha a kapuőr ugyanakkor köteles a versenytársak számára a rangsorolásban méltányos és megkülönböztetésmentes feltételeket biztosítani. A generálklauzula jellegű szabály megvalósítása a gyakorlatban számos értelmezési és gyakorlati kérdést felvet, arra is tekintettel, hogy a rangsorolásnak ebben az összefüggésben a relatív kiemelés minden formájára ki kell-e terjednie, beleértve a megjelenítési, minősítési, hivatkozási vagy hangalapú eredményeket is. Annak érdekében, hogy e kötelezettség valóban megkerülhetetlen legyen, a DMA rögzíti azt az elvet, hogy a kötelezettséget bármely olyan intézkedésre alkalmazni kell, amely a rangsorolás terén alkalmazott megkülönböztetett vagy preferenciális elbánással *egyenértékű hatással* járhat. A rangsorolás az átláthatósági szabályrendszer egyik központi elemét alkotja már a P2B Rendeletben is, így az ott kapott felhatalmazás alapján a Bizottság részletes iránymutatást dolgozott ki a rangsorolási átláthatóságra vonatkozóan, amely a DMA értelmezése során is útmutatóként szolgál (Európai Bizottság, 2020c).

Petit (2021) érvelésében is visszaköszön a problémaközpontú jogalkotás logikája, amikor a DMA magatartási szabályrendszerét a 4.2. pontban felvázolt logikának megfelelően egyfajta problémakatalógusként tekinti, amely a platformok magatartására vonatkozóan az uniós és tagállami versenyhatósági eljárások során feltárt problémákat rendszerezi, és kínál rájuk *ex ante* szabályozási megoldást. (Az antitröszt jogi előírások hatékonysága kapcsán a szabályozás *ex post*

⁷⁵ A DMA 2. cikkének 22. pontja az alapvető platformmagatartásokra kivetítve gyakorlatilag azonos tartalommal megismétli a P2B Rendeletből megismert rangsorolás fogalmát.

jellege, illetve az esetről esetre lefolytatott vizsgálatok és az azokat követő bírósági felülvizsgálatok időigényessége merül fel visszatérő kritikaként.)

Érintett platform	Felmerült aggály	Hatósági beavatkozás
Google	Rangsorolás befolyásolása (Google Shopping-ügy)	Bizottsági eljárás (2010–2017), jelenleg a Törvényszék (EUB) előtt az eljárás folyamatban
Google	Az Android operációs rendszerű telefonoknál a Google Play-alkalmazásbolt telepítésének kötelező összekötése más Google-szolgáltatások, így a Chrome-böngésző telepítésével (Google Android-ügy)	Bizottsági eljárás (2015–2018), jelenleg a Törvényszék (EUB) előtt az eljárás folyamatban
Google	Versenytárs autószoftverek megjelenítésének elutasítása	Az olasz versenyhatóság döntése alapján a Google köteles az Android Autóban megjeleníteni az elektromos autók töltéséhez használt EnelX-applikációt. Az ügyben 100 millió euró összegű bírság kiszabására került sor
Amazon	Az e-kereskedelemmel összefüggő speciális és komplex logisztikai folyamatok ellátását tartalmazó „Fulfillment by Amazon” (FBA) szolgáltatást igénybe vevő kereskedők számára a Marketplace-felületen történő megjelenítés befolyásolása	Olasz versenyhatóság előtt folyamatban lévő ügy
Amazon	Az e-kereskedelemmel összefüggő speciális és komplex logisztikai folyamatok ellátását tartalmazó „Fulfillment by Amazon” (FBA) szolgáltatást igénybe vevő kereskedők, illetve a saját forgalmazású termékek számára a Marketplace-felületen történő megjelenítés befolyásolása (Amazon Buy Box-ügy)	Bizottsági eljárás indult 2020 novemberében, kötelezettségvállalással zárult 2022 novemberében

10. táblázat

A DMA-tervezetben foglalt rangsorolási és megjelenítési szabályokkal analóg tényállást tartalmazó antitröszt tárgyú eljárások

Forrás: Firniksz (2022), Mariniello & Anderson ((2021) nyomán

A 3. táblázatban foglalt tipológia alapján a rangsorolás szabályait ebben az összefüggésben tekintve levezethető, hogy a DMA a kapuőrökre specifikálja az EUMSZ 102. cikkének c) pontja szerinti indokolatlan diszkriminációra vonatkozó tilalmat, azzal, hogy a DMA alkalmazása során nem kell majd a 10. táblázatban felsorolt önpreferálási tárgyú antitröszt ügyekben szükséges piacmeghatározásra vonatkozó bizonyítást lefolytatni.

A rangsorolási szabályok értelmezésénél figyelemmel kell lenni arra is, hogy ezek a DMA 6. cikke szerinti, azaz a *további pontosítást igénylő, szabályozói párbeszéd során tisztázandó kötelezettségek körébe* tartoznak, amelyek értelmezéséhez a DMA 8. cikkében foglalt megfelelési szabályokat kell segítségül hívni. Mindezek értelmében a kapuőrökkel szemben az az elvárás, hogy az előírt kötelezettségeknek való megfelelés biztosítása érdekében az általuk végrehajtott intézkedéseknek eredményesnek, azaz az érintett kötelezettség célkitűzésének elérésére

alkalmasnak kell lenniük. Amennyiben viszont a Bizottság arra a megállapításra jut, hogy a kapuőr által végrehajtani kívánt vagy végrehajtott intézkedések nem megfelelők vagy elégségesek a 6. cikkben megállapított kötelezettségek teljesítésére, akkor határozat útján pontosíthatja azokat a lépéseket, amelyeket a kapuőrnek végre kell hajtania a megfelelés érdekében. A DMA gyakorlati alkalmazása ad majd választ, hogy a kapuőrökkel folytatott szabályozói párbeszéd nyomán hogyan lehet a leghatékonyabban elősegíteni a kapuőrök általi megfelelést, és felgyorsítani a jogkövetést. Nyilvánvalóan a szabályozói párbeszéd érvrendszere számára is fontos adalékot jelentenek azok a 10. táblázatban felsorolt esetek, az azokból levonható tapasztalatok és következtetések, melyek tulajdonképpen a DMA-ben megjelenő rangsorolási és megjelenítési szabály „antitröszt jogterületi előzményeinek” tekinthetők.

5.2.6 AJÁNLÓRENDSZEREK, TESTRESZABOTT AJÁNLATOK

A láthatóság szempontjából a DSA 2. cikkének s) pontja által definiált ajánlórendszerek fogalma közeli rokonságot mutat a rangsorolási problematikával, itt ugyanis olyan teljes mértékben *automatizált rendszerekről* van szó, melyeket az online platformok azzal a céllal használnak, hogy a felhasználói felületükön konkrét információkat javasoljanak a szolgáltatások igénybe vevői számára, így a szolgáltatás igénybe vevője által indított keresések alapján vagy más egyéb módon meghatározva a megjelenített információk relatív sorrendjét vagy fontosságát. Különösen az e-kereskedelemben az értékesítés növelésére előszeretettel használják az ajánlórendszereket, azzal a céllal, hogy az egy alkalommal történő vásárlás során megvásárolt termékek körét és értékét (az ún. kosárértéket) növeljék, de ajánlórendszerek állnak – azok megjelenési formájától függetlenül – valamennyi testreszabott ajánlat mögött.

Az ajánlórendszerek leggyakrabban a kollaboratív vagy a tartalom alapú szűrés modelljeiből indulnak ki. A kollaboratív modell arra a feltételezésre épül, hogy vannak a fogyasztói magatartásban mintázatok, amelyek arra vezethetők vissza, hogy akik korábban hasonló dolgokat preferáltak, azok a jövőben is hasonló dolgokat fognak kedvelni. Így a rendszer igyekszik a hasonló preferenciákkal rendelkező fogyasztókra profilokat létrehozni, és az adott csoportba tartozó fogyasztók által kedvelt elemeket aztán a csoport többi tagjának is ajánlja. A tartalom alapú modell abból indul ki, hogy a fogyasztó preferenciái a jövőben sem változnak lényegesen, így a korábban kedvelt termékekhez hasonlóakat érdemes számára ajánlani. Ez a modell jóval összetettebb, mivel a különböző potenciálisan ajánlható termékeket meg kell ismerni, karakterizálni és kategóriákba rendezni. Az ajánlórendszerek többsége mára hibrid modelleken alapul, melyek legjobban illeszkednek a célokhoz és az egyes alkalmazott modellek esetleges gyengéit kölcsönösen ellensúlyozni tudják.

Az ajánlórendszerek közös tulajdonsága, hogy működésük feltételezi a *megfelelő adatmennyiség rendelkezésre állását*, és a működés velejárója az adatvédelmi szempontból is releváns profilalkotás. A DSA alapján – döntésbefolyásolási képességükre és az inherens profilalkotásra különös tekintettel – az ajánlórendszereket használó online óriásplatformoknak a szerződési feltételeikben közérthetően meg kell határozniuk az ajánlórendszereik fő paramétereit, és választási lehetőségeket kell biztosítaniuk ezek módosítására. A felkínált opciók között legalább egy olyanak is szerepelnie kell, amely nem minősül profilozásnak a hatályos adatvédelmi szabályok alapján. Amennyiben több választási lehetőség áll rendelkezésre, akkor az online óriásplatformoknak arra is könnyen elérhető lehetőséget kell biztosítaniuk, hogy az igénybe vevők minden olyan ajánlórendszerrel kapcsolatban, amely meghatározza a megjelenített információk relatív sorrendjét, ki tudják választani, hogy melyiket részesítik előnyben, illetve utóbb bármikor módosítani tudják választásukat.

Az ajánlórendszerek – a fogyasztói magatartásban megjelenő torzításokra, heurisztikákra is tekintettel – képesek „*testreszabott hiányérzetet*” is generálni, azaz a vásárlók döntéseit az ajánlások egyértelműen befolyásolják, és akár igényeket is tudnak generálni, sok esetben anélkül, hogy az érintettek észrevennék azt. Az ajánlórendszerek az ügyfélművelés szempontjából is központi szerepet töltenek be, mivel a fogyasztói elégedettség egyik alapeleme lehet egy jól működő ajánlórendszer, amely képes a fogyasztóval folytatott tranzakciók és interakciók során kiismerni a preferenciákat és magatartásmintákat. A DSA elvárásai szerint az online platformoknak mindig biztosítaniuk kell, hogy szolgáltatásaik igénybe vevőit megfelelően tájékoztassák arról, hogy az ajánlórendszer hogyan befolyásolja az információk megjelenítésének és bemutatásának módját. Ennek érdekében egyértelműen, könnyen érthetően ismertetniük kell az ilyen ajánlórendszerek paramétereit, hogy a szolgáltatás igénybe vevői megértsék, hogyan történik az információk fontossági sorrendjének a számukra való megállapítása. A paraméterekre vonatkozó ismertetésnek minimálisan ki kell térniük arra, hogy a felhasználó számára javasolt információk meghatározásának melyek a legfontosabb kritériumai, és ezek miatt jelentősek, különösen abban az esetben, ha az információkat profilalkotás és online viselkedés alapján rangsorolják.

A termékdesign vonatkozásában a DSA (88) preambulumpontja külön is kiemeli, hogy az online óriásplatformot és a nagyon népszerű online keresőprogramot üzemeltető szolgáltatóknak körültekintően kell eljárniuk algoritmikus rendszereik, különösen ajánlórendszereik tesztelése során. Adott esetben ezeket ki kell igazítaniuk, hogy a tervezés és tesztelés szakaszában mérsékeljék a személyre szabott ajánlások negatív hatásait, és helyesbíteniük kell az ajánlásaikban alkalmazott kritériumokat.

5.2.7 FOGYASZTÓI ELIGAZODÁS

A felfedezhetőség, megtalálhatóság és láthatóság logikájába a fogyasztói döntéshozatal irányából nézve az eligazodás fogalma illeszthető. A döntési folyamat a digitális térben sajátos, számos fogyasztó számára még újszerű közegben zajlik, ahol az e-fogyasztó részéről a megkezdett online kiválasztási folyamatot mind szélesebb körben segítik és/vagy befolyásolják a digitális módszerek. Uniós szinten az e-fogyasztók védelmét célozta a *New Deal for Consumers* stratégia 2018-as meghirdetése, amelynek nyomán sor került a fogyasztóvédelmi jellegű szabályoknak az e-kereskedelem okozta új jelenségek szempontjából történő felülvizsgálatára is. A felülvizsgálat eredményei alapján szükséges módosításokat összefoglaló Omnibus Irányelvben a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatra vonatkozóan megjelenik az *online piacok definíciója*, amely mindazon szolgáltatások összességét írja le, amelyek a kereskedők által vagy a kereskedők nevében működtetett szoftvert (így weboldalt, valamely weboldal egy részét vagy valamely alkalmazást) használ, és amelynek révén a fogyasztók más kereskedőkkel vagy fogyasztókkal távollevők közötti szerződést köthetnek.

Az Omnibus Irányelv által módosított UCPD a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok mederben tartása révén a B2C viszonyokban a fogyasztói döntéshozatali folyamat torzítatlanságát hivatott védeni, és ilyen módon minden platformra, webshopra és más kevésbé tipikus online értékesítési formára és módszerre egyaránt érvényes.⁷⁶

⁷⁶ A hazai joganyagba a változásokat a fogyasztóvédelemmel összefüggő egyes törvények módosításáról szóló 2020. évi CXXXVI. törvény ültette át. Ennek nyomán a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény rendszerében a feketelistán szereplő tilalmazott magatartások között ekként jelennek meg 2022. május 31-i hatállyal:

A fogyasztóvédelmi szabályozás és jogalkalmazás is reagál arra, hogy az online piacok sajátossága a rangsorolás és a fogyasztói értékelések megjelenítése,⁷⁷ amelyek eredendően az interneten általában, illetve az adott konkrét felületen, digitális piactéren elérhető nagyszámú kínálati elem közötti eligazodást és választást hivatottak megkönnyíteni. *A fizetett rangsorolásra* vonatkozóan a felülvizsgálat eredményeként megfogalmazott kötelezettségnek megfelelően egyértelművé kell tenni, hogy a fogyasztó által az oldalon elérhető keresőkkel végzett lekérdezés alapján kapott eredmény fizetett hirdetésnek minősül-e, vagy történt-e olyan fizetés, amelyre egyes termékeknek a keresési eredmények közötti magasabb besorolása érdekében került sor. *A fogyasztói értékelések megjelenítésénél* pedig arról is tájékoztatni kell az e-fogyasztót, hogy a kereskedő biztosítja-e azt (és ha igen, akkor milyen módon), hogy a közzétett értékelések olyan fogyasztóktól származnak, akik a terméket ténylegesen használták vagy megvásárolták.

5.3. INTEROPERABILITÁS⁷⁸

5.3.1 AZ INTEROPERABILITÁS FOGALMA

Az interoperabilitás legtágabb értelemben *együtműködési képességet* jelent. Az egyszerűnek tűnő fogalom értelmezése mégsem könnyű feladat, hiszen az együtműködés megvalósulásának természetesen számos különböző dimenziója van (Kerber & Schweitzer, 2017).

A DMA 2. cikkének 29. pontja az interoperabilitás fogalmát *az információcserére és az egymással interfészekon keresztül vagy más megoldások révén kicserélt információk kölcsönös felhasználására való képességként* írja le, amely révén valamennyi hardver- és szoftverelem hatékonyan képes együtműködni más hardver- és szoftverelemekkel és a felhasználókkal minden olyan módon, ahogyan ezeknek rendeltetészerűen működniük kell. Ebből következően jelen értekezés számára, amely a DMA interoperabilitási szabályrendszerére helyezi a fókuszot, az interoperabilitás technikai dimenziója az elsődleges kiindulópont, érte ezalatt mindazokat az együtműködési megoldásokat, amelyek adatrendszerek közötti információcserét tesznek lehetővé, azaz az egyes infokommunikációs rendszereknek azon képességéről van itt szó, amely révén ezek adatokat tudnak cserélni, illetve információt tudnak megosztani egymással (Boureau és mtsai., 2022). Természetesen az interoperábilis infokommunikációs rendszerek és az általuk támogatott szervezeti folyamatok beágyazottsága folytán a technikai dimenzió nem választható le az interoperabilitás szervezeti és gazdasági dimenziójáról, melynek középpontjában a szervezeti folyamatok egymáshoz illesztése és összekapcsolása, valamint ezeknek a piacra gyakorolt hatása áll. A digitális egységes piac kontextusában ehhez szorosan kapcsolódik még egyrészt a szemantikai dimenzió, amely az egységes fogalomrendszer alkalmazását jelenti, másrészt az együtműködést támogató (az azonos megértésen és fogalomrendszeren alapuló) jogi

„34. Annak állítása, hogy a termék értékelését olyan fogyasztók nyújtották be, akik ténylegesen használták vagy megvásárolták a terméket, anélkül, hogy észszerű és arányos lépésekre kerülne sor annak ellenőrzésére, hogy az értékelések ilyen fogyasztóktól származnak.

35. A termékek népszerűsítése érdekében valótlan fogyasztói értékelések vagy ajánlások benyújtása, illetve más jogi vagy természetes személy megbízása ezzel, vagy fogyasztói értékelések vagy közösségi médiában történő ajánlások valótlan bemutatása.”

⁷⁷ A UCP-irányelv nemzeti jogba átültetett rendelkezéseinek érvényesítésére is hatáskörrel rendelkező versenyhatóságok erre vonatkozó tanulmányai közül kiemeljük a GVH digitális összehasonlító eszközöket elemző tanulmányát (GVH, 2020), illetve a holland versenyhatóság fizetett rangsorolás jóléti hatásaira vonatkozó elemzését (ACM, 2021).

⁷⁸ A jelen pontban foglalt, itt részlegesen átdolgozott kutatási részeredményeket magyar és idegen nyelven történő publikációra a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság befogadta „Az interoperabilitásra vonatkozó elvárások a digitális piacok szabályozási kontextusában” címmel, a tanulmány első megjelenésére várhatóan az In Medias Res folyóirat 2023. évi második számában kerül sor.

dimenzió, harmadrészt pedig a politikai dimenzió, amely az adott kérdésben mutatott egységes központi akaratként nyilvánul meg (NHIT, 2016).

Az offline világban a hálózatos iparágakban az interoperabilitás technikai dimenziója elsősorban az infrastruktúra–hozzáférésre irányult, a hírközlés világában a jelátvitel megvalósítása érdekében. A digitális térben az információs és kommunikációs rendszerek által folytatott információcserének, illetve az általuk támogatott üzleti folyamatok és megoldások információcserélő képességének a kérdései kerülnek előtérbe.⁷⁹ Az interoperabilitás digitális piacokon betöltött szerepének értelmezésénél ezért *a különböző informatikai alapú rendszerek együttműködésre való képességét* tekintjük fogalmi kiindulópontként, egyidejűleg azonban azt is szem előtt tartva, hogy a globalizált digitális piacok, a technológiai óriásvállalatok (Big Tech) világában az interoperabilitás *a platformok közötti átjárhatóságot és harmadik felek számára történő hozzáférést közvetlenül meghatározó tényező* (Brown & Korff, 2022; Nyeső, 2019).

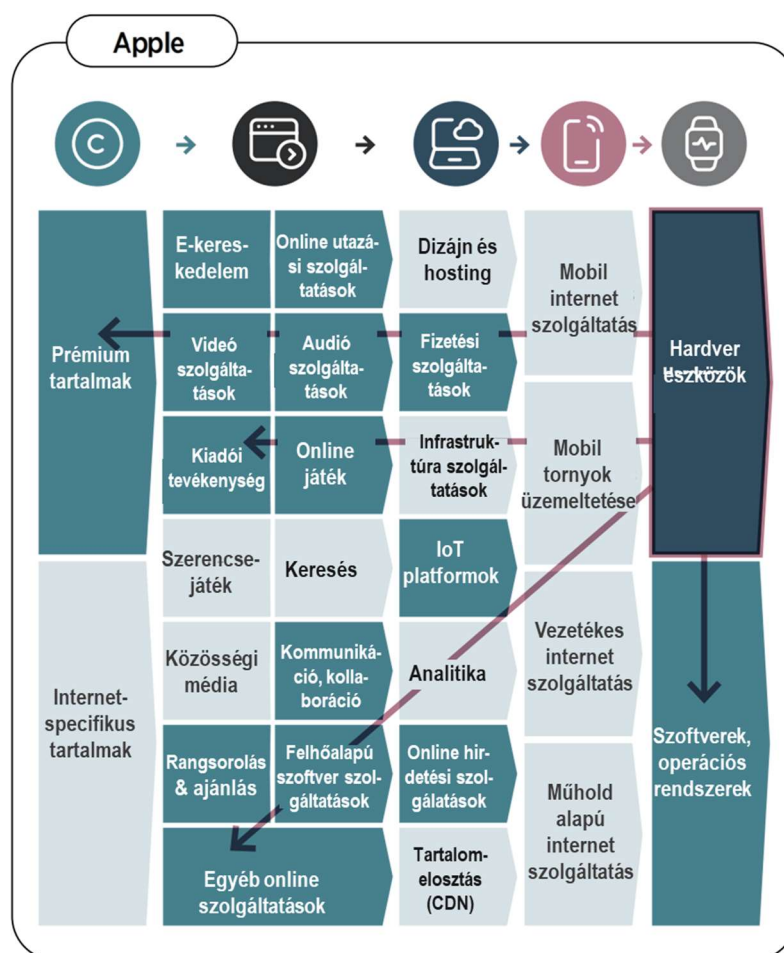
5.3.2 AZ INTEROPERABILITÁS TECHNIKAI INTEGRÁCIÓ SZINTJEI SZERINTI KATEGÓRIÁI

Az interoperabilitás szemszögéből azt a digitális ökoszisztémaként történő működést abból az irányból közelítjük meg, amelyben a koordináció logikája az információ-technológiai erőforrások mentén szerveződik és ehhez kapcsolódva jönnek létre olyan egységként működő összekapcsolt csoportok, amelyek felölelik a beszállítók, ügyfelek, kereskedelmi partnerek, alkalmazások, harmadik fél adatszolgáltatók és a kapcsolódó technológiák esetén igen széles, globális körét is (Parker és mtsai., 2020). Ennek illusztrálására az egyik legkézenfekvőbb példaként hozhatjuk fel, hogy gyakorlatilag minden felhasználó egyben az online környezetet meghatározó digitális ökoszisztémát is választ, amikor az általa megvásárlandó okostelefon vagy tablet típusáról, márkájáról dönt. A 23. ábra az Apple által a mobilokozeszközök köré kiépített, leggyakrabban mobil-ökoszisztémaként hivatkozott, eszközgyártási alaptévékenység köré kiépülő üzleti modelljét, a 24. ábra pedig ennek az internet infrastruktúrába való beágyazottságát mutatja be, a korábbiakban a Google esetében (a 4.5.1 pontban) követett logikának megfelelően.

Az interoperabilitás a digitális gazdaságban működő ökoszisztémák sikerének kulcsa. A platform egy *digitális alapokra épülő architektúra*, így technológiai meghatározottságú, és ebből következően az interoperabilitás a platformok működésének minden dimenziójára közvetlenül és közvetve is kihatással van.

Ahogy a Crémer-jelentés is rámutat, különösen olyan esetekben, ha egy platform valamely ökoszisztéma része, akkor az új belépők számára *az adott ökoszisztéma más szolgáltatásaival való interoperabilitásnak, valamint a múltbeli és jövőbeli ökoszisztéma-adatokhoz való hozzáférésnek a hiánya vagy korlátai* megnehezítik, hogy ténylegesen versenyezni legyenek képesek (Crémer és mtsai., 2019; Katsifis, 2022).

⁷⁹ Ilyen értelemben jelenik meg például az interoperabilitás fogalma az Európai Parlament és a Tanács páneurópai e-kormányzati szolgáltatásoknak közigazgatási szervek, üzleti vállalkozások és polgárok részére történő interoperabilis nyújtásáról (IDABC) szóló 2004. április 21-iki 2004/387/EK határozata 3. cikk f) pontjában is.



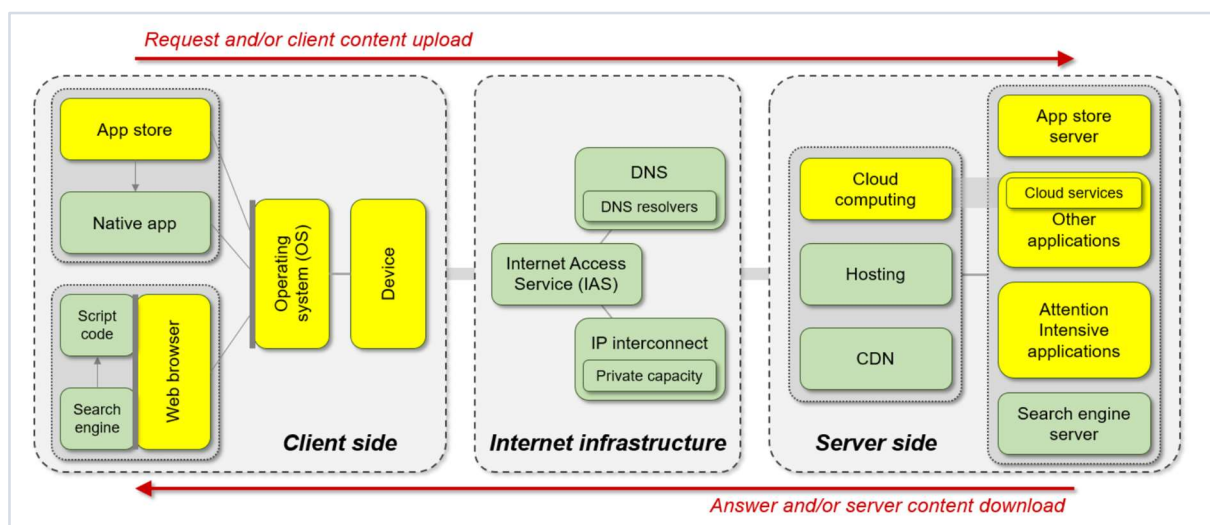
23. ábra

Az Apple mobilökoszisztéma-rendszere az üzleti modell oldaláról a 16. ábrán felvázolt értéklánc logikában

Forrás: Freyberg & Rand (2022)

A Crémer-jelentés a platformgazdaság problématerképén a multihoming, a váltási lehetőségek és a kiegészítő szolgáltatások potenciális korlátozásának összefüggésében helyezte el az interoperabilitást, továbbá az interoperabilitás kérdését az adathordozhatósággal összekapcsolva, a két jelenséget egymásra tekintettel kezelte. Ebbe a gondolatmenetbe illeszkedően (25. ábra) az interoperabilitás a technikai integráció szintjei szerint altípusokra bontható (Crémer és mtsai., 2019; OECD, 2021; Priskin & Hantos, 2019):

Protokoll-interoperabilitás alatt a szolgáltatások, termékek együttműködési képessége értendő, itt a Crémer-jelentés kiemeli, hogy főszabály szerint ez az az elsődleges értelmezés, amely a versenyjogi közgondolkodásban jelen van. Így protokoll-interoperabilitás valósul meg például harmadik felek által nyújtott kiegészítő szolgáltatások esetén, vagy különböző rendszerek (például IoT eszközök) együttműködése vonatkozásában. Lévén, hogy ennek háttérben mindig alapvetően technológiai kérdések húzódnak meg, ezért a protokoll-interoperabilitás kapcsán szükségképpen egységesítési, szabványosítási folyamatok is megjelennek.



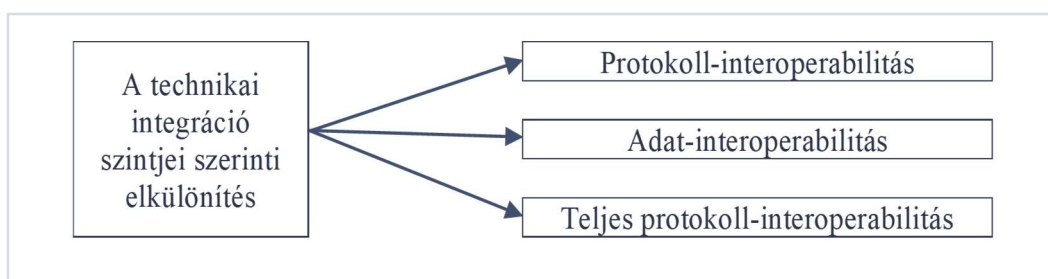
24. ábra

Az Apple ökoszisztéma-rendszere az infrastruktúra oldaláról – tekintettel arra, hogy az infrastruktúra leírására elsődlegesen az angol terminológia bevett hazánkban is, ezért az ábrát eredeti nyelven közöljük. A sárga szín a meghatározó jelenlétet; a zöld szín a jelenlét hiányát jelöli az érintett infrastruktúraelemek terén.

Forrás: BEREC (2022c)

Az adat-interoperabilitás különböző szolgáltatások között valós idejű adatcserét tesz lehetővé, ahol a szolgáltatók közvetlenül is megoszthatják a felhasználói adatokat, de a (valós idejű) adatcserét akár harmadik fél is közvetítheti. Közelebbről nézve az adat-interoperabilitás ilyen módon az adathordozhatóság egyfajta továbbfejlesztett, automatizált, valós idejű változatának is tekinthető. Az adat-interoperabilitás alapját az API-k adják, amelyek lehetővé teszik egy adott szolgáltatás számára, hogy egy másik szolgáltatásból hozzáférjen a felhasználó adataihoz, így például lehetővé téve kiegészítő fejlesztését, illetve biztosítva az IoT eszközök közötti adatcserét. A Crémer-jelentés szerint az adat-interoperabilitás szélesebb körben kínál lehetőséget a kiegészítő szolgáltatásoknak a meglévő platformokkal való összekapcsolódására, mint a protokoll-interoperabilitás. Az adat-interoperabilitás ugyanakkor azt is lehetővé teszi az új piacrálépők számára, hogy olyan szolgáltatásokat kínáljanak, amelyek helyettesítik az inkumbens platform egyes funkcióit. Az adat-interoperabilitás nyilvánvaló előnyei mellett ugyanakkor vizsgálendók azok a biztonsági és/vagy adatvédelmi aggályok, amelyek arra irányulnak, hogy a felhasználók elveszítik az irányítást az adataik további megosztása és felhasználása felett.

A teljes protokoll-interoperabilitás olyan műszaki szabványok meglétére utal, amelyek lehetővé teszik a helyettesítő szolgáltatások együttműködését. A leggyakrabban hivatkozott példaként üzenetküldő rendszerek (*messaging services*) teljes protokoll-interoperabilitása esetén a felhasználók üzeneteket küldhetnek és kaphatnak bármely hasonló rendszer bármely felhasználójától. A teljes protokoll-interoperabilitás lehetővé teszi az érintett cég számára, hogy olyan termékeket és szolgáltatásokat kínáljon, amelyek hozzáférhetnek a versenytárs(ak) felhasználói bázisához, így az interoperabilitás ezen formájának megvalósulása esetén a versenytárs cégek megosztva a hálózati hatásokat egyenlő feltételekkel versenyeznek. Nyilvánvaló ugyanakkor, hogy az interoperabilitás ezen kategóriája jár a legmélyebb standardizációs követelményekkel.



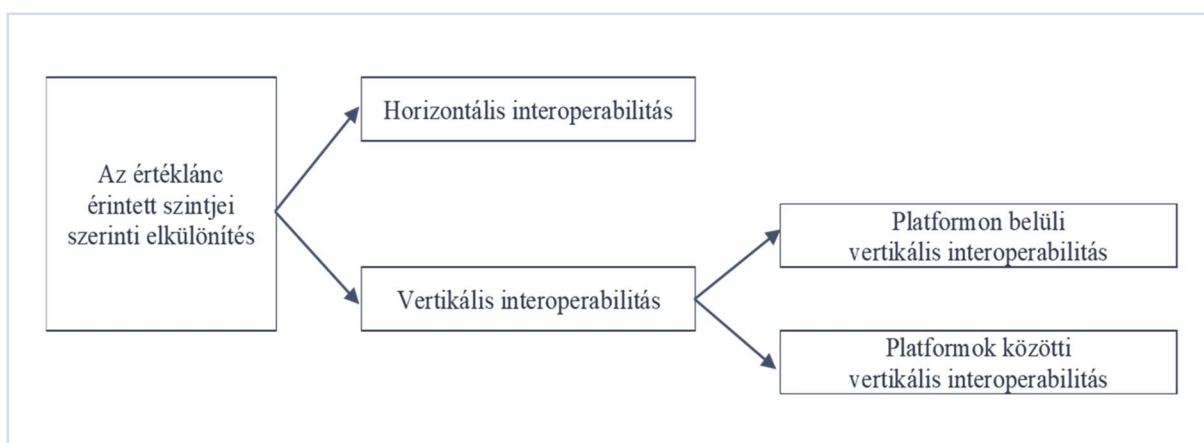
25. ábra

Interoperabilitási kategóriák a technikai integráció szintjei szerint

Forrás: Crémer és mtsai (2019) nyomán saját szerkesztés

5.3.3 AZ ÉRTÉKLÁNC ÉRINTETT SZINTJEI SZERINTI ELKÜLÖNÍTÉS – MODULARITÁS

A digitális ágazatba tartozó termékek és szolgáltatások kontextusában abból indulhatunk ki, hogy az értéklánc technológiai szempontból *három alapvető szinttel* rendelkezik (i) a hardver-szinttel, amely magában foglal minden érintett eszközt a számítógépektől az okoseszközök legkülönbözőbb típusaiig, (ii) a szoftver-szinttel, amely tulajdonképpen a hardvert működőképessé tevő operációs rendszert fedi le, (iii) a szolgáltatások/tartalom szintjével, amelybe besorolható minden egyéb kiegészítő digitális szolgáltatás és tartalom, amelyekhez a fogyasztók eszközeiken keresztül hozzáférhetnek (Claici és mtsai., 2022). Nyilvánvaló, hogy ez erős leegyszerűsítés, az egyes ökoszisztémák, illetve integrációs stratégiák bemutatása esetről-esetre jóval differenciáltabb rétegzettséget mutat.



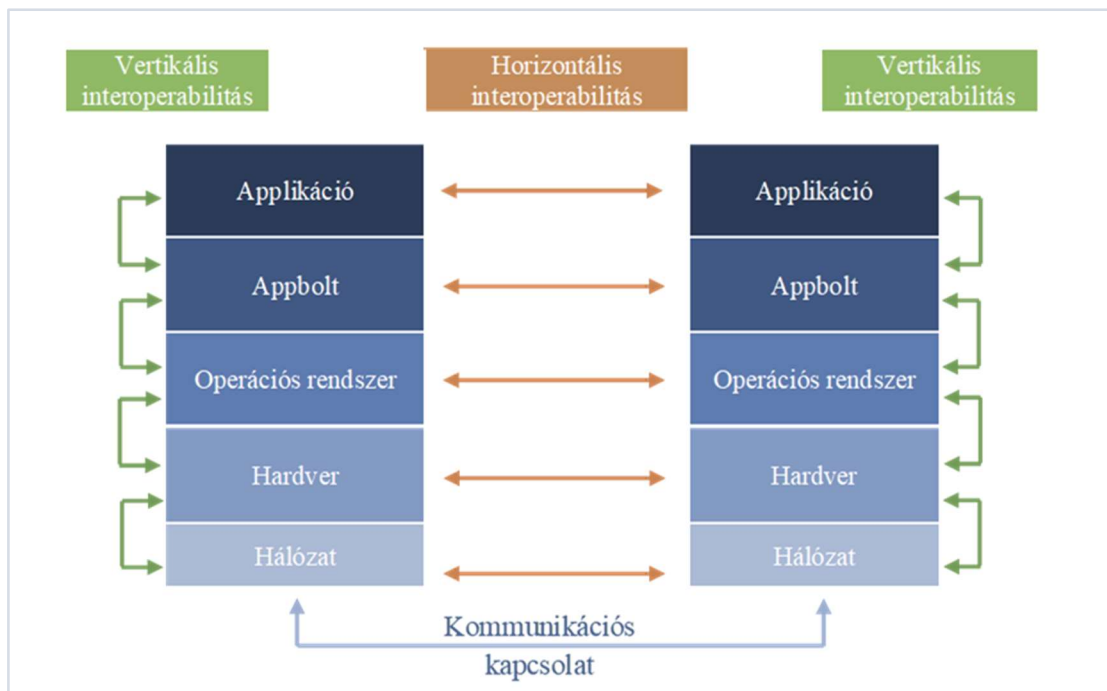
26. ábra

Az interoperabilitás értékláncban betöltött szerepe szerinti típusai

Forrás: Farrell & Simcoe (2012), Bourreau és mtsai (2022) nyomán saját szerkesztés

A 27. ábra a *mobileszközök ökoszisztémájának* példáján keresztül igyekszik leképezni a rétegzettségi logikát, hasonló ökoszisztéma-rétegzettség levezethető más ökoszisztémák összefüggéseiben is (BEREC, 2022c). Itt az egymásra illesztett rétegek mindegyike dedikált funkcionalitást biztosít a közvetlenül alatta lévő rétegnek, így téve lehetővé a *moduláris kialakítást*, amelyben a különböző rétegek felcserélhetők és illeszthetők. Implicit vagy explicit módon, de szinte minden műszaki rendszerben felfedezhető ilyen rétegzettségi megközelítés, hiszen ez teszi lehetővé teszi a robusztus, azonban mégis rugalmas kialakítást. Az innovációra nézve ebből a

fontos következtetés adódik, hogy a fejlesztés minden rétegben (modulban) önállóan, a többi modultól függetlenül történhet anélkül, hogy megzavarná a rendszer egészének működését (Farrell & Weiser, 2003; Kerber & Schweitzer, 2017).



27. ábra

Mobileszközök ökoszisztémájának vertikális és horizontális viszonyai

Forrás: Bourreau és mtsai (2022) nyomán saját szerkesztés

Horizontális interoperabilitásról akkor beszélhetünk, amikor az értéklánc azonos szintjén működő hasonló termékek vagy szolgáltatások együtt tudnak működni. Egy korábbi példánk itt is releváns, hiszen az applikációk szintjén a horizontális interoperabilitás révén lehetővé válhat a különböző üzenetküldő alkalmazások felhasználói számára, hogy kommunikáljanak egymással (ugyanúgy, ahogyan a különböző kommunikációs hálózatok felhasználói kommunikálhatnak az egyes felhasználókkal a hálózati összekapcsolásnak köszönhetően). Hasonló elven a horizontális interoperabilitás például közösségi hálók felhasználói számára ez azt jelenti, hogy posztokat tehetnek közzé más közösségi hálózatokon. Jellegükénél fogva a horizontálisan interoperábilis termékek vagy szolgáltatások általában egymás helyettesítői, tehát versenytársként vannak jelen a piacon (Farrell & Simcoe, 2012).

A *vertikális interoperabilitás* az értéklánc különböző szintjein kínált termékek vagy szolgáltatások együttműködési formáit írja le. A platformon belüli vertikális interoperabilitás lehetővé teszi a külső fejlesztők számára, hogy kiegészítőket tegyenek elérhetővé egy adott termékhez, szolgáltatáshoz vagy platformhoz, így például integrálhatják alkalmazásaikat, játékaikat, szolgáltatásaikat egy közösségi média platformba.⁸⁰ A platform szerepét tekintve további megkülönböztetés tehető: a platform vertikálisan nyitott, ha harmadik felek a platform engedélye nélkül szállíthatnak kiegészítőket, ettől eltérő esetben vertikálisan zárt.⁸¹

⁸⁰ A szakirodalomban az interoperabilitás ezen formáját *vertikális kompatibilitásnak* is nevezik (Farrell & Simcoe, 2012).

⁸¹ A vertikális nyitottság általában nyílt API-k biztosításával érhető el (Farrell & Simcoe, 2012).

A platformok közötti vertikális interoperabilitás eleve feltételezi a platformokon belüli vertikális interoperabilitást, ugyanakkor ezen túlmenően azt is biztosítja, hogy a külső fejlesztők kiegészítő termékeiket vagy szolgáltatásaikat egyidejűleg több különböző platformnak is biztosíthassák. Ez nyilvánvalóan akkor valósítható meg, ha a platformok és a harmadik fél beszállítók közötti interfészek (pl. API-k) jelentős mértékig szabványosítottak.

5.3.4 HORIZONTÁLIS INTEROPERABILITÁS – SZÁMFÜGGETLEN SZEMÉLYKÖZI SZOLGÁLTATÁSOK

Az OTT szolgáltatásoknak egy sajátos szegmensét alkotják a *számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatások*, amelyek alapvető platformszolgáltatásnak minősülnek, és így szabályozási szempontból közvetlen összeköttetést teremtenek az digitális ágazat szabályrendszere és elektronikus hírközlés klasszikusnak mondható ágazati szabályozása között. A DMA – a (64) preambulumbekzdésében foglaltak szerint – abból indul ki, hogy az interoperabilitás hiánya lehetővé teszi a számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatásokat nyújtó kapuőrök számára, hogy kihasználják az erős hálózati hatásokat, ezáltal korlátozva a megtámadhatóságot.

Az Európai Elektronikus Hírközlési Kódex az elektronikus hírközlési szolgáltatások körébe a technológiai, jelátviteli alapon meghatározott szolgáltatások – úm. internethozzáférési szolgáltatás, jelátviteli szolgáltatások és számfüggő személyközi hírközlési szolgáltatás – mellé a funkcionális egyenértékűség elve alapján beillesztette a számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatásokat, melyeket a DMA 2. cikke 2. pontjának e) alpontja alapvető platformszolgáltatásként is beazonosít (2. táblázat). Az Elektronikus Hírközlési Kódex a számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatásokat olyan személyközi kommunikációs szolgáltatásokként határozza meg, amelyek nem nyilvánosan kiosztott számozási erőforrások révén (azaz nem nemzeti, illetve nemzetközi számozási tervben szereplő hívószám vagy hívószámok segítségével) biztosítanak kapcsolódást, és amelyek nem tesznek lehetővé kommunikációt nemzeti, illetve nemzetközi számozási tervben szereplő hívószámmal vagy hívószámokkal.



28. ábra

A számfüggetlen személyközi szolgáltatások az elektronikus hírközlési szolgáltatások rendszerében

Forrás: saját szerkesztés

A számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatás fogalmának bevezetésével az Európai Elektronikus Hírközlési Kódex arra a piaci változásra keresett megoldást, amelyben a végfelhasználók a hagyományos beszélőalapú telefonszolgáltatás, az SMS és MMS, valamint az elektronikus levéltovábbítási szolgáltatások helyett mind szélesebb körben az ezekkel időközben már

funkcionálisan egyenértékűvé (és így kompetitor szolgáltatássá) való online szolgáltatásokat (VoIP – azaz internetes hangtovábbítási – szolgáltatásokat, üzenetküldési szolgáltatásokat és web alapú e-mailszolgáltatásokat, stb.) vettek és vesznek ma is igénybe.

Az Európai Elektronikus Hírközlési Kódex szabályozási koncepciója abból indult ki, hogy a végfelhasználók számára azonos védelmi szint szükséges abban az esetben is, amikor ezeket a funkcionálisan egyenértékű, helyettesítő szolgáltatásokat használják, ebből következően az elektronikus hírközlési szolgáltatások fogalommeghatározásának már nem tisztán csak a műszaki paramétereken, hanem egy funkcionális megközelítésen kell alapulnia. A végfelhasználók szempontjából nem releváns, hogy a szolgáltató maga végzi-e a jelátvitelt, vagy a kommunikáció internethozzáférési szolgáltatáson keresztül valósul-e meg, így szabályozási szempontból indokoltak volt tekinthető az OTT szolgáltatásoknak az elektronikus hírközlés ágazati szabályozási rendszerébe történő beillesztése.

Összességében elmondható, hogy a technológiai oldal, a jelátvitel továbbra is elsődleges differentia specifica marad abban a tekintetben, hogy egy adott szolgáltatás az Európai Elektronikus Hírközlési Kódex hatálya alá tartozik-e, ugyanakkor a technológia fejlődésével a szolgáltatások körében kialakított változás miatt indokoltá vált, hogy a fogalommeghatározás és ezáltal az elektronikus hírközlési ágazati szabályozás a kommunikációt lehetővé tevő további szolgáltatásokra is kiterjedjen (Firnics és mtsai., 2023).

5.3.5 INTEROPERABILITÁS AZ ELEKTRONIKUS HÍRKÖZLÉS ÁGAZATI SZABÁLYOZÁSI RENDSZERÉBEN

Az elektronikus hírközlés rendszere *a műszaki és gazdasági szabályozás szerves egységére* épül. A liberalizációt megelőzően a műszaki alapú szabályozás és hatósági tevékenység döntően a műszaki biztonsággal összefüggő célokra irányult. A liberalizációval az ágazati szabályrendszer átalakult, a műszaki szabályozási rétegre további *ágazatspecifikus gazdasági* (egyetemes szolgáltatások) *és versenyszabályozási rétegek* (a hírközlési szűk keresztmetszetek, a piaci erő aszimmetrikus szabályozása, a hálózati együttműködés, összekapcsolás és hozzáférés; a nagykereskedelmi, illetve hálózati jogviták sajátos vitarendező eljárásai, a nagykereskedelmi piacot érintő árszabályozási kérdések, a kiskereskedelmi piacon a közvetítőválasztás, illetve az előfizetői váltási lehetőségeket biztosító számhordozhatóság) épültek rá (Lapsánszky, 2009). Mindeközben a fentiekkel összhangban kell működniük a műszaki–technológiai szabályoknak a korlátos erőforrások (a frekvencia és az azonosító), a hálózati infrastruktúra fejlesztésével, egységes és nyílt működésével összefüggő részletes jogi szabályozás kialakítása, a hálózati és az előfizetői interfészek szabályozása, a hírközlés műszaki alapú fejlődésére ható állami beavatkozás, szabályozás, a liberalizáció számos nem műszaki típusú szabályozása, jogintézménye keretében közvetett módon megjelenő műszaki típusú rendelkezések, a szabványosítás, a hírközlési nyomvonalas (pl. vezeték) és nyomvonal jellegű (pl. rádiótelefon–hálózatok) építményekkel kapcsolatos szabályozás rendszere terén (Lapsánszky, 2016).

Ebbe a szabályegyüttesbe illeszkedik az *elektronikus hírközlési interoperabilitás*, azaz egyrészt a hálózatok, másrészt a szolgáltatások együttműködési képességének biztosítása is. Ehhez kapcsolódóan azonban figyelemmel kell lenni arra, hogy az Európai Elektronikus Hírközlési Kódex által meghatározott egyéb elektronikus hírközlő hálózatoktól és hírközlési szolgáltatásoktól eltérő módon, mivel *a számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatások nem veszik igénybe a nyilvános számozási erőforrásokat*, így nem is képezik részét a nyilvánosan biztosított interoperabilis ökoszisztémának.⁸²

⁸² Az Európai Elektronikus Hírközlési Kódex (44) preambulumbekzdése hívja fel a figyelmet az interoperabilitást érintő különbségre.

A számfüggetlen személyközi szolgáltatásokra ugyan könnyített feltételrendszer vonatkozik a „hagyományos” személyközi szolgáltatásokkal összehasonlítva, azonban indokolt esetben az Európai Elektronikus Hírközlési Kódex 61. cikke 2. bekezdésének c) pontja alapján a nemzeti szabályozó hatóságok vagy az egyéb illetékes hatóságok – különösen a jelentős piaci erővel rendelkezőként azonosított vállalkozások vonatkozásában – a végfelhasználók végpontok közötti összeköttetéséhez szükséges mértékű kötelezettséget írhatnak elő a számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatásokat nyújtó szolgáltatók számára, hogy szolgáltatásaikat átjárhatóvá tegyék. Erre akkor kerülhet sor, ha egyrészt az érintett szolgáltató jelentős piaci lefedettséggel és ügyfélszámmal rendelkezik,⁸³ másrészt az érintett számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatások együttműködésének hiánya veszélyezteti a végfelhasználók végpontok közötti összeköttetését és ilyen esetekben a személyközi hírközlési szolgáltatások interoperabilitását a szükséges mértékben kell biztosítani.⁸⁴ Eljárási garanciaként egy konzultációs mechanizmus is beépítésre került, mivel csak akkor kerülhet sor a kötelezettségek előírására, ha az Európai Bizottság az európai elektronikus hírközlési szabályozó hatóságok testületével, a BEREC-kel folytatott konzultációt követően és a testület véleményét a lehető legteljesebb mértékben figyelembe véve arra a következtetésre jut, hogy az Európai Unió egészében vagy legalább három tagállamban érzékelhetően veszély fenyegeti a végfelhasználók végpontok közötti összeköttetését és ezért végrehajtási intézkedéseket fogadott el, amelyekben meghatározta az előírható kötelezettségek jellegét és hatályát.⁸⁵

5.3.6 *A KAPUŐRÖKNEK A SZÁMFÜGGETLEN SZEMÉLYKÖZI HÍRKÖZLÉSI SZOLGÁLTATÁSOK INTEROPERABILITÁSÁVAL KAPCSOLATOS KÖTELEZETTSÉGE*

A kapuőröknek a rájuk vonatkozó minősítő határozatban felsorolt minden egyes alapvető platformszolgáltatásra nézve teljesíteniük kell a DMA-ben meghatározott kötelezettségeket. Amennyiben a kapuőr a bizottsági minősítő határozatban is megjelölt módon számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatásokat nyújt, kérésre díjmentesen biztosítania kell számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatásai alapvető funkcióinak minden olyan tőle független másik szolgáltató számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatásaival való interoperabilitását, amely az Európai Unióban ilyen szolgáltatásokat kínál vagy szándékozik kínálni. A kapuőrnek ennek érdekében biztosítania kell az interoperabilitást elősegítő szükséges technikai interfészeket vagy hasonló megoldásokat.⁸⁶

Összehasonlítva a számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatásokat érintő interoperabilitási rendelkezésekkel, a DMA az Európai Elektronikus Hírközlési Kódexben foglalt

⁸³ Az Elektronikus Hírközlési Kódex (151) preambulumbekzdése értelmében akkor tekinthető jelentősnek, ha az érintett szolgáltató földrajzi lefedettsége és végfelhasználói száma kritikus tömeget képvisel a végfelhasználók közötti, végponttól végpontig való összeköttetés biztosítására irányuló cél teljesülése szempontjából.

⁸⁴ Ilyen szükséges és arányos kötelezettségként egyebek között előírható a szolgáltatók számára, hogy hozzanak nyilvánosságra minden lényeges információt és tegyék lehetővé a hatóságok és más szolgáltatók számára ezen információk felhasználását, módosítását és további megosztását, továbbá előírható számukra az Európai Hírközlési Kódex 39. cikke (1) bekezdésében felsorolt szabványok, előírások, illetve az ott fel nem sorolt egyéb releváns uniós vagy nemzetközi szabványok alkalmazása.

⁸⁵ Az a követelmény ugyanakkor, hogy az Európai Bizottságnak legalább három tagállamban azonosítania kell a problémát, úgy tűnik, hogy az egyes nemzeti szabályozó hatóságok egyoldalú fellépése elleni garanciaként is szolgál, ugyanakkor nem világos, hogy ez azt is jelenti-e, hogy az interoperabilitási kötelezettségek az egész Európai Unióra kiterjednek-e (és esetleg ennél is tovább), és/vagy egyáltalán megvalósítható lenne-e, hogy az érintett szolgáltató egyes tagállamokban megkönnyítse a felhasználók közötti interoperabilitást, másokban viszont nem. Nyilvánvalóan a jövő adja meg arra a választ, hogy a nemzeti szabályozó hatóságok milyen érdeklődést mutatnak a személyközi hírközlési szolgáltatások versenyének előmozdítása iránt (Feasey, 2019).

⁸⁶ DMA 7. cikk (1) bekezdés.

lehetőséget tényleges kötelezettséggé alakítja át a kijelölt kapuőrök vonatkozásában. Ugyanakkor az Elektronikus Hírközlési Kódex *teljes interoperabilitást* céloz meg, míg a DMA *részleges interoperabilitást* ír elő, azaz a 11. táblázat által bemutatottak szerinti tartalommal és ütemezéssel egyes alapvető funkciókra korlátozza a rendelkezés értelmezési tartományát, feltéve, hogy a funkciókat maga a kapuőr is biztosítja saját végfelhasználói számára (Bourreau, 2022).

A horizontális interoperabilitás gyakorlati megvalósításának megkönnyítése érdekében az érintett kapuőrnek olyan referenciaajánlatot kell közzétennie, amely meghatározza az általa nyújtott számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatásokkal való interoperabilitás technikai részleteit és általános feltételeit. Nyilvánvaló módon a kapuőröknek nem áll érdekében az interoperabilitás megvalósítása, egyézt az ennek nyomán előálló kiegyenlítő piaci hatás (*levelling effect*) nyomán erősödő verseny miatt, másrészt az interoperabilitás közvetlen költségekkel is járhat számukra. A DMA nem írja elő ezeknek a közvetlen költségeknek a fedezését, az interoperabilitást ingyenesen kell lehetővé tenni. Ez természetesen csökkenti a potenciális belépők piacralépési korlátait, ugyanakkor a másik oldalon növeli az ellenállást és valószínűsíti a hozzáférés minőségének romlását. Alappal vélelmezhető a minőségi problémák elkerülése érdekében a referenciaajánlatok pontos technikai feltételei döntő fontosságúak lesznek a rendelkezés sikeres megvalósításához.

Kapuőri minősítést követően	A kapuőri minősítéstől számított	
	2 éven belül	4 éven belül
<ul style="list-style-type: none"> ▪ végpontok közötti szöveges üzenetküldés két egyéni végfelhasználó között; ▪ képek, hangüzenetek, videók és egyéb csatolt fájlok megosztása két egyéni végfelhasználó közötti, végpontok közötti kommunikáció során 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ végpontok közötti, egyéni végfelhasználók csoportjain belüli szöveges üzenetküldés ▪ képek, hangüzenetek, videók és egyéb csatolt fájlok megosztása egy csevegőcsoport és egy egyéni végfelhasználó közötti, végpontok közötti kommunikáció során 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ végpontok közötti hanghívás két egyéni végfelhasználó között ▪ végpontok közötti videóhívás két egyéni végfelhasználó között ▪ végpontok közötti hanghívás egy csevegőcsoport és egy egyéni végfelhasználó között ▪ végpontok közötti videóhívás egy csevegő-csoport és egy egyéni végfelhasználó között

11. táblázat

A DMA horizontális interoperabilitásra vonatkozó 7. cikkének (2) bekezdése szerinti alapvető funkciók

Forrás: saját szerkesztés

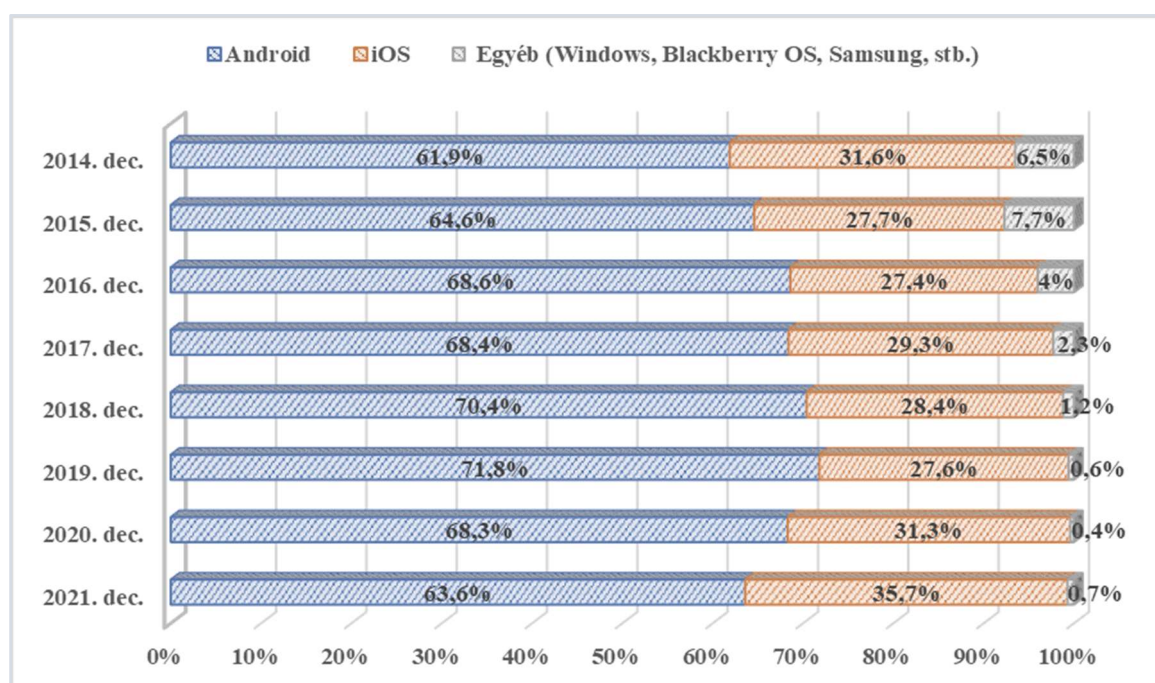
A DMA nem határozza meg, mit kell tartalmaznia a referenciaajánlatnak, de bevezeti annak lehetőségét a Bizottság számára, hogy adott esetben konzultáljon a BEREC-kel annak eldöntése érdekében, hogy a referenciaajánlatban közzétett technikai részletek és általános feltételek, amelyeket a kapuőr be kíván vezetni vagy már bevezetett, biztosítják-e ezen kötelezettség teljesítését. A gyakorlatban a különböző üzenetküldő szolgáltatások referenciaajánlatainak értékelése vagy ellenőrzése bonyolult és időigényes feladat lehet, ami további késedelmekhez vezethet az interoperabilitási kötelezettség gyakorlati végrehajtásában. A távközlési analógia kapcsán az is megjegyzendő, hogy a DMA hallgat a referenciaajánlatok felülvizsgálatának üteméről, és a digitális technológiák innovációjának gyors ütemét figyelembe véve könnyen előfordulhat, hogy a kapuőröknek gyakran frissíteniük kell majd az interoperabilitás technikai

részleteit. Ez olyan további gyakorlati kérdéseket vet fel, mint például azt, hogy a hozzáférést igénylőket mennyivel kell előre tájékoztatni a közelgő változásokról.

5.3.7 VERTIKÁLIS INTEROPERABILITÁS

Az 5.3.3. pontban láthattuk, hogy a vertikális interoperabilitás szorosan kapcsolódik a modularitás fogalmához, és számos előnnyel járhat. Egyrészt növelheti a kínálati elemek változatosságát azáltal, hogy lehetővé teszi a fogyasztók számára a rendszerelemek variálását, másrészt megkönnyítheti a piacra történő belépést, mivel csökkenti az újratervezés költségeit és ennek hatására erősítheti a versenyt a kiegészítő piacokon.

A 7. diagram a mobil operációs rendszerek szintjén fennálló piaci helyzetet mutatja be. Amennyiben az 5.3.3. pontból kiindulva tovább visszük az ott bemutatott példát, és a mobil ökoszisztémát vizsgálva belátható, hogy az operációs rendszerek piacán kialakult duopol helyzet jelentős kihatással van a vertikum egyéb szintjeire is, így az alkalmazásboltok piaci koncentrációjára is.



7. diagram

Versenyhársi viszonyok a mobil operációs rendszerek európai piacán – piaci részesedések alakulása a 2014 és 2021 közötti időszakban

Forrás: BEREC (2022c)

A mobil operációs rendszerek ugyanis – mint például az iOS esetében – nem teszik lehetővé alternatív alkalmazásbolt telepítését, vagy pedig, ha az alternatív alkalmazásboltok megengedettek is, ezeket a gyakorlati nehézségek folytán ténylegesen ritkán használják. A Google Play Áruház és az Apple App Store ezért az alkalmazásterjesztés legnagyobb globális szereplőivé nőttek ki magukat. Ennek további következménye, hogy a független szoftveralkalmazás-fejlesztők nem vagy csak rendkívül korlátozottan férnek hozzá az integrált alkalmazásboltokhoz, és a nagy alkalmazásboltok képesek versenyszintet meghaladó jutalékot

felszámítani a fejlesztőknek a terjesztésért.⁸⁷ Ezen túlmenően a domináns alkalmazásboltok azáltal is negatívan befolyásolhatják a platformok közötti és a platformokon belüli versenyt, hogy megtagadhatják az összegyűjtött adatokhoz való hozzáférést, vagy nem biztosítanak tisztességes feltételek mellett történő hozzáférést az adatokhoz (BEREC, 2022c).

5.3.8 *SIDELOADING: ALTERNATÍV FORRÁSBÓL SZÁRMAZÓ ALKALMAZÁSOK ÉS ALTERNATÍV ALKALMAZÁSÁRUHÁZAK HASZNÁLATA*

Az előbbieket fényében nem véletlen, hogy a DMA 6. cikkének (4) bekezdése széles visszhangot keltett a közvéleményben, hiszen lényegét tekintve azt kívánja biztosítani, hogy a felhasználók szabadon dönthessenek arról, milyen forrásból telepítenek szoftvereket a készülékeikre.⁸⁸ A kapuőrökre ennek érdekében az alábbi elvárások vonatkoznak:

- az operációs rendszerét használó vagy azzal együttműködő harmadik felek számára meg kell engednie és technikailag lehetővé kell tennie alkalmazásait vagy alkalmazásáruházait telepítését és tényleges használatát;
- biztosítani kell, hogy az alkalmazásokhoz és alkalmazásáruházakhoz ne csak a kapuőr alapvető platformszolgáltatásainak körébe tartozó eszközökkel lehessen hozzáférni;
- technikailag lehetővé kell tennie, hogy az így letöltött alkalmazást vagy alkalmazásáruházat a végfelhasználók alapértelmezettként be tudják állítani, és ez a változtatást könnyen végre tudják hajtani;
- nem akadályozhatja meg azt, hogy a harmadik féltől származó alkalmazások vagy alkalmazásáruházak az alapértelmezés megváltoztatására ösztönözzék a végfelhasználókat.

A kapuőr – indokolási kötelezettség mellett – ugyanakkor jogosult, hogy

- a feltétlenül szükséges mértékű és arányos intézkedéseket tegyen annak érdekében, hogy az alternatív forrásokból származó szoftverek ne veszélyeztessék hardvereinek vagy operációs rendszerének *integritását*
- *a feltétlenül szükséges mértékben, az alapértelmezett beállításokon kívüli egyéb, arányos intézkedéseket és beállításokat* alkalmazzon, hogy ezáltal a végfelhasználók hatékonyan meg tudják védeni biztonságukat az alternatív forrásból származó alkalmazások, alkalmazásáruházak vonatkozásában.

Összességében tehát a felhasználó más biztonságos alkalmazásboltokat is választhat, vagy ha rendelkezésére áll egy olyan alkalmazás telepítéséhez szükséges fájl, amely nincsen meg a számára elérhető alkalmazásáruházban, akkor azt felmásolhatja és telepítheti (*sideloading*). A *sideloading* szerepe a megtámadhatóság és a piaci dinamika szempontjából jelentős, hiszen erodálja az alapértelmezett alkalmazásboltok megkerülhetetlenségét azáltal, hogy elősegíti az alkalmazásfejlesztők és felhasználók közvetlen kapcsolatát. Ennek kapcsán visszatérően felmerülnek az interoperabilitási elvárásokkal járó biztonsági aggályok, melyek szerint rendkívül jelentős veszélyeket jelent a felhasználók számára, ha az operációs rendszerekbe integrált alkalmazásboltokon kívüli forrásból származó alkalmazásokat is telepíthetnek, mivel a „rosszindulatú” vagy akár hibás szoftverek veszélyeztetik az eszközök biztonságát és integritását,

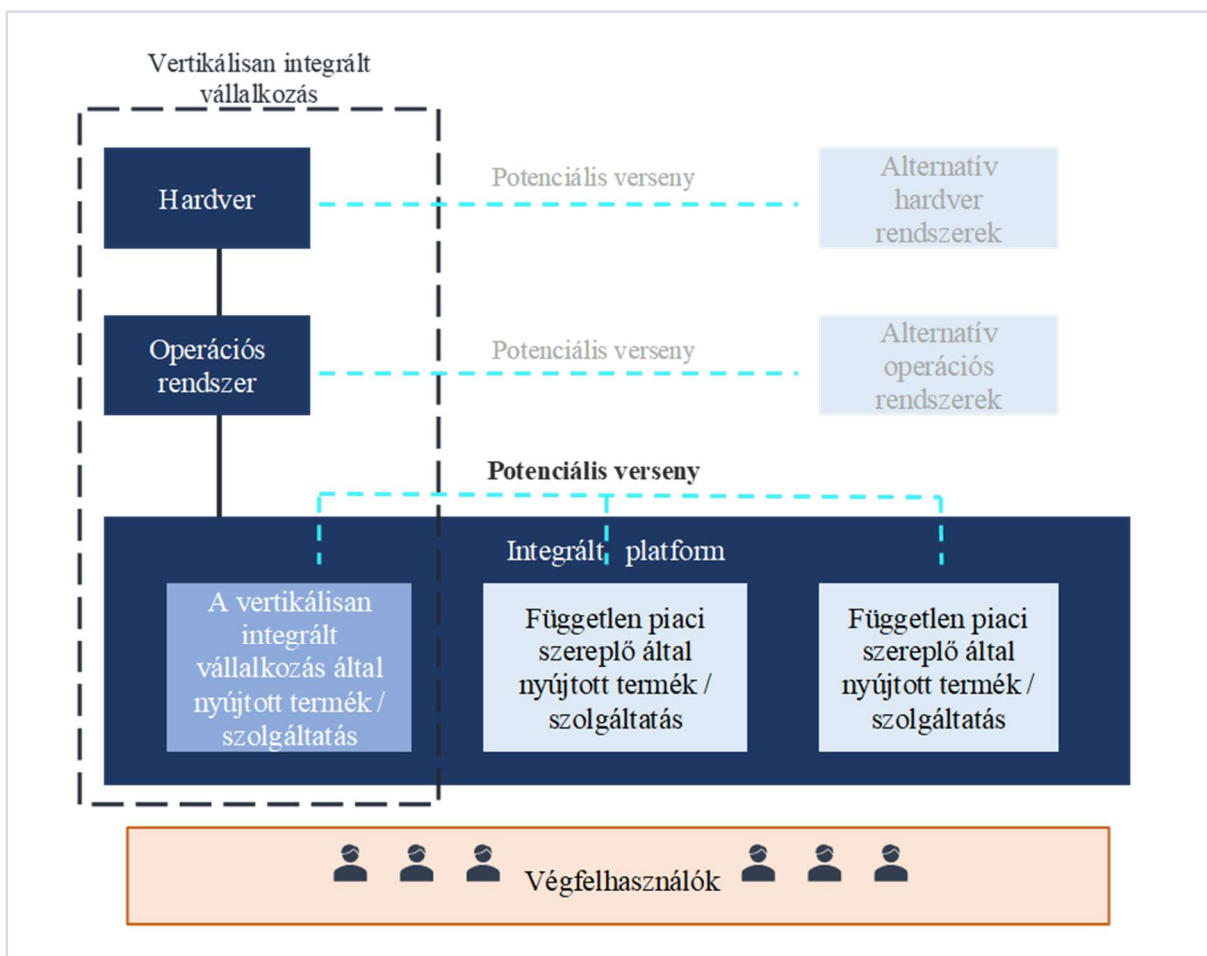
⁸⁷ Hátterként lásd az Európai Bizottság által közzétett IP/21/2061 sajtóközleményt: *Antitrust: Commission sends Statement of Objections to Apple on App Store rules for music streaming providers*. (Letöltés dátuma: 2023. január 20., forrás: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_2061.)

⁸⁸ A rendelkezést gyakran képletesen „az almáskert kapuinak megnyitása” metaforával írják le, az Apple ökoszisztémájának „walled garden” stratégiájára utalva. A piaci információk szerint az Apple már megkezdte a felkészülést az átállásra, ami maga után vonja a fizetési megoldások és a fejlesztők által fizetendő díjak rendszerének változását is. *Apple to Allow Outside App Stores in Overhaul Spurred by EU Laws*. (Letöltés dátuma: 2022. december 15., forrás: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-12-13/will-apple-allow-users-to-install-third-party-app-stores-sideload-in-europe#xj4y7vzkg>.)

így súlyos gazdasági és erkölcsi hátrányokat okozhatnak maguknak a felhasználóknak is. Az ellenérvek között szerepel, hogy egészen a közelmúltig az alkalmazások és szoftverek asztali gépekre történő telepítésének leggyakoribb módja a *sideloading* volt, és hogy a gyakorlat szerint víruskereső és a spam-ellenes szoftverek korlátozhatják a rosszindulatú tartalmak negatív hatásait.

5.3.9 AZ OPERÁCIÓS RENDSZERHEZ TÖRTÉNŐ HOZZÁFÉRÉS

A DMA 6. cikkének (4) bekezdése lehetővé teszi a harmadik fél fejlesztők számára, hogy alternatív és olcsóbb terjesztési csatornákat használjanak, belépési költségeik csökkenésével belépési feltételeik javulhatnak.



29. ábra

Vertikális integráció

Forrás: Cliaci és mtsai. (2022) nyomán saját szerkesztés

Ehhez képest a DMA 6. cikkének (7) bekezdése egy még összetettebb problémát is célba vesz: a kapuőrök (29. ábra által szemléltetett) *vertikálisan integrált, többes szerepét (dual role)*, amikor nem csupán eszközgyártóként és operációs rendszerek fejlesztőiként vannak jelen, de ezzel egyidejűleg az ezek sajátos funkcióira épülő további termékeket vagy szolgáltatásokat is

kínálnak.⁸⁹ Ezáltal az érintett vállalkozások upstream jelenlétük révén egy lényegében reprodukálhatatlan és megkerülhetetlen lényeges inputot ellenőriznek, és ez lehetővé teszi számukra downstream piaci versenytársaik kizárására irányuló stratégiák megvalósítását. Szabályozási oldalról a vertikális szétválasztás lenne az egyik lehetséges megoldás, de a DMA egy másik megközelítést alkalmaz, amely (megkülönböztetés nélküli és ingyenes) hozzáférést biztosít a downstream versenytársak számára az alapvető inputokhoz

Annak érdekében, hogy a versenytárs harmadik felek interfészeken vagy hasonló megoldásokon keresztül olyan hatékonyan kapcsolódjanak az adott funkciókhoz, mint a kapuőr saját szolgáltatásai vagy hardverei, egyrészt a kapuőrnek egyrészt díjmentesen lehetővé kell tennie a szolgáltatók és a hardverszolgáltatók számára az adott kapuőrrre vonatkozó minősítő határozatban megadott operációs rendszeren vagy virtuális asszisztensen keresztül hozzáférhető vagy ellenőrzött ugyanazon hardver- és szoftverfunkciókhoz való interoperabilitási célú hozzáférést, valamint az ezekkel való tényleges interoperabilitást.

A kapuőrnek másrészt szintén díjmentesen lehetővé kell tennie az üzleti felhasználók, valamint az alapvető platformszolgáltatásokkal együtt vagy azok támogatása céljából nyújtott szolgáltatásokat kínáló alternatív szolgáltatók számára az ugyanazon operációs rendszerhez, hardver- és szoftverfunkciókhoz történő interoperabilitási célú hozzáférést, mint amelyek a kapuőr rendelkezésére állnak, illetve mint amelyeket a kapuőr használ az ilyen szolgáltatások nyújtása során, valamint az említett operációs rendszerrel, hardver- és szoftverfunkciókkal való tényleges interoperabilitást, függetlenül attól, hogy ezek a funkciók az operációs rendszer részét képezik-e.

5.4. ÖSSZEGZÉS ÉS KÖVETKEZTETÉSEK

A rangsorolás a platformok *figyelemgazdasági oldalának* működési logikájába enged bepillantást, ahol a vállalkozások, így a platformok is egymás versenytársai a felhasználók, fogyasztók figyelméért folytatott küzdelemben. Az online elérhető kínálati elemek rangsorolása alapvetően befolyásolja a fogyasztói döntéshozatali folyamatot és a platformokon megjelenő e-kereskedők eredményességét azáltal, hogy az online teret kitöltő információ tömegben biztosítja a láthatóságot és a megtalálhatóságot. A két fogalom nagyon közeli rokonságot mutat, mindkettő valamely tartalomnak vagy információnak az elérhetőségére utal, csak míg a megtalálhatóság valamilyen azonosítható, konkrét és akár ismert térben (például egy e-kereskedelmi piacon) való keresésére utal (mint az az Amazon Buy Box ügynél látható), addig a felfedezhetőség esetén a keresés egy ismeretlen helyre utal (a felfedezhetőség és a megtalálhatóság végső soron kombinálódik a Google Shopping ügyben).

Megfelelési szempontból a megtalálhatóság a *termékdesign* szempontjából központi jelentőségű, mivel összefüggésben áll az információs architektúrával (az online információs környezet szerkezetének kialakításával, értve ezalatt a weboldalak, intranetek, online közösségek és a kapcsolódó beágyazott szoftverek szervezését és címkézését); a felhasználói célok elérését megkönnyítő felhasználói felületekkel; a fogyatékosokkal élők és a korlátozott digitális

⁸⁹ A DMA (56) preambulumbekzdése felhívja a figyelmet, hogy a kapuőrök operációs rendszerek fejlesztőiként és eszközyártóként is tölthetnek be ilyen duális/többszörös szerepet és az eszközök minden technikai funkcióját figyelembe kell venni az értékelésnél. A felhozott példa szerint „egy eszközyártó kapuőr például korlátozhatja az adott eszköz bizonyos funkcióihoz való hozzáférést – ideértve például a kis hatótávolságú kommunikációs technológia biztonságos elemeit és processzorait, a hitelesítési mechanizmusokat és az ilyen technológiákat működtető szoftvert –, amelyre szükség lehet az alapvető platformszolgáltatással együtt vagy annak támogatása céljából nyújtott szolgáltatás kapuőr általi, valamint az ilyen szolgáltatást nyújtó bármely potenciális, harmadik félnek minősülő vállalkozás általi eredményes nyújtásához”.

kompetenciákkal rendelkezők számára az akadálymentes használatot lehetővé tevő kiegészítő eszközökkel és a keresőoptimalizálási szempontokkal.

Szabályozási szempontból először a P2B viszonyokban, azaz a platformok és üzleti partnereik között merült fel, hogy az utóbbiak számára kulcsfontosságú, hogy tisztában legyenek a rangsorolásban mutatott helyezésük okaival és azzal, hogy tudnának-e, és ha igen, akkor milyen módon jobb helyezést elnyerni, akár fizetett rangsorolás segítségével is. A P2B Rendelet a figyelemgazdaság sajátosságaiból eredő új szabályozási igénynek felelt meg, amikor bevezette a rangsorolás fogalmát a tételes jogi szabályozásba. Ennek alapján egyrészt úgy tekinthetünk a rangsorolásra, mint az online közvetítő szolgáltatásokon keresztül kínált áruknak és szolgáltatásoknak biztosított *viszonylagos kiemelésre*, másrészt pedig az online keresőprogramokkal kapcsolatban a rangsorolás *a keresési eredményekhez rendelt relevanciaként értelmezhető*.

A P2B Rendelet szabályainak és az erőfölényes logikára épített antitröszt ügyeknek a vizsgálata alapján levonható a következtetés, hogy a platformok a relatív kiemelés biztosító megtalálhatóságot és felfedezhetőséget érintő designelemek alkalmazásával *az offline világ folyamataitól teljesen eltérő módon* (elsősorban az adatelemzésre építve) a fogyasztói/felhasználói döntések befolyásolása révén erőteljes hatást tudnak gyakorolni (i) versenytársaik láthatóságára, azaz az adott vállalkozás márkáinak vagy termékeinek az adott felhasználói környezetben való megjelenítésére; és (ii) az ökoszisztémában résztvevő üzleti partnerek, így a logisztikai, fulfilment szolgáltatásokban résztvevő vállalkozások működésére.

A DMA-ben a rangsorolás terén előírt *önpreferálási korlát* nyomán a kapuőr minden egyes alapvető platformszolgáltatása vonatkozásában köteles tartózkodni attól, hogy a rangsorolás során a harmadik felekéhez képest kedvezőbb elbánásban részesítse a saját maga által közvetlenül vagy közvetve kínált szolgáltatásokat vagy árukat. A DMA ezáltal igyekszik megragadni az integrált platformmodellek lényegét, amelyben a platformok részben vagy egészben termékeiket vagy szolgáltatásaikat a fogyasztók, végfelhasználók részére saját vagy az irányításuk alatt álló más entitások alapvető platformszolgáltatásain keresztül nyújtják. Ez az érdekkonfliktust okoz a rangsorolás terén is, hiszen az általuk üzemeltetett, illetve közvetve irányított alapvető platformszolgáltatás infrastruktúráján működő harmadik felekhez képest jobb láthatósági, megtalálhatóság feltételeket tudnak biztosítani saját termékeik/szolgáltatásaik számára. A rangsorolási szabályok értelmezésénél figyelemmel kell lenni arra is, hogy ezek a DMA 6. cikke szerinti, azaz a további pontosítást igénylő, szabályozói párbeszéd körébe tartozó kötelezettségek közé tartoznak. Visszautalva az előző fejezet megállapításaira, érezhető, hogy itt olyan kapuőri kötelezettségről van szó, ahol a jogalkotó nyitva hagyta az ellentétes értékek és érdekek közötti egyensúly esetről-esetre történő megteremtésének lehetőségét.

A rangsorolási szabályok, így a P2B Rendelet, a DSA és az UCPD *tájékoztatási kötelezettségei* is többszörösen összetettek, több különböző rétegből állnak és irányból közelítenek. Ez felveti azt a kérdést, hogy az egyébként is információs túlterheltség mellett működő kereskedők és fogyasztók képesek lesznek-e feldolgozni a rendelkezésükre bocsátott többletinformációkat, illetve tudnak-e megfelelően élni az ezekből származó előnyökkel és védelemmel. A mesterséges intelligencia alapú rendszerek terjedésére is tekintettel a megfelelés szempontjából a jövő fontos kérdése, hogy a rangsorolási feltételeket valóban a feljogosított gazdasági aktorok tudatos és informált döntésein alapuló interakciók sorozatai döntik-e el, vagy adminisztrációs többletteherként – mintegy holt paragrafusként – jelennek meg az általános szerződési feltételek egy újabb mellékletében, tovább növelve az információs zaj okozta feszültséget az érintett partnerek üzleti viszonyaiban. A szabályozás jövője és a kapcsolódó jogalkalmazás csomópontjai végül, de nem utolsósorban természetesen jelentős mértékben függenek attól is, hogyan

adaptálódnak az e-fogyasztók új generációi, milyen ütemben fejlődnek az e-fogyasztóknak az eligazodáshoz, illetve a rendelkezésükre bocsátott kötelező tájékoztatások tartalmának megértéséhez szükséges alapvető (adatvédelmi, informatikai és üzleti) ismeretei és digitális kompetenciái.

Az *interoperabilitás* a platformműködés egy másik szegmensébe, a technikai infrastruktúra szintjére adott rálátást, ahol az *információcserére és az egymással interfészeken keresztül vagy más megoldások révén kicserélt információk kölcsönös felhasználására való képesség* határozza meg, hogy mely hardver- és szoftverelemek képesek együttműködni a platform rendszereivel. A platform ebben a keresztmetszetben nézve olyan digitális alapokra épülő architektúra, amelyben az interoperabilitás a platformok működésének minden dimenziójára közvetlenül és közvetve is kihatással van. Amikor egy platform valamely ökoszisztéma (vagy ökoszisztémák közös) csomópontján helyezkedik el, akkor az új belépők számára az adott ökoszisztéma más szolgáltatásaival való interoperabilitásnak, valamint a múltbeli és jövőbeli ökoszisztéma-adatokhoz való hozzáférésnek a hiánya vagy korlátai megnehezítik, hogy ténylegesen versenyezni legyenek képesek.

A DMA (i) számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatások vonatkozásában fennálló *horizontális interoperabilitási*, illetve (ii) a sideloading és az operációs rendszerekhez történő *vertikális interoperabilitási* szabályainak alkalmazásával összefüggésben a végrehajtási jogi aktusok,⁹⁰ illetve az esetlegesen szükséges szabványok⁹¹ kibocsátása és a jogalkalmazás számos olyan fontos adalékkal szolgál majd. Az interoperabilitást övező viták kereszttüzeiben állnak, és a *sideloading* kapcsán kiemelten szóba jönnek a *biztonsági kockázatok*, melyeket maga a DMA is figyelembe vesz, amikor a horizontális interoperabilitási elvárásoknál előírja, hogy a kapuőr által a saját végfelhasználói számára nyújtott biztonsági szintet (így a végpontok közötti titkosítást is) az interoperabilis szolgáltatások közötti viszonylatban fenn kell tartani és a megvalósítás során a metaadatok szintjén is a szükséges minimumra kell korlátozni a felhasználói adatok kezelését. A vertikális interoperabilitási rendelkezések e téren megfelelő indokolás mellett lehetővé teszik a kapuőrök számára, hogy a feltétlenül szükséges mértékben, arányos intézkedésekkel biztosítsák, hogy a harmadik felek általi hozzáférés ne veszélyeztesse az általuk nyújtott szolgáltatások és rendszerek integritását és lehetővé tegyék a végfelhasználók számára, hogy hatékonyan megvédjék biztonságukat. Látható tehát, hogy az interoperabilitási rendelkezések jövője – értve ezalatt elvárt piaci hatásának megvalósulását – jelentős mértékben függ a biztonsági, titkosítási megoldások sikerétől.⁹² A technológiai és biztonsági szint mellett az interoperabilitás sikeres megvalósítása annak is függvénye, hogy az ehhez elengedhetetlenül szükséges *standardizáció* milyen hatást gyakorol az innovációra. A 6. cikk szerinti olyan kötelezettségről van szó, ahol a jogalkotó sem látja, láthatja még át az összes releváns kérdést, itt a jogalkalmazói párbeszéd vélhetően a hatósági, szabályozói tanulási folyamat számára is fontos adalékokkal szolgálhat.

⁹⁰ Lásd a DMA 46. cikke (1) bekezdésének b) és c) pontjaiban adott felhatalmazó rendelkezéseket a 6. és 7. cikknek való megfelelés biztosítása érdekében a kapuőrök által végrehajtandó technikai intézkedések formájára, tartalmára és egyéb részleteire, valamint a számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatások 7. cikk szerinti interoperabilitásának megvalósítását célzó operatív és technikai szabályokra vonatkozó végrehajtási rendelkezésekre vonatkozóan.

⁹¹ Lásd a DMA 48. cikkében foglalt felhatalmazó rendelkezését, mely figyelembe véve, hogy a kapuőrök egyes – így különösen az adatokhoz való hozzáféréssel, az adathordozhatósággal vagy az interoperabilitással kapcsolatosan fennálló – kötelezettségeknek végrehajtását megkönnyítheti a műszaki szabványok alkalmazása és lehetővé teszi a Bizottság számára, hogy műszaki szabványok kidolgozását kezdeményezze kérje fel az európai szabványügyi szervezeteknél.

⁹² Jelentős mértékben erre fókuszált az Európai Bizottság *DMA workshop – The DMA and interoperability between messaging services* címmel 2023. február 27. napján megtartott implementációs workshopja is (https://competition-policy.ec.europa.eu/dma/dma-workshops/interoperability-workshop_en).

Ezen a téren fontos azt tudatosítani a vállalati megfelelés vonatkozásában (már a visszacsatolási mechanizmusok irányába is előre tekintve), hogy az interoperabilitási feltételek alakulása olyan fontos feljövőben lévő piacok további fejlődését is közvetlenül befolyásolja, mint a B2C és B2B IoT szolgáltatások legváltozatosabb köre. A DMA vertikális interoperabilitási rendelkezéseinek kialakításánál a jogalkotó figyelembe vette, hogy a kapuőr nyújthat olyan szolgáltatásokat vagy hardvert, így viselhető vagy más IoT eszközöket, amelyek hozzáférnek egy adott operációs rendszeren (vagy akár virtuális asszisztensen) futó vagy ellenőrzött eszköz hardver- vagy szoftverfunkciójához annak érdekében, hogy erre épülő alkalmazásokat kínáljanak a végfelhasználóknak. Annak érdekében, hogy egy ilyen szituációban versenyképes kínálati elemeket tudjanak kialakítani a végfelhasználók számára, a harmadik fél IoT gyártóknak és szolgáltatóinak ugyanolyan hatékony interoperabilitásra és ezt lehetővé tevő hozzáférésre van szükségük a kapuóri hardver-, illetve szoftverfunkcióhoz.⁹³ Ezzel összefüggésben az is jelentős, hogy az adatalapú fejlesztésekhez nélkülözhetetlen adatinteroperabilitási rendelkezések a adathordozhatóság, adatmegosztás kérdéseivel összhangban kerüljenek alkalmazásra, hiszen ezek együttesen biztosítják az Európai Adatstratégia megvalósításának, az adatgazdaság fejlődésének előfeltételeit (Európai Bizottság, 2020a; Schnurr, 2022).

Az adathozzáférés – mint az adatalapú működés szempontjából megkerülhetetlen kérdés – az *e-kereskedelem* szempontjából is elsődlegesen releváns, így a DSA-nak az online óriásplatformot és a nagyon népszerű online keresőprogramot üzemeltető szolgáltatókra a rendszerszintű kockázatok kezelése érdekében a kijelölt kötelezettségek adathozzáférési előírásainak összefüggésében is felmerül.⁹⁴ A DSA célként tűzi ki az európai és nemzetközi szabványügyi szervezetek által meghatározott önkéntes szabványok kidolgozását olyan interoperabilitási kérdések vonatkozásában, amelyek biztosítják az interfészek, beleértve az API-k ellenőrzési célú hozzáférést, illetve az előbbi hirdetési adattárak nyilvános hozzáférést biztosító interoperabilitását.⁹⁵ Az e-kereskedelmi ágazat vonatkozásában nem ez az egyetlen fontos interoperabilitási elvárás, hiszen a B2C szerződéses viszonyokban is nevesítetten megjelenik a szerződésszerűség szubjektív követelményei között. Ahhoz ugyanis, hogy valamely digitális tartalom, digitális szolgáltatás vagy digitális elemeket tartalmazó áru esetében a teljesítés szerződésszerűnek minősüljön, annak rendelkeznie kell a szerződésben előírt funkcionalitással, kompatibilitással, interoperabilitással.⁹⁶

⁹³ Lásd a DMA (55) preambulumbekézését, valamint Az Európai Bizottság által 2022. január 24. napján a dolgok internetének fogyasztói szegmensével, azaz a fogyasztói IoT-val kapcsolatosan lefolytatott ágazati vizsgálatának 4. pontjában az interoperabilitással összefüggő megállapításait. *Report from the Commission to the Council and the European Parliament – Final report – sector inquiry into consumer Internet of Things*. COM(2022) 19 final.

⁹⁴ Lásd a DSA 44. cikkének f) pontját.

⁹⁵ A hirdetéseknek az online interfészükön általuk történő közzététele alatt és még annak levételét követően egy évig az óriás méretű szolgáltatóknak össze kell állítaniuk és online interfészük erre kijelölt részében nyilvánosan hozzáférhetővé kell tenniük egy megbízható és több szempontú lekérdezést lehetővé tevő eszköz segítségével alkalmazásprogramozási felületükön egy adattárat. A DSA 39. cikke (2) bekezdése szerinti adattár a következőket tartalmazza: a hirdetés tartalmát, beleértve a termék, a szolgáltatás vagy a márka nevét és a hirdetés tárgyát; mely természetes vagy jogi személy nevében került sor a hirdetés megjelenítésére; mely természetes vagy jogi személy fizette a hirdetést, amennyiben e személy eltér a b) pontban említett személytől; mely időszakban került sor a hirdetés megjelenítésére; azt, hogy vajon a hirdetés a szolgáltatást igénybe vevők kifejezetten egy vagy több adott csoportjának kívánták-e megjeleníteni, és ha igen, az erre a célra használt főbb paramétereket, beleértve adott esetben az egy vagy több ilyen meghatározott csoport kizárására használt főbb paramétereket is; az online óriásplatformokon közzétett és megfelelően (26. cikk szerint) beazonosított kereskedelmi tájékoztatásokat; a szolgáltatás elért igénybe vevőinek teljes száma, és adott esetben a hirdetés által konkrétan megcélzott igénybe vevők egy vagy több csoportjának összesített száma a tagállamok szerinti bontásban.

⁹⁶ Az interoperabilitás fogalma itt a digitális tartalom, digitális szolgáltatás vagy digitális elemet tartalmazó áru azon képességére vonatkozik, hogy képes-e, illetve milyen mértékben képes olyan hardverrel és szoftverrel

A rangsorolást és interoperabilitást vizsgálva, két olyan szabályozási területet láthattunk „működés közben”, amelyek a digitális világ offline-analógiákkal nem, vagy csak nagyon korlátozottan leírható jelenségeire reflektáltak. Megfelelési szempontból ezek egymással konkuráló érdekek ütközőzónái, és a szabályozó és jogérvényesítő hatóság számára pedig az új szabályozási igények megértésének terepei: a DMA 6. cikke szerinti, *szabályozói párbeszéd*en alapuló kötelezettségek. E kötelezettségek értelmezéséhez a DMA 8. cikkében foglalt megfelelési szabályokat kell segítségül hívni. Ennek alapján a kapuőrökkel szemben az az elvárás, hogy az előírt kötelezettségeknek való megfelelés biztosítása érdekében az általuk végrehajtott intézkedéseknek *eredményesnek*, azaz az érintett kötelezettség célkitűzésének elérésére alkalmasnak kell lenniük. De nem hanyagolható el az sem, hogy a DMA 8. cikke azt is elvárja, hogy ezeket szabályozási területeken átívelő megfelelési kérdéseket *az adatvédelemmel, a kiberbiztonsággal, a fogyasztóvédelemmel és a termékbiztonsággal kapcsolatos jogszabályoknak, valamint az akadálymentességi követelményeknek megfelelően kell végrehajtani*.

Megfelelési szempontból a DMA 8. cikke is arra az erősödő tendenciára mutat, hogy bizonyos magatartások egyszerre válnak relevánssá nemcsak az antitröszt és a DMA, de számos egyéb jogterület szempontjából is, és így a hatásköri kérdések mellett ugyanazon komplex magatartás egészének vagy egyes részelemeinek kapcsán *a többszörös értékelés lehetősége kiemelt kockázatértékelési szemponttá* válik a több szabályozási területen áthúzódó szabályozási tárgyakkal.

A 4.3.2 pontban utaltunk arra, hogy a piaci szereplők számára compliance szempontból a DMA és az antitröszt viszonya az egyik legnehezebben értelmezhető kérdés. A DMA 1. cikkének (5) bekezdése az egységes belső piac fragmentáltságának elkerülése érdekében rögzíti, hogy sem a tagállami jogalkotó, sem a tagállami jogalkalmazó hatóságok nem róhatnak a kapuőrökre további kötelezettségeket azért, hogy „biztosítsák a versengő és tisztességes piacokat”. Egyszersmind azonban rögzíti, hogy a DMA egyetlen rendelkezése sem akadályozza meg viszont a tagállamokat abban, hogy kötelezettségeket írjanak elő egyebek között az alapvető platformszolgáltatásokat nyújtó vállalkozások számára a DMA hatályán kívül eső kérdéseket illetően, feltéve, hogy ezek a kötelezettségek az uniós joggal összeegyeztethetők és nem abból erednek, hogy az érintett vállalkozások a DMA szerinti kapuőri jogállással rendelkeznek.

A DMA 1. cikkének (6) bekezdése ezt követően rögtön rögzíti azt is, hogy ez a tilalom nem akadályozza meg a tagállamokat az EUMSZ 101. és 102. cikkének, és ezeknek a nemzeti jogban megfelelő antitröszt szabályoknak az alkalmazásában, továbbá abban sem, hogy az egyoldalú magatartás más formáit tiltó nemzeti versenyszabályokat alkalmazzanak, amennyiben azokat a kapuőröktől eltérő vállalkozásokra alkalmazzák, vagy amelyek további kötelezettségeket rónak a kapuőrökre. Az elsőre nehezen átlátható szabályozás lényege végső soron abban áll, hogy – a 11. ábra által felvázolt logikával összhangban – a tagállamok ugyan nem alkalmazhatják a DMA-t, és a DMA alapján kapuőrként minősített vállalkozásokra nem szabhatnak ki a DMA-val azonos célú többletkötelezettségeket, illetve nem alkalmazhatnak szankciót a DMA megsértése miatt, azonban az uniós vagy nemzeti versenyszabályok alapján ugyanezeknek a magatartási kötelezettségeknek a megállapítására és szankcionálására továbbra is lehetőségük van a nem kapuőr vállalatok vonatkozásában, illetve a kapuőrök vonatkozásában is egyedi versenyjogi jogsértések esetén, ha egyébként a versenyjogi jogalkalmazás nem ellentétes a DMA alapján kirótt kötelezettségekkel, illetve azok egységes belső piaci alkalmazásával. Önmagában a többszörös feltételrendszer lekövetése is nehézkes, azonban, amint arra Jacques Steenbergen, a

együttműködni, amely eltér attól, amellyel általában a megegyező típusú digitális tartalmat vagy digitális szolgáltatásokat használnak, ehhez lásd (i) a SOGD 2.cikk 3. pontját, továbbá (ii) a DCSD 2.cikk 12. pontját.

belga versenyhatóság elnöke is felhívta a figyelmet,⁹⁷ egyáltalán nem egyértelmű, hogy ebben az összefüggésben mi tekintendő ellentétesnek. Ellentétes döntések ugyanis elméletileg egyáltalán nem is szülehetnek, hiszen a DMA kizárólagos alkalmazója az Európai Bizottság. Legfeljebb tehát az lenne ellentétesnek tekinthető, ha valamely tagállami hatóság klasszikus antitröszt jogalapon állapítana meg jogsértést, ez ugyanakkor nehezen kezelhető a DMA 1. cikkének (6) bekezdésének szempontjából, miszerint a DMA nem érinti a tagállami hatóságok részéről az antitröszt szabályok alkalmazását. Gönczöl & Teleki (2022) ennek kapcsán levezeti, hogy versenyjogi ügyekben az EUB hagyományosan oly módon alkalmazta a *kétszeres értékelés tilalmát biztosító ne bis in idem* elvet, hogy megvizsgálta, hogy a különböző eljárások, határozatok által védett jogi tárgyak azonosak vagy különbözők voltak-e, és ha igen, akkor a két párhuzamos eljárás és akár a két bírság elfogadható volt. Ezt a problémát a DMA akár még ki is küszöbölhette volna, hiszen a (11) preambulumbekkezdésben egyértelműen lehatárolja az általa védett jogi tárgyat az EUMSZ és a nemzeti jogok antitröszt rendelkezései által védett jogi tárgytól, azonban a DMA és a versenyjog különbségét egyelőre nehéz a compliance számára megragadni egy olyan jogszabály esetében, ahol számos kötelezettség mögött a megfontolások a közelmúlt bizottsági ügyeiből származnak.⁹⁸

Gönczöl & Teleki (2022) gondolatmenten ugyanakkor felveti, hogy a *ne bis in idem* elv esetleges megfontolása nem csak akkor merülhet fel, amikor azonos vállalkozás ugyanazon komplex magatartása miatt esetleg egyszerre indul eljárás a DMA, illetve az uniós vagy valamely nemzeti versenyjog alapján. Az adatalapú működés nyilvánvalóvá tette az antitröszt és az adatvédelem párhuzamos relevanciáját adott magatartások megítélésében, ez megjelent az adatvédelmi és versenyhatósági jogalkalmazás dinamikájában is (Pünkösty, 2020). A kialakuló európai adatgazdasággal összefüggésben még kérdés, hogy beszélhetünk-e tagállami szinten érvényesülő kvázi „adatvédelmi versenyjog(ok)ról”, illetve milyen változást hoz ebbe a DMA. A rangsorolást érintő kérdések kapcsán a duális (tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra és versenyjogra egyaránt kiterjedő) hatáskörrel rendelkező versenyhatóságok gyakorlatból látható, hogy a versenyjogi fogyasztóvédelem szintén jelen van a „konkuráló” jogterületek között. A DMA technológiai jellegű rendelkezései, így az interoperabilitás is, abba az irányba mutatnak, hogy az innovációval összefüggő új piaci jelenségek, magatartások kapcsán a mesterséges intelligencia, a kiberbiztonság, de akár az akadálymentesség terén is felmerülhetnek *párhuzamos relevanciák*. Vállalati megfelelési oldalról a párhuzamos relevanciák beazonosítása, az ebből adódó kérdések tisztázása (védett jogi tárgyak elhatárolása, hatáskörrel rendelkező hatóságok beazonosítása, irányadó tagállami és uniós joggyakorlat vizsgálata) fontos további kutatási területként azonosítható be.

⁹⁷ EU Digital Markets: Where do Member States Stand? – az online konferencián elhangzott észrevétel. Concurrences – Antitrust Publications & Events, 2022. március 2. (<https://www.concurrences.com/en/events/eu-digital-markets-where-do-member-states-stand>).

⁹⁸ Gönczöl & Teleki (2022) arra is kitér, hogy a DMA versenyjogtól való formális elhatárolása feltételezhetően arra vezethető vissza, hogy így a jogalkotási folyamatban lehetőség volt az EUMSZ 114. cikkét (belső piac) megjelölni jogalapként, amely – szemben a klasszikus, 103. cikk szerinti versenyjogi jogalappal – nem igényli a Tanács egyhangú döntését. Ehhez ugyanis vélhetően jelentősen fel kellett volna hígítani a DMA szabályait, a divergáló tagállami álláspontokra tekintettel, utalva például jóval kevésbé szigorú hozzáállásra Írország részéről, ahol több digitális kapuőr európai főhadiszállása honos.

„A tudás mindig jóval a piacok mögött kullog.”

Frank H. Easterbrook⁹⁹

6. KILÁTÁSOK ÉS ÖSSZEGZÉS

A DMA hatálybalépése pontot tett annak a vitának a végére, hogy az EU-ban a versenyjogi szabályok, jogalkalmazási gyakorlat újragondolásával vagy pedig ex-ante szabályozással kell-e kezelni a technológiai óriások által okozott versenyproblémákat. Az értekezés ezért nem is kívánta vizsgálni a DMA mint versenyjogon túli szabályozás szükségességének kérdését, azt adottnak tételezte. Alkalmazott jogi megközelítésből kiindulva az értekezés a DMA szerepét a digitális compliance szempontjai alapján vizsgálta, amelyet a digitális vállalkozások vállalati versenyképességét közvetlenül meghatározó stratégiai tényezőként tekintett. A technológiai kérdéseket érintő rohamtempóban átalakuló szabályozási környezet, és abban a DMA is ráirányítja ugyanakkor a figyelmet, hogy ha a szabályozás nem a megfelelő ütemben, illetve eszközökkel avatkozik be, akkor a szabályozás maga és az annak történő megfelelés is korlátozhatja az innovációt és a beruházásokat.

Az értekezést záró gondolatok körében ezért visszautalunk a 2.5 pontban tett felvetésre, és a DMA szabályozási rendszerével kapcsolatos kérdéseket olyan szempontból vizsgáljuk, hogy amennyiben a vállalati működés során a szabályozásra visszavezethető innovációs akadályok feltárására kerül sor, az milyen módon csatornázható vissza a jogalkotás számára, ebben milyen szerepet tölthet be és kell betöltenie a vállalati megfelelés rendszerének.

6.1. AZ ANTITRÖSZT BIZONYTALANSÁGI HATÁRAI?

A DMA és az antitröszt, mint láthattuk, a jogalkotói szándék szerint kiegészítik egymást, ugyanakkor az egymáshoz fűződő viszonyuk több szempontból is komoly értelmezési problémákat okoz a piaci szereplőknek. E viszony értelmezésében célszerű abból kiindulni, hogy *továbbra is a versenyjog határozza meg az alapvető szabályokat az legfontosabb gazdasági intézmény, a piac számára.* A klasszikus versenyszabályozás egész elmélete arra a gondolatra épül, hogy a piacok minden bírónál vagy szabályozónál alkalmasabbak arra, hogy jutalmazták a helyes piaci gyakorlatot, és büntessék azt, amely eltér attól.

A piacok funkciója egyfajta tranzakciós *szelektív mechanizmusként* is leírható: kijelöli az eladókat, akik eladhatnak és a vevőket, akik vásárolhatnak. Természetesen az érmének két oldala van, mivel így a piacok megakadályozzák egyes potenciális eladók és vevők megjelenését. Ebből a szempontból megközelítve, a versenyjog olyan szabályrendszerből áll, amelynek célja annak megakadályozása, hogy a piaci szereplők olyan magatartást tanúsítsanak, amely képtelenné teszi

⁹⁹ „*Wisdom lags far behind the market.*” (Easterbrook, 1984, 5. old.) (fordítás tőlem, F.J.).

a piacokat e fontos kiválasztási funkció megfelelő ellátására. A definícióból természetesen adódik a kérdés, hogy mikor tekinthető a funkció működése megfelelőnek. Ehhez közelebbi vizsgálatot igényel, hogy a tranzakciók (és az azokban részt vevő felek) kiválasztása miért fontos a társadalom és gazdaság számára. A közvetlen hatás nyilvánvaló, hiszen a szelekciós mechanizmus határozza meg, kik vannak jelen és milyen árukat cserélnék adott időpontban az érintett piacon. Ugyanakkor a kiválasztási funkció működése befolyással van a piaci szereplők ösztönzésére és így jövőbeni helyzetére is. Piaci stratégiájuk részeként mind a vevői, mind az eladói oldalon jelen lévő vállalkozások megpróbálják előre látni, hogy a piacok hogyan fognak működni a jövőben, és olyan döntéseket hoznak, amelyről azt valószínűsítik, hogy azok javítják a kiválasztási esélyeiket. *A jövőbeni tranzakciók megvalósíthatósága és sikere ugyanakkor a ma hozott döntésektől függ.*

Az előbbi metaforát tovább vezetve, *a versenyjog mindenkori célját azáltal határozza meg a versenypolitika, hogy megfogalmazza, milyen módon működik a szűrő.* A szűrő szerepét a jelenlegi versenypolitikai paradigmában a hosszútávú fogyasztói jólét tölti be, de vannak ettől eltérő megközelítések is, így például Buccrossi (2021) az általános jólét (*total welfare*) mellett érvel, ami az internet-ökoszisztémánál beazonosított társadalmi externáliákra gondolva továbbgondolásra érdemes lehet. A digitális compliance azonban az innovatív projektek időnyomása alatt működik, a mérlegelés időhatékonyt nem segíti, hogy a versenyszabályozás céljának értelmezése elméleti viták tárgyát képezi, és a versenyjog érvényesítése sem automatizmus, (egyelőre még legalábbis) emberi megítélésen alapul.

Ahogy a még hatékonynak tekinthető piaci működés sem a tökéletes verseny modellje szerint valósul meg, úgy *az antitröszt jogalkalmazás sem tekinthető tökéletesnek.* A DMA szükségességéről folytatott viták során kapcsán számos kritika érte az antitröszt jogalkalmazást, különösen annak az innovatív technológiákkal jellemezhető piacokon betöltött szerepét. Manne & Wright (2010) szemléletesen bemutatja, hogy már másfél évtizede megjelentek a versenyjogban azok a DMA-vel kapcsolatos is hangoztatott érvek, miszerint az innovációs technológián alapuló piacok túl gyorsan fejlődnek ahhoz, hogy azokon az antitröszt jogérvényesítés megfelelően hatékony lehessen, illetve az antitröszt egyáltalán nem alkalmazandó ott, ahol az innováció és a dinamikus verseny jelen van, mert erős a valószínűsége, hogy kioltja az innovációt. A jövő kérdése, hogy a DMA jogalkalmazási gyakorlata, különösen a rendszerbe rugalmasságot hozó szabályozói párbeszéd körébe tartozó magatartások esetről esetre történő értékelése körében milyen hatékonyságjavulás lesz megfigyelhető.

A versenyjogi jogalkalmazás és beavatkozások korlátainak és problémáinak összefoglalását adja a 30. ábra által felvázolt *Easterbrook-teoréma*. Easterbrook (1984) az „Antitröszt határai” című négy évtized után is friss és szemléletformáló tanulmányában kifejti, hogy a legtöbb esetben még egy tökéletesen tájékozott jogalkalmazó hatóság is nehezen tudja eldönteni, hogy mi az iparág optimális hosszú távú szerkezete, hiszen többnyire nem áll rendelkezésére megfelelő viszonyítási alap, benchmark. A jogalkalmazás számára az innováció külön nehézséget is jelent, mivel kezdetben gyakran maguk az érintett vállalkozások sem tudják, miért válnak be bizonyos piaci gyakorlatok, induláskor maguk sem látják előre annak átütő sikerét vagy akár diszruptív jellegét. Ilyenkor egy eljárásban a vállalkozások választ tudnak adni arra, hogy milyen tevékenységet végeznek, mi volt a mögöttes ötlet, de a piaci stratégia sokszor még nem is került megfogalmazásra, vagy még nem kiforrott. A stratégiaalkotáshoz ugyanis az innovatív ötleten és annak megvalósítási lehetőségein túlmenően nagyon részletesen ismerni kell a piaci folyamatokat, és rendelkezni kell az értékeléshez szükséges szakértelemmel, idővel és adatokkal.

Ugyanakkor minden sikeres innovatív piaci gyakorlatnak vannak áldozatai: minél sikeresebb egy termék vagy szolgáltatás előállításának, forgalmazásának új módszere, annál több áldozatot

szed a piacon, illetve komolyabb sérüléseket tud okozni. Természetesen ezen a ponton szükségképpen bevillan a verseny schumpeteri kreatív rombolás koncepciója (Schumpeter, 1980). Schumpeter az innovációt tekintette a verseny motorjának, és ennek megfelelően a versenyt a kreatív pusztítás viharaként írta le. Easterbrook (1984) ezt nem vitatja, viszont jogalkalmazói szempontból szellemesen rámutat, hogy a kreatív pusztítás szele előbb szedi az áldozatait, és az innovatív rombolást megvalósító piaci szereplő gyorsabban kerülhet egy versenyfelügyeleti eljárásban védekező pozícióba, mintsem hogy ideje lenne a megfelelő gazdasági elméletek megalkotására, illetve megfelelő bizonyítékokat tudna összeállítani annak alátámasztására, hogy magatartása pro-kompetitív. Ebben a logikában *az antitröszt szabályok mintegy tálcán kínálják az „áldozatoknak” a lehetőséget, hogy panaszaikkal az eljáró hatóságok előtt fellépjenek.* Amikor egy ilyen ügy a hatóság vagy a bíróság elé kerül, a döntéshozó olyan üzleti gyakorlatot lát, amely egy korábban sikeres vállalkozás kudarcát vagy jövedelmező lehetőségtől való megfosztását (kizárását) okozta és erős késztetést érezhet a versenyellenségre irányuló érvek elfogadására.

AZ EASTERBROOK-TEORÉMA		AZ ANITRÖSZT JOGI ÉRTÉKELÉS EREDMÉNYE	
		JOGELLENES	JOGSZERŰ
AZ ÉRTÉKELT MAGATARTÁS ÁLTAL TÉNYLEGESEN A VERSENYRE GYAKOROLT HATÁS	ANTI-KOMPETITÍV	Indokolt a marasztalás/beavatkozás	Anti-kompetitív magatartások marasztalásának elmaradása ↓ II. TÍPUSÚ HIBA: téves negatív beavatkozás (téves felmentés) ↓ a piaci önkorrekció lehetősége fennáll
	PRO-KOMPETITÍV	Pro-kompetitív magatartás marasztalása ↓ I. TÍPUSÚ HIBA: téves pozitív beavatkozás (téves marasztalás) ↓ a piaci önkorrekció lehetősége nem áll fenn	Indokolt a felmentés/beavatkozás elmaradása

30. ábra

Az Easterbrook-teoréma alapfelvetésének összefoglalása

Forrás: Wright and Mungan (2021) és Evans & Padilla (2004) nyomán saját szerkesztés

A jogalkalmazói tudás mindig jóval a piac mögött jár, és a sikerre adandó magyarázatnak sokszor az érintettek sincsenek birtokában, de nem jobb a helyzet akkor sem, ha túl komplex a magyarázat és nehéz azt közvetíteni. Azokat az elméletek vagy bonyolult ökonometriai elemzéseken alapuló érveket, amelyek akadémiai fórumokon vagy vállalati tanácsstermekben megértésre találnak, nehéz megfogalmazni és értelmezni egy meghallgatáson vagy tárgyaláson. Pedig ezek a magyarázatok megmutathatják, hogy az első pillantásra korlátozónak tűnő magatartások hosszabb távon milyen előnyökkel járnak a versenyben. Easterbrook (1984) szerint

a jogalkalmazói döntés szükségképpen magában hordozza a tévedés lehetőségét és az általa kidolgozott tévedési költségre (*error cost*) alapozott gondolatmenet és következtetések végső soron jól illeszthetők az innovatív technológiákat érintő jogalkalmazási és jogalkotási beavatkozások bármely területére. Különösen hasznos azonban az antitröszt ügyekben, ahol a döntéshozatal nehézsége nem csupán abban áll, hogy a versenyellenes magatartást meg kell megkülönböztetni a pro-kompetitív magatartástól, de mindezt az értékelést a korlátozott bizonyítékok és az egymásnak esetenként ellentmondó gazdasági elméletek közepette kell elvégezni.

Értékes jogalkalmazási innováció volt tehát Easterbrook részéről annak a keretrendszernek a kialakítása, melyben arra tett kísérletet, hogy a versenyjogi felelősség megállapítása körében szükségszerűen felmerülő bizonytalanságot és az abból következően elkerülhetetlenül elkövetett hibákat kezelje. A jogi innováció, amely az Easterbrook-teorémát egyedivé teszi és négy évtized is után frissen tartja, abban rejlik, hogy Easterbrook összekapcsolja az antitröszt eljárási, bizonyítási és anyagi jogi kérdéseit, mégpedig oly módon, hogy egy közgazdasági elemzésre is alkalmas modell alapjait hozza létre, amely azután gyakorlatilag mind a hatósági-eljárási, mind a szabályozói-jogalkotói beavatkozások mérlegelésére alkalmas.

A teorema az alábbi alapfeltételezésekből indult ki: (i) mind az I. típusú (téves pozitív beavatkozással járó) hiba, mind a II. típusú (téves negatív beavatkozással járó) hiba elkerülhetetlen, mivel egyes esetekben nehéz megkülönböztetni a pro-kompetitív és anti-kompetitív magatartásokat; (ii) *az I. típusú hibák által okozott társadalmi költségek általában magasabbak, mint a II. típusú hibák társadalmi költségei, mivel a piaci erők a II. típusú hibák (téves negatív beavatkozás) tekintetében legalább néhány korrekciós lehetőséget kínálnak*, és (iii) az optimális antitröszt szabályok minimalizálják a hibaköltségek várható összegét, azzal a megkötéssel, *hogy a szabályok viszonylag egyszerűek és észszerűen kezelhetők*. Ezen egyszerű vélelmek alapján Easterbrook azzal érvelt, hogy számos egyszerű szűrő használható a hibaköltségek minimalizálására. Így első és második lépésként a panaszos félnek (felperesnek) kell bizonyítania, hogy (i) a vizsgálat alá vont vállalkozás milyen piaci erővel rendelkezik; (ii) annak magatartása kárt okozhat-e a fogyasztóknak. Ezt követően harmadik lépésben vizsgálandó, hogy az iparágban működő vállalkozások eltérő termelési és forgalmazási módszereket alkalmaznak-e. Ha eltérő módszerek vannak jelen a piacon, akkor az eltérő módszerek közötti verseny jótékony hatása már figyelembe veendő. Eltérő esetben a negyedik szűrő is vizsgálandó, nevezetesen, hogy a bizonyítékok összhangban állnak-e a kibocsátás csökkenésével, Ez magában foglalja egyrészt annak vizsgálatát, hogy a kibocsátás hogyan alakult a vizsgált magatartás megjelenését követően, másrészt annak figyelembevételét, hogy az tartósan fennállt-e anélkül, hogy jelentős negatív hatást gyakorolt volna a panaszos (felperes) piaci részesedésére. Az ötödik és utolsó szűrő a felperes személyét, így különösen annak versenytársi minőségét sem hagyja vizsgálaton kívül, hogy következtetéseket vonjon le a vizsgálat alá vont vállalkozás (alperes) magatartásának következményeiről (Mcchesney, 2010).

A döntéshozatal inherens hibáinak Easterbrook által kidolgozott elemzése jól ráilleszthető egy bayesi döntéseméleti keretre, amelynek célja a bizonytalanság alatti döntéshozatal problémáinak kezelése. Közgazdasági részről ezt hibaköltség-modellnek nevezték el, és számos esetben alkalmazták annak értékelésére, hogy egyes magatartások (így például árukapcsolás, a kizárólagos megállapodások, továbbeladási-ár megkötések vagy akár fúziók esetén) esetén melyek az optimális szabályok (Wright & Mungan, 2021). Ezt a megközelítést alkalmazva a szabályozó, a bíróság vagy a politikai döntéshozó előzetesen képet alkothat annak valószínűségéről, hogy valamely piaci gyakorlat versenyellenes-e. Idővel ezt az előzetes képet frissíteni lehet a magatartás elméleti és empirikus megértéséből származó bizonyítékokkal, illetve akár az eset-specifikus információkkal. Az optimális döntési szabály ezután már az új, frissített valószí-

núségen alapul, minimalizálva az I. típusú és a II. típusú hibák társadalmi költségeit (Manne & Wright, 2010).

Nyilván a közgazdaságtan sem képes minden esetben megfelelő eszközöket biztosítani a versenyellenes magatartások szisztematikus és hibamentes azonosításához és kezeléséhez, ez nem kisebbíti ugyanakkor a közgazdaságtan központi szerepét az antitröszt területén. Felmerül azonban ennek kapcsán az aggály, hogy *világos és rendszerszintű módszertani elkötelezettség nélkül* a közgazdasági érvek beépítése az antitrösztbe, illetve a „problémaközpontú” DMA-ba (mint egyébként számos ponton az antitröszt logikára építő szabályozási instrumentumba), nem jelent-e csupán olyan felületi kezelést, amely lehetővé teszi a szabályozók és a jogalkalmazók számára, hogy kiválasszák azt a szabályozási modellt, amely megfelel egyéni meggyőződésüknek vagy politikai preferenciáiknak ahelyett, amelyik a legjobban megfelel a valós életviszonyoknak, piaci folyamatoknak. A digitális gazdaság szabályozás a viták kereszttüzében áll, és az ellenérvek természetesen arra rámutathatnak, hogy a digitális piacokon az Easterbrook-teoréma antitröszt jogalkalmazásra gyakorolt hatása is hozzájárulhatott a piaci erő és koncentráció *false negative* értékeléséhez és megfelelő kontrolljának elmaradásában.

6.2. BIZONYTALANSÁG – RUGALMASSÁG – FEEDBACK HUROK

A mára kialakult, Big Tech cégek által dominált digitális piaci struktúráról jelenleg azt feltételezzük, hogy már nem ösztönzik a romboló hatású innovációk létrejöttét, a nagy cégek saját fejlesztéseiket is inkább visszafogják, ellenállnak a radikálisabb innovációnak. A Big Tech cégek környezetében az innovációk nagy részét a kiegészítő jelleg, a modularitást kihasználó, nem a rendszert alapjaiban átalakító újdonság jellemzi. A piacokon átívelő tevékenységek és az ehhez szükséges képességek, valamint piaci erő megszerzését követően a nagy cégek a mások által létrehozott és az üzleti modellbe beépíthető innovációt igyekeztek további felvásárlásokkal megszerezni. Erős az aggály abban a tekintetben, hogy Big Tech cégek a diszruptívnek tekintett technológiafejlesztésekkel szemben is hasonló módon járnak el. A profitorientált vállalkezési logikából ezek a lépések valójában természetesen következnek, az innováció szempontjából az a kérdés, hogy a DMA – antitröszt kettős jogalkalmazás a meglévő globális piaci kereteken érdemben tud-e változtatni, és ezáltal a potenciális innovációk többsége számára tud-e piaci életteret biztosítani. A probléma lényegét az adja, hogy a mesterséges intelligencia területén a Chat-GPT megjelenése, a decentralizáltabb internet (web3) fejlesztése egyaránt azt jelzi, hogy valójában *nem előrelátható és megjósolható az innováció iránya és üteme* (Valentiny, 2022).

E téren az a következtetés vonható le tehát, hogy sem a digitális gazdaságot érintő technológiai változásokat, sem azoknak a vállalkozásokra és piacokra gyakorolt tényleges hatását és ütemét nem lehet előre látni. Az értekezés záró következtetései körében ezért helyez kiemelt hangsúlyt a DMA-ban elhelyezett feedback hurokra, a DMA (3.3. pontban bemutatott) „félrugalmas” rendszerében megjelenő teszt- / adaptív jellegű szabályozási elemre. Az ilyen jellegű kvázi *trial-and-error* típusú szabályozási megközelítésnek a lényege, hogy bizonyos területre bizonyos ideig a technológia és a piaci működés bizonyos keretek közötti működésének kipróbálása, valamint ezzel párhuzamosan a szabályozás számára releváns következmények és fejlemények folyamatos nyomon követése révén kíván megfelelően rugalmas szabályozási keretet biztosítani (A. Tóth, 2016).

A DMA-ban elhelyezett feedback mechanizmus számára a piacvizsgálatok információin túlmenően *a DMA és az antitröszt jogterületek közötti interakció fontos visszacsatolási forrásként szolgálhat*. Ehhez fontos input lehet a DMA személyi hatálya által le nem fedett (azaz kapuörnek nem minősülő) piaci szereplők magatartására irányuló nemzeti jog is. Ez két forrásból is származhat, hiszen hosszabb távon (akár a német példára is utalva) tagállami szintű

platformszabályozás bevezetése is lehetséges opció, de ennek hiányában akár antitröszt jogalapokon is indíthatók ügyek azon platformok ellen, amelyek nem rendelkeznek kapuőri státusszal. (Visszaulva ugyanakkor az előző fejezet lezárása körében a párhuzamos relevanciával rendelkező jogterületek problematikájára, az is felmerülhet, hogy a fogyasztóvédelem, adatvédelem, vagy akár a kiberbiztonság területére eső joggyakorlatnak is lehetnek a visszacsatolási rendszer számára releváns megállapításai.)

Másik lehetséges irány, hogy (i) a piaci dinamika folytán egyes stratégiák tiltása természetesen arra ösztönözheti a vállalkozásokat, hogy más kibúvó, illetve elkerülő stratégiákat fejlesszenek ki, vagy (ii) a technológiai fejlődés újabb diszruptív fejleményeket eredményez. Amennyiben pedig az ezek nyomán megvalósuló magatartások nem tartoznak a DMA által szabályozott alapvető platformmagatartások körébe, akkor akár a globális méretű piaci szereplők esetében is felmerül a klasszikus versenyjogi jogalkalmazás lehetősége mindaddig, amíg az érintett magatartás esetleg felvételre nem kerül a DMA hatálya alá sorolt magatartások közé.

6.3. ZÁRÓ GONDOLATOK

A szerző álláspontja szerint a DMA jelentősége nem kis részben abból adódik, hogy hatályba lépésével egy olyan „visszacsatolási hurok” és szabályozói párbeszéd működését indította be, amely optimális esetben lassan, de folyamatosan növelheti a versenyt az egész digitális szektorban. Természetesen a kézirat lezárásakor még nyitott kérdés, hogy ezek a szabályozói bizonytalanságkezelési módszerek mennyiben tekinthetők sikeresnek, azaz az innovációs változásokra megfelelően reflektáló módszernek. Egyelőre számos kérdés merül fel, egyebek között az iteratív módosítások kapcsán levont következtetéseknél milyen információk figyelembevételére kerüljön sor, mi a visszacsatolási mechanizmus optimális időhorizontja, illetve mi legyen a feedback mechanizmus során alkalmazandó módszertan (például az Easterbrook-teoréma továbbgondolásra érdemes-e a szabályozói beavatkozások inherens hibáinak megközelítésére).

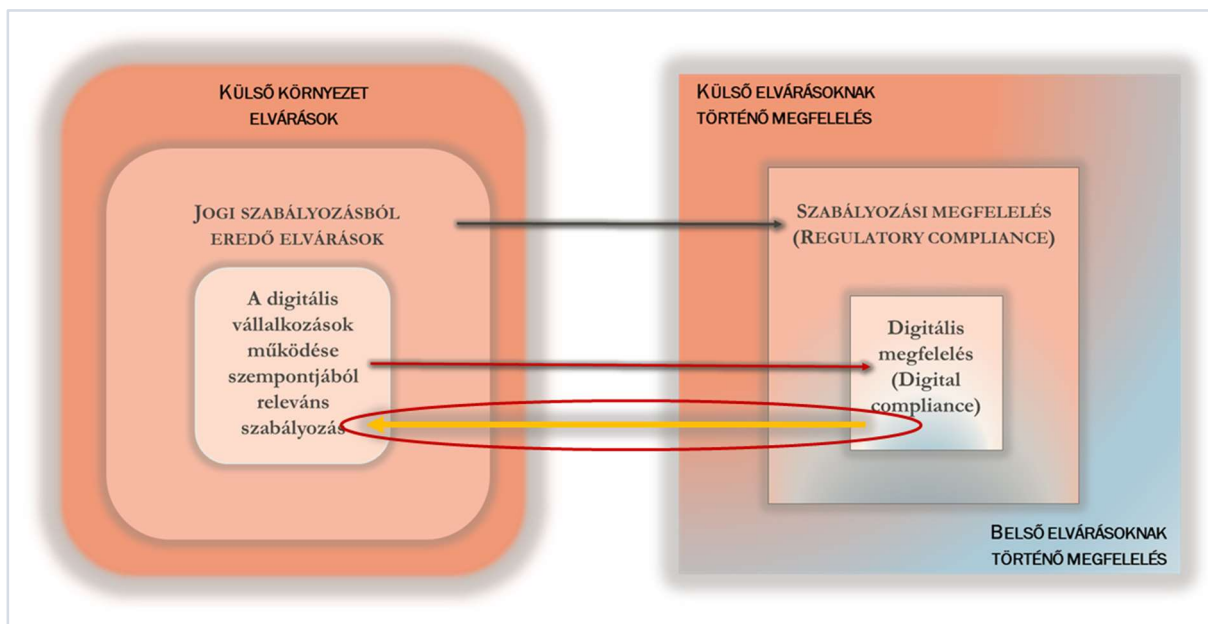
Ebben a helyzetben a digitális compliance formálódó szakmai területén működő szakembereknek el kell fogadniuk és meg kell küzdeniük a digitális piacok és platformok fogalma kapcsán az átfogó értelmezési keretrendszer hiányára visszavezethető nehézségekkel, és fel kell készülniük arra, hogy *a releváns innovációs vállalati tapasztalatokat a lehető leghatékonyabban be kell csatornázni a jogszabályok által nyújtott feedback-mechanizmusokba*, melyekre a DMA itt vizsgált „félrugalmas” rendszerén túlmenően további példaként felhozhatók az újabban a mesterséges intelligencia területén is megjelenő kontrollált tesztkörnyezetek („*regulatory sandboxes*”) (Poncibò & Zoboli, 2022).

A digitális compliance-nek ezért a szorosan értelmezett megfelelésben, a belső követelmények kialakításában játszott szerepén túlmenően mind szélesebb körben a vállalaton és a vállalati működés által érintett ökoszisztémá(ko)n belüli mindazon *interaktív feladatokat is el kell látnia, amelyek az innovációt érintő releváns feedback-válaszok előkészítését szolgálják*. Annak elkerülése, illetve kiküszöbölése érdekében, hogy a külső szabályozásnak történő hatékony megfelelés a versenyképességre hátrányos hatást gyakoroljon, a digitális compliance-nek kiemelt „önreflexív” feladatává válik annak vizsgálata, hogy (i) *a hatályos szabályoknak történő megfelelés milyen hatást gyakorol az innovációs folyamatokra*, és (ii) *ezek a tapasztalatok miként csatornázhatók vissza a digitális gazdaság szabályozásába*.

Visszacsatolva a gondolatmenetet a 2.3.1 pontban leírtakhoz, a jogi szabályozás és a vállalati compliance viszonyát az értekezés egy transzformációs műveletként közelíti meg, amelyre a fordítás metaforáját alkalmazza. A vállalati megfelelés (*corporate compliance*) feladatát az értekezés abban határozta meg, hogy az a külső környezet elvárásait a belső környezet számára

lefordítsa, értelmezhetővé és „élhetővé” tegye, akár olyan szintig, hogy ezek betartása már ne is igényeljen külön odafigyelést. A vállalati compliance tulajdonképpen olyan függvényként is leírható, amely a külső környezeti elvárások halmazának adott elemeihez hozzárendeli a belső környezet elvárásainak megfelelő elemeit. A külső környezet elvárásainak ugyanakkor csak egy – jóllehet igen jelentős – részhalmazát képezi a jogi szabályozás, hiszen ezen túlmenően ott vannak még a vállalati működéssel szembeni egyéb (annak technológiai, gazdasági, piaci, kulturális beágyazottságból adódó) külső elvárások is. A belső vállalati környezetben pedig nem csupán a külső környezet leképeződése jelenik meg, azon túlmenően sajátos – például a vállalati kultúrára visszavezethető etikai elvárásokból, az üzleti elvárásokból, szervezeti-működési rendből, belső eljárási szabályokból eredő – belső működési normák is hangsúlyosan jelen vannak.¹⁰⁰

A szabályozási megfelelés (*regulatory compliance*) ebben a megközelítésben leginkább olyan relációként fogható fel, amelynek alaphalmazát a külső környezet elvárásai, az alaphalmazon belüli *értelmezési tartományát* pedig a külső jogi szabályozás elvárásai alkotják. A reláció pedig az értelmezési tartomány elemeihez a belső környezet halmazán a megfelelő elemeket rendeli hozzá.



31. ábra

A vállalati megfelelés összefüggései

Forrás: saját szerkesztés

A matematikában a függvény egyértelmű hozzárendelést vár el: erre a gyakorlat vonatkozásában azt mondhatjuk, hogy ez az a viszonyítási alap (*compliance benchmark*), amelyet minél jobban sikerül megközelíteni, annál hatékonyabb a kockázatcsökkentés, a szervezeti adaptáció. Természetesen a vállalati és azon belül a szabályozási compliance jelensége nem újdonság, az értekezés mellett igyekezett a DMA kapcsán érvelni, hogy egyes korábban bevált függvényeket egy sajátos és az innováció szempontjából igen jelentős halmazra újra kell írni. A szabályozási megfelelés alapfüggvénye ugyanis nem feltétlenül ad kielégítően jó eredményeket a digitális

¹⁰⁰ Az értekezés a 2.3.1 pontban igyekszik ezt a logikai lehatárolást levezetni, és a külső jogi szabályozáshoz hozzárendelni a compliance megfelelő részhalmazát képző szabályozási megfelelés (*regulatory compliance*) fogalmát.

megfelelésre (*digital compliance*), a digitális vállalkozások működése szempontjából releváns szabályozási környezetre. A Collingridge-dilemma nyomán felmerül az aggály, hogy ha a külső szabályozás nem a megfelelő ütemben, illetve eszközökkel avatkozik be, akkor az korlátozhatja az innovációt és a beruházásokat, és ilyen esetekben a külső szabályozásnak történő hatékony megfelelés vállalati versenyképésre gyakorolt hatása akár ellentétére fordulhat. Ebből az is következik, hogy az eddig bevett „kockázatsökkentési” függvény a külső környezet jogi elvárásait transzformálta a belső működésre, azonban alaposan megfontolandó, hogy a digitális compliance számára egy új (a 31. ábraán sárga színű nyíllal ábrázolt) függvényt is fel kell írni. Ez lenne a „feedback” függvény, amelynek a célja, hogy a belső működési tapasztalatokhoz transzformálja a külső jogi környezet egyes elemeit.

A digitális megfelelésnek nem csupán az a feladata tehát, hogy a külső elvárásokat lefordítsa a vállalat nyelvére, és működő megfelelési rendszerek kiépítésével internalizálja azokat. Feladata az is, hogy a digitális piacok számára alkotott jogi szabályok között keresse és ismerje fel a feedback mechanizmusokat, hiszen a DMA bemutatott megoldásai mellett más egyéb formák is megjelentek, így például a különböző kontrollált tesztkörnyezetek (*regulatory sandbox*), pilot projektek, feltáró konzultációk. A digitális compliance-nek a feltárt visszacsatolási lehetőségek keretei között az innováció mögötti stratégiai jelentőségű komplex technológiai, informatikai, infokommunikációs, valamint mikro- és makrogazdaságtani kérdéseket vissza is kell tudnia fordítani úgy a jog nyelvére, hogy azok lényege ne vesszen el, és az előtárt érvek a feedback folyamatok során kezelhetők legyenek. Jelenlegi ismereteink alapján a digitális compliance ezzel tud érdemben hozzájárulni, hogy (i) a szabályozói beavatkozás az innováció és a piaci folyamatok alakulását ténylegesen lekövesse, ezáltal (ii) a szabályozást a lehetséges maximális mértékig a megfelelő, ténylegesen azonosítható kockázatokhoz lehessen igazítani, és (iii) végső soron akár *egy rugalmasabb, a digitális gazdaság dinamikájához jobban igazodó szabályozói megközelítés alakulhasson ki.*

IRODALOMJEGYZÉK

- ACM. (2021). *Sponsored Ranking an exploration of its effects on consumer welfare*. <https://www.acm.nl/en/publications/sponsored-ranking-effects-consumer-welfare>
- Ambrus, I., & Farkas, Á. (2020). *A compliance alapkérdései*. Akadémiai Kiadó.
- Argentesi, E., Buccirosi, P., Calvano, E., Duso, T., Marrazzo, A., & Nava, S. (2019). *Ex-post Assessment of Merger Control Decisions in Digital Markets*. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/803576/CMA_past_digital_mergers_GOV.UK_version.pdf
- Attrill-Smith, A. (2019). The Online Self. In *The Oxford Handbook of Cyberpsychology* (online edition, o. 17–34). Oxford Academic. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198812746.013.37>,
- Axon. (2022). *Europe's internet ecosystem: socio-economic benefits of a fairer balance between tech giant and telecom operators - 2022 May*. <https://etno.eu//downloads/reports/europes%20internet%20ecosystem.%20socio-economic%20benefits%20of%20a%20fairer%20balance%20between%20tech%20giants%20and%20telecom%20operators%20by%20axon%20for%20etno.pdf>
- Baker, M. (2013). *Every Page is Page One* (E-book edition). XML Press. <https://www.scribd.com/read/402001609/Every-Page-is-Page-One>
- Bamberger, K. A., & Lobel, O. (2017). Platform Market Power. *Berkeley Technology Law Journal*, 32(3), 87–166. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3074717
- Bartóki-Gönczy, B., & Remes, G. (2021). Quo vadis, zero-rating? *In Medias Res*, 2. <https://mediatudomany.hu/2021/12/21/quo-vadis-zero-rating/>
- Becraft, M. B. (2017). *Steve Jobs. A Biography*. Greenwood, ABC-CLIO LLC.
- BEREC. (2016). *BEREC Report on OTT services. (BoR(16)35)*. https://www.berec.europa.eu/sites/default/files/files/document_register_store/2022/6/BoR%20%2822%29%2087%20Draft%20BEREC%20Report%20on%20the%20Internet%20Ecosystem.pdf
- BEREC. (2022a). *BEREC Guidelines on the Implementation of the Open Internet Regulation (BoR (22) 81)*. <https://www.berec.europa.eu/en/document-categories/berec/regulatory-best-practices/guidelines/berec-guidelines-on-the-implementation-of-the-open-internet-regulation-0>
- BEREC. (2022b). *BEREC preliminary assessment of the underlying assumptions of payments from large CAPs to ISPs. (BoR (11) 137)*. <https://www.berec.europa.eu/en/document-categories/berec/opinions/berec-preliminary-assessment-of-the-underlying-assumptions-of-payments-from-large-caps-to-isps>
- BEREC. (2022c). *BEREC Report on the Internet Ecosystem (BoR(16)35)*. https://www.berec.europa.eu/system/files/2022-12/BoR%20%2822%29%20167%20%20BEREC%20Report%20on%20the%20Internet%20Ecosystem_0.pdf
- Bergquist, C. (2020). *Discrimination and Self-favoring in the Digital Economy*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3531688>
- Bergquist, C., & Rubin, J. (2019). Google and the Trans-Atlantic Antitrust Abyss. *University of Copenhagen Faculty of Law Legal Studies Research Paper Series*, 73. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3354766>
- Birnbaum, R., Christensen, C. M., Christensen, C. M., & Raynor, M. E. (2005). The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail. *Academe*, 91(1). <https://doi.org/10.2307/40252749>

- Blahó, A., Czakó, E., & Poór, J. (2021). *Nemzetközi menedzsment*. Akadémiai Kiadó.
- Boureau, M., Kraemer, J., & Buiten, M. (2022). *Interoperability in Digital Markets*. https://cerre.eu/wp-content/uploads/2022/03/220321_CERRE_Report_Interoperability-in-Digital-Markets_FINAL.pdf
- Boureau, M. (2022). *DMA Horizontal and Vertical Interoperability Obligations*. https://cerre.eu/wp-content/uploads/2022/11/DMA_HorizontalandVerticalInteroperability.pdf
- Bower, J. L., & Christensen, C. M. (1995). Disruptive technologies: Catching the wave, *Harvard Business Review* (), pp. 43–53. *Harvard Business Review*, January–February. <http://www3.yildiz.edu.tr/~naydin/MI2/lectures/Reading/Disruptive%20Technologie%20Catching%20the%20Wave.pdf>
- Brown, I., & Korff, D. (2022, október 1). *Data protection and digital competition*.
- Buccirossi, P. (2021). The Virtue of an Imperfect Competition Law. *CPI Antitrust Chronicle*. <https://www.learlab.com/wp-content/uploads/2021/10/CPI-Buccirossi-FINAL-1.pdf>
- Cabral, L., Haucap, J., Parker, G., Petropoulos, G., Valletti, T., & Van Alstyne, M. (2021). *The EU Digital Markets Act - A Report from a Panel of Economic Experts*.
- Capobianco, A., & Nyeso, A. (2018). Challenges for Competition Law Enforcement and Policy in the Digital Economy. *Journal of European Competition Law and Practice*, 9(1), 19–27.
- Castells, M. (2005). *A hálózati társadalom kialakulása*. Gondolat-Infonia.
- Chapuis-Doppler, A., & Delhomme, V. (2020). Regulating Composite Platform Economy Services: The State-of-play After Airbnb Ireland. *European Papers*, 5(1), 411–428. https://www.europeanpapers.eu/es/system/files/pdf_version/EP_EF_2020_I_018_Augustin_Chapuis_Doppler_Vincent_Delhomme_00355.pdf
- Christensen, C. M., Raynor, M. E., & McDonald, R. (2015). Christensen What Is Disruptive Innovation? *Harvard Business Review*, 12.
- Claici, A., Basalisco, B., De Michiel, F., Okholm, H., & Maier, N. (2022). *The economic rationale for vertical integration in the tech sector*. <https://www.copenhageneconomics.com/dyn/resources/Publication/publicationPDF/0/550/1606320780/copenhagen-economics-the-economic-rationale-for-vertical-integration-intech.pdf>
- Crémer, J. L., de Montjoye, Y.-A., & Schweitzer, H. (2019). *Competition policy for the digital era*. <https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>
- Cuhls, K., Rosa, A., Weber, M., Giesecke, S., Wasserbacher, D., & Könnöla, T. (2021). *After the new normal: Scenarios for Europe in the post Covid-19 world*.
- Csedő, Z., & Zavarkó, M. (2021). *Társaságirányítás*. Akadémiai Kiadó.
- de Streel, A. (2022). *DMA Compass*. https://cerre.eu/wp-content/uploads/2022/11/DMACompass_Final.pdf
- Dedehayir, O., Mäkinen, S. J., & Roland Ortt, J. (2018). Roles during innovation ecosystem genesis: A literature review. *Technological Forecasting and Social Change*, 136, 18–29. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2016.11.028>
- Demeter, K. (2021). Digitalizáció alulnézetből. In M. Szanyi, Á. Szunomár, & Á. Török (Szerk.), *Trendek és töréspontok II.* (o. 100–115). 2021.
- DOJ. (2023). *DOJ Evaluation of Corporate Compliance Programs (Updated March 2023)*. <https://www.justice.gov/criminal-fraud/page/file/937501/download>
- DOJ, & SEC. (2020). *A Resource Guide to the U.S. Foreign Corrupt Practices Act (Second Edition)*.
- Dömötörfy, B. T., & Firniksz, J. (2021). A UX design és üzleti modell versenyjogi kérdései. *PPKE Versenyjogi Kutató Központ Blog*.

- <https://versenyjog.com/index.php/hu/?view=article&id=58:doemoetoerfy-borbala-tuende-firniksz-judit-a-ux-design-es-uzleteti-modell-versenyjogi-kerdesei&catid=8>
- Dömötörfy, B. T., & Firniksz, J. (2022, február 24). *Az etikus design egyben jogi védelmet is biztosít?* Jogászvilág. <https://jogaszvilag.hu/szakma/az-etikus-design-egyben-jogi-vedelmet-is-biztosit/>
- Dumancic, K., & Avlona, N.-R. (2022). The Regulatory Context and Legal Evolution: The Cases of Airbnb and Uber. In V. Česnuityė, A. Klimczuk, C. Miguel, & G. Avram (Szerk.), *The Regulatory Context and Legal Evolution: The Cases of Airbnb and Uber* (Online edition, o. 65–85). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-86897-0_4
- Easterbrook, Frank. H. (1984). Limits of Antitrust. *Texas Law Review*, 63(1), 1–40. https://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2152&context=journal_articles;
- ETNO. (2022). *State of Digital Communications* . <https://etno.eu/library/reports/104-state-of-digi-2022.html>
- Európai Bizottság. (2015). *Európai digitális egységes piaci stratégia - COM(2015) 192 final*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:52015DC0192&from=HU>
- Európai Bizottság. (2016a). *A European agenda for the collaborative economy - COM(2016) 356 final*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016DC0356>
- Európai Bizottság. (2016b). *Online platformok és a digitális egységes piac – Lehetőség és kihívás Európa számára - COM(2016)288 final*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:52016DC0288>
- Európai Bizottság. (2017). *Investing in a Smart, Innovative and Sustainable Industry - A renewed EU Industrial Policy Strategy COM(2017) 479 final*. https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:c8b9aac5-9861-11e7-b92d-01aa75ed71a1.0001.02/DOC_1&format=PDF
- Európai Bizottság. (2020a). *Európai Adatstratégia - COM(2020) 66 final*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0066>
- Európai Bizottság. (2020b). *Impact Assessment Report Accompanying the Document „Proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council on a Single Market For Digital Services (Digital Services Act) and amending Directive 2000/31/EC” - SWD(2020) 348 final*. https://privacy-web.nl/wp-content/uploads/po_assets/560630.pdf
- Európai Bizottság. (2020c). *Iránymutatás a rangsorolási átláthatóságról az (EU) 2019/1150 európai parlamenti és tanácsi rendeletnek megfelelően (2020/C 424/01)*.
- Európai Bizottság. (2020d). *Javaslat az Európai Parlament és a Tanács rendelete a digitális ágazat vonatkozásában a megtámadható és méltányos piacokról (digitális piacokról szóló jogszabály) - COM(2020) 842 final*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020PC0842&from=en>
- Európai Bizottság. (2020e). *Európai iparstratégia*. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/european-industrial-strategy_hu#latest
- Európai Bizottság. (2022). *Final report - sector inquiry into consumer Internet of Things COM(2022) 19 final*. https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2022-01/internet-of-things_final_report_2022_en.pdf
- Európai Bizottság & Ipsos. (2020). *Market Monitoring Survey. Overview Report, 2019/2020*. https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/mms-overview-report-19-20_en.pdf
- Európai Parlament. (2017). *Európai Parlament Ipari, Kutatási és Energiaügyi Bizottságának és Belső Piaci és Fogyasztóvédelmi Bizottságának az online platformokról és a digitális*

- egységes piacról szóló jelentése - 2016/2276(INI).
https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2017-0204_HU.html
- Európai Parlament és Tanács. (2022). *Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2481 határozata (2022. december 14.) a Digitális évtized 2030 szakpolitikai program létrehozásáról.* Európai Bizottság. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022D2481>
- Evans, D. S. (2013). Attention Rivalry Among Online Platforms. *University of Chicago Institute for Law and Economics, Olin Research Paper*, 62. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2195340>
- Evans, D. S., & Padilla, A. J. (2004). Designing Antitrust Rules for Assessing Unilateral Practices: A Neo-Chicago Approach. *CEMFI (Center for Monetary and Financial Studies, Madrid) Working Paper*, 0417. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=617311
- Farrell, J., & Simcoe, T. (2012). Four Paths to Compatibility. In M. Peitz & J. Waldfoegel (Szerk.), *The Oxford Handbook of the Digital Economy* (o. 34–58). Oxford University Press. <https://academic.oup.com/edited-volume/28259>
- Farrell, J., & Weiser, P. (2003). Modularity, Vertical Integration, and Open Access Policies: Towards a Convergence of Antitrust and Regulation in the Internet Age. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.452220>
- Feasey, R. (2019). *New European Electronic Communications Code: Interpretation & Implementation.* https://cerre.eu/wp-content/uploads/2020/05/190110_CERRE_EECC_IssuePaper_Final-compressed_1-1.pdf
- Filatova-Bilous, N. (2021). Once again platform liability: On the edge of the „Uber” and „Airbnb” cases. *Internet Policy Review*, 10(1), 1–27. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4087290
- Firniksz, J. (2022). Rangsorolás – új szabályozási igény a platformok és az információs túlterheltség korában. In P. Valentiny, K. Antal-Pomázi, Z. Berezvai, & C. I. Nagy (Szerk.), *Verseny és Szabályozás 2021* (o. 165–201). KRTK Közgazdaságtudományi Intézet. <https://krtk.hu/2022/01/megjelent-a-verseny-es-szabalyozas-2021/>
- Firniksz, J., Csömör, M., & Ruzsa, R. (2023). Ki fizeti a révészt? - A konvergens hírközlési szolgáltatók az átalakuló szabályozási ökoszisztémában. In P. Valentiny, K. Antal-Pomázi, Z. Berezvai, & C. I. Nagy (Szerk.), *Verseny és szabályozás 2022* (o. 243–266). MTA Közgazdaságtudományi Intézet. https://kti.krtk.hu/wp-content/uploads/2023/05/verseny2022_10_Firniksz_Csomor_Ruzsa.pdf
- Freyberg, A., & Rand, C. (2022). *The Internet Value Chain 2022.* <https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2022/05/Internet-Value-Chain-2022.pdf>
- Frieden, R. (2020). Challenges to the Conventional Wisdom About Mergers and Consumer Welfare in a Converging Internet Marketplace. *Villanova Law Review*, 65(3). <https://digitalcommons.law.villanova.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3456&context=vlr>
- Fuller, J., Jacobides, M. G., & Reeves, M. (2019, február 25). *The Myths and Realities of Business Ecosystems.* MIT Sloan Management Review.
- Gálik, M., Pápai, Z., & Urbán, Á. (2011). Vita az infokommunikációs hálózatok semlegességéről. In P. Valentiny, F. L. Kiss, & C. I. Nagy (Szerk.), *Verseny és Szabályozás 2010.* MTA Közgazdaságtudományi Intézet. <https://mersz.hu/kiadvany/77/info>
- Gálik, M., & Urbán, Á. (2016). *Médiagazdaságtan* (Digitális Kiadás). <https://mersz.hu/kiadvany/77/info>
- Gelei, A. (2017). Globális értékláncok strukturális kérdései – versenyképességi megfontolások. *Külgazdaság*, 61(9-10.), 20–55.

- Genus, A., & Stirling, A. (2018). Collingridge and the dilemma of control: Towards responsible and accountable innovation. *Research Policy*, 47(1), 61–69. <https://doi.org/10.1016/J.RESPOL.2017.09.012>
- George, C. E., & Scerri, J. (2007). Web 2.0 and User-Generated Content: Legal Challenges in the New Frontier. *Journal of Information, Law and Technology*, 2. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1290715
- Goldman-Sachs. (2021). *Framing the Future of Web 3.0*. <https://www.goldmansachs.com/intelligence/pages/gs-research/framing-the-future-of-web-3.0-metaverse-edition/report.pdf>
- Gönczöl, T., & Teleki, L. (2022). A digitális kapuőrök az ex ante szabályozás, a versenyjog és az adatvédelem keresztútjában. In P. Valentiny, F. L. Kiss, K. Antal-Pomázi, Z. Berezvai, & C. I. Nagy (Szerk.), *Verseny és Szabályozás 2022* (o. 224–243). KRTK Közgazdaságtudományi Intézet. https://kti.krtk.hu/wp-content/uploads/2023/05/verseny2022_9_Gonczol_Teleki.pdf
- Granstrand, O., & Holgersson, M. (2020). Innovation ecosystems: A conceptual review and a new definition. *Technovation*, 90–91, 102098. <https://doi.org/10.1016/J.TECHNOVATION.2019.102098>
- GVH. (2020). *A digitális összehasonlító eszközök fogyasztói döntésekre gyakorolt hatásait bemutató tanulmány*. https://www.gvh.hu/dontesek/agazati_vizsgalatok_piacelemzesek/piacelemzesek/piacelemzes-a-digitalis-osszehasonlito-eszkozok-fogyasztoi-dontesre-gyakorolt-hatasai-feltarasara.
- GVH. (2021). *Jelentés a magyarországi műsorterjesztési és médiaszolgáltatási piacon lefolytatott ágazati vizsgálatról*. https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/dontesek/agazati_vizsgalatok_piacelemzesek/agazati_vizsgalatok/agazati_vizsalat_musorterjesztes_mediaszolgalattas_vegleges-jelentes&inline=true
- Hancz, P. (2013). Az amerikai korrupciós szabályozásról – a U.S. Foreign Corrupt Practices Act és annak gyakorlata a Magyar és Deutsche Telekom jogeseten keresztül. *Diskurzus*, 2, 13–21. <https://blszk.sze.hu/images/Dokumentumok/diskurzus/2013/2/hancz.pdf>
- Harari, Y. N. (2017). *Homo Deus – A Brief History of Tomorrow*. Harper Collins.
- Harlow, C. (2022). The EU and law in context: the context. *European Law Open*, 1(1), 209–215. https://eprints.lse.ac.uk/114470/1/the_eu_and_law_in_context_the_context.pdf
- Herlin-Karnell, E., Conway, G., & Ganesh, A. (2021). *European Union Law in Context*. Bloomsbury Publishing.
- Iansiti, M., & Lakhani, K. R. (2020). *Competing in the Age of AI: Strategy and Leadership When Algorithms and Networks Run the World*. Harvard Business Review Press.
- Ibáñez Colomo, P. (2021). Product Design and Business Models in EU Antitrust Law. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.3925396>
- Kara, P., & Pista, B. (2016). Versenyjogi compliance – avagy élet a kartellbírságon túl: a MOL Nyrt. versenyjogi megfeleléssel kapcsolatos tapasztalatai. *Versenytükök*, XII(IV), 41–50. https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/gvh/kiadvanyok/versenytukor/lapszamok/Versenytukor_2016_kulonszam_IV&inline=true
- Katsifis, D. (2022, június 7). *Servizio, competition on the merits, and Google Shopping*. The Platform Law Blog. <https://theplatformlaw.blog/2022/06/07/servizio-competition-on-the-merits-and-google-shopping/>
- Kerber, W., & Schweitzer, H. (2017). Interoperability in the Digital Economy. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2922515>

- Khan, L. M. (2017). Amazon's Antitrust Paradox. *The Yale Law Journal*, 126, 710–805. https://www.yalelawjournal.org/pdf/e.710.Khan.805_zuvfyeh.pdf
- Klein, T., Szabó, E. G., & Tóth, A. (2018). *Technológia jog – Robotjog – Cyberjog* (Digitális Kiadás). Wolters Kluwer Hungary.
- Kocziszky, G., & Kardkovács, K. (2020). *A compliance szerepe a közösségi értékek és érdekek védelmében*. Akadémiai Kiadó.
- Kocsis, M. (2019, november 11). *Megfelelőségi programok és szerepük a versenyjogi jogalkalmazásban*. <https://jogaszvilag.hu/szakma/megfelelosegi-programok-es-szerepuk-a-versenyjogi-jogalkalmazasban/>
- Kopint-Tárki. (2017). *Magyarország elhelyezkedése a globális érték- és termelési láncban*. <https://www.parlament.hu/documents/126660/1249496/Magyarország+elhelyezkedese+a+globalis+erteklancban.pdf>
- Kotorov, R. (2020). *Data-Driven Business Models for the Digital Economy: How Great Companies Run on Data*. Business Expert Press.
- Kovacic, W. E. (2020). Roads Not Taken: The Federal Trade Commission and Google. *Concurrentialiste*. <https://leconcurrentialiste.com/william-kovacic-ftc-google/>
- Lapsánszky, A. (2009). A közszolgáltatás fogalmának, tartalmának, tagolásának általános alapjai a hírközlési szolgáltatási rendszer mintáján keresztül. *Jog, állam, politika*, 3, 66–109. <https://dfk-online.sze.hu/images/J%c3%81P/2009/3/Laps%c3%a1nszky.pdf>
- Lapsánszky, A. (2016). *Közigazgatási jog II.* (Digitális kiadás). Wolters Kluwer. https://mersz.hu/hivatkozas/wk51_151_p5#wk51_151_p5
- Lee, K.-F. (2020). *AI Superpowers - China, Silicon Valley, and the new world order*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Lianos, I. (2018). Updating the EU Internal Market Concept. *Centre for Law, Economics and Society Research Paper Series*, 1. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3116384
- Lianos, I., & Carballa Smichowski, B. (2021). Economic Power and New Business Models in Competition Law and Economics: Ontology and New Metrics. *UCL Centre for Law, Economics and Society Research Paper Series*, 3. <https://doi.org/10.2139/SSRN.3818943>
- Lyytinen, K., Yoo, Y., & Boland, R. J. (2016). Digital product innovation within four classes of innovation networks. *Information Systems Journal*, 26(1), 47–75.
- Manne, G. A., & Wright, J. D. (2010). Innovation and the Limits of Antitrust. *Journal of Competition Law and Economics*, 6(1), 153–202. <https://doi.org/10.5040/9781472560056.CH-022>
- Mariniello, M. (2022). *Digital Economic Policy*. Oxford University Press.
- Mariniello, M., & Anderson, J. (2021). *Regulating big tech: the Digital Markets Act*.
- Mcchesney, F. S. (2010). Easterbrook on Errors. *Journal of Competition Law and Economics*, 6(1), 11–31. https://www.researchgate.net/publication/228248049_Easterbrook_on_Errors
- Menegus, G. (2019). “Uber test” Revised? Remarks on Opinion of AG Szpunar in Case Airbnb Ireland. *European Papers*, 4(2), 603–614. https://www.europeanpapers.eu/en/system/files/pdf_version/EP_EF_2019_I_016_Giacomo_Menegus_00311.pdf
- Moore, J. F. (2006). Business Ecosystems and the View from the Firm. *Antitrust Bulletin*, 51(1), 31–75. <https://doi.org/10.1177/0003603X0605100103>
- Murati, E. (2022). Airbnb and Uber: two sides of the same coin. *MediaLaws - Rivista di Diritto dei Media*, 2, 267–282. https://www.medialaws.eu/rivista_category/3-2020/

- Muzellec, L., Ronteau, S., & Lambkin. (2015). Two-sided Internet platforms: A business model lifecycle perspective. *Industrial Marketing Management*, 45(1), 139–150. <http://dx.doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.02.012>
- Nagy Csongor István. (2018). Nemzeti szuverenitás és regionális gazdasági integráció a 21. században. *Magyar Tudomány*, 3, 394–404. https://mersz.hu/hivatkozas/matud_f4512_p3/#matud_f4512_p3
- NHIT. (2016). *Fehér könyv a nemzeti adatpolitikáról*. https://www.magyary.hu/wp-content/uploads/2019/09/Adatpolitikai_feher_konyv_201608.pdf
- NMHH. (2014). *Az over-the-top tartalomszolgáltatások hatása a médiarendszerre - nyilvános konzultáció*. https://nmhh.hu/dokumentum/165093/nmhh_ott_hatasa_a_mediarendszerre_nyilvanos_konzultacio_2014.pdf
- NMHH. (2015). *Az over-the-top tartalomszolgáltatások hatása a médiarendszerre - A nyilvános konzultációra érkezett vélemények összefoglalója*. https://nmhh.hu/dokumentum/167077/OTT_nyilvanos_konzultacio_osszefoglalo_fin.pdf
- Nyeső, A. (2019). Felforgató innováció a pénzügyi piacokon – a FinTech és BigTech jelenség. *Versenytükör*, 2.
- OECD. (2021). *Data portability, interoperability and digital platform competition*. <https://www.oecd.org/daf/competition/data-portability-interoperability-and-digital-platform-competition-2021.pdf>
- Oh, D. S., Phillips, F., Park, S., & Lee, E. (2016). Innovation ecosystems: A critical examination. *Technovation*, 54, 1–6. <https://doi.org/10.1016/J.TECHNOVATION.2016.02.004>
- Osztovits, A. (2020). Osztovits András: Online bíróságok és az igazságszolgáltatáshoz való jog – esély vagy veszély? *Magyar Jog*, 11, 625–632. https://orac.hu/Osztovits_Andras_Online_birosagok_es_az_igazsagszolgalattashoz_valo_jog_esely_vagy_veszely
- Pálfi, D. (2022). Online vitarendezés – működő formák a piacon és az „államosítás” lehetséges útjai. In Z. Zódi (Szerk.), *Jogi technológiák - digitális jogalkalmazás* (o. 157–180). Ludovika Egyetemi Kiadó.
- Pápai, Z. (2011). Innováció, beruházás és a hírközlési szektor szabályozása. *Infokommunikáció és Jog*, 6(47), 222–230. <https://infojog.hu/papai-zoltan-innovacio-beruhazas-es-a-hirkozlesi-szektor-szabalyozasa-20116-47-222-230-o/>
- Papakonstantinou, V. (2022). States as platforms following the new EU regulations on online platforms. *European View*, 21(2), 214–222. <https://doi.org/10.1177/17816858221134748>
- Parker, G., Petropoulos, G., & Van Alstyne, M. W. (2020). Digital Platforms and Antitrust. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3608397>
- Peng, M. W. (2022). *Global Strategy* (5th Edition). Cengage.
- Peng, M. W., Sun, L. S., Pinkham, B., & Chen, H. (2009). The Institution-Based View as a Third Leg for a Strategy Tripod. *Academy of Management Perspectives*, 63–81. [https://personal.utdallas.edu/~mikepeng/documents/Peng09AMPSunPinkhamChen23\(4\)63-81.pdf](https://personal.utdallas.edu/~mikepeng/documents/Peng09AMPSunPinkhamChen23(4)63-81.pdf)
- Petit, N. (2021). The Proposed Digital Markets Act (DMA): A Legal and Policy Review. *SSRN Electronic Journal*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3843497>
- Poncibò, C., & Zoboli, L. (2022). The Methodology of Regulatory Sandboxes in the EU: A Preliminary Assessment from a Competition Law Perspective. *EU Law Working Papers*, 61.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.

- Priskin, B., & Hantos, I. (2019). A versenyjog kihívásai a digitális gazdaságban – Az Európai Bizottság tanácsadó testületének jelentése és a Furman-riport tükrében. *Versenytükör*, 2.
- Pünkösty, A. (2020, augusztus 4). *A Német Szövetségi Legfelsőbb Bíróság döntött: a Facebook visszaél a gazdasági erőfölényével*. ITKI Blog. <https://www.ludovika.hu/blogok/itkiblog/2020/08/04/a-nemet-szovetsegi-legfelsobb-birosag-dontott-a-facebook-visszael-a-gazdasagi-erofolenyevel/>
- Pünkösty, A. (2021). Versenyjogi megfontolások a technológiai óriások szabályozásával kapcsolatban - Az egyesült államokbeli és európai megoldási kísérletek összehasonlító elemzése. *In Medias Res*, 2, 251–272. <https://media-tudomany.hu/wp-content/uploads/2021/12/media-tudomany-magyar.hu-imr-2021-2-04.pdf>
- PwC. (2016). *Global Top 100 companies by market capitalization. (Update to 31 March 2016)*. <https://www.pwc.com/gr/en/publications/assets/global-top-100-companies-by-market-capitalisation.pdf>
- PwC. (2021a). *Four fault lines show a fracturing among global consumers. PwC's March 2021 Global Consumer Insights Pulse Survey*. <https://www.pwc.com/gx/en/consumer-markets/consumer-insights-survey/2021/gcis-2021.pdf>
- PwC. (2021b). *PwC's Survey on The Future of Consumer Markets*. <https://www.pwc.com/gx/en/consumer-markets/future-of-consumer-markets/future-of-consumer-markets-report-2021.pdf>
- PwC. (2023). *Global Top 100 companies by market capitalisation*. <https://www.pwc.com/gx/en/audit-services/publications/top100/pwc-global-top-100-companies-2023.pdf>
- Rodriguez de las Heras Ballell, T. (2017). The Legal Anatomy of Electronic Platforms: A Prior Study to Assess the Need of a Law of Platforms in the EU. *The Italian Law Journal*, 1, 149–176.
- SAIPA. (2018, augusztus). *Governance, Risk & Compliance*. https://www.saipa.co.za/wp-content/uploads/2018/09/GOVERNANCE-RISK-COMPLIANCE_010818.pdf
- Sandvine. (2022). *The Sandvine Global Internet Phenomena Report - January 2022*. https://www.sandvine.com/hubfs/Sandvine_Redesign_2019/Downloads/2022/flipbooks/Global%20Internet%20Phenomena%20Report%202022/global-internet-phenomena-report-2022.html
- Sass, M. (2021). Jobb ma egy veréb, mint holnap egy tüzök? - Alternatív növekedési utak keresése a visegrádi országokban. In M. Szanyi, Á. Szunomár, & Á. Török (Szerk.), *Trendek és töréspontok* (o. 10–59). Akadémiai Kiadó.
- Schnurr, D. (2022). *Switching and Interoperability Between Data Processing Services in the Proposed Data Act*. : Switching and Interoperability Between Data Processing Services in the Proposed Data Act
- Schumpeter, J. (1980). *A gazdasági fejlődés elmélete (Vizsgálódás a vállalati profitról, a tőkéről, a hitelről, a kamatról és a konjunktúraciklusról)*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum. https://law.unimelb.edu.au/_data/assets/pdf_file/0005/3385454/Schwab-The_Fourth_Industrial_Revolution_Klaus_S.pdf
- Schwartz, B. (2011). *The Paradox of Choice. Why more is less*. Harper Collins Publishers Inc.
- Snyder, F. (1987). New Directions in European Community Law. *Journal of Law and Society*, 14(1), 167–182.
- Stucke, M. E., & Ezrachi, A. (2016). When Competition Fails to Optimize Quality: A Look at Search Engines. *Yale Journal of Law & Technology*, 70(18), 70–107.

- https://openyls.law.yale.edu/bitstream/handle/20.500.13051/7806/Stucke_Maurice.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Szalavetz, A. (2021a). Digitális átalakulás és felzárkózás gyártó gazdaságokban - Magyarország példája. In M. Szanyi, Á. Szunomár, & Á. Török (Szerk.), *Trendek és töréspontok II.* (o. 89–99). Akadémiai Kiadó.
- Szalavetz, A. (2021b). Digitális vállalkozások Magyarországon - Egy növekedési alternatíva. In M. Szanyi, Á. Szunomár, & Á. Török (Szerk.), *Trendek és töréspontok II.* (o. 24–31). Akadémiai Kiadó.
- Szalavetz, A. (2022). Ki profitál a digitális átalakulásból? *Műhelytanulmányok*. http://real.mtak.hu/113326/1/MT139_202009_Szalavetz.pdf
- Szalay, G. (2020). *A digitalizációt érintő szabályozási tendenciák az Európai Unió pénzügyi szektorában* [Doktori értekezés, Pécsi Tudományegyetem]. <https://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/23642/szalay-gabor-phd-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Szanyi, M. (2021). Előszó - A Világ gazdasági Tudományos Tanács 2019/20-as működése és a megvitatott témák. In M. Szanyi, Á. Szunomár, & Á. Török (Szerk.), *Trendek és töréspontok II.* (o. 1–1). Akadémiai Kiadó.
- Széchenyi, I. (1981). *A Magyar Akadémia körül*. Magvető. <https://mek.oszk.hu/01000/01072/01072.htm>
- Szilágyi, P. (2012). A kétoldalú piacok versenyjogi megítélése a médiapiacokra tekintettel. In *Medias Res*, 1(1), 80–90. <https://ssrn.com/abstract=2203334>
- Szpunar, M. (2020). Reconciling new technologies with existing EU law – Online platforms as information society service providers. *Maastricht Journal of European and Comparative Law*, 27(4), 399–405.
- Tarun, R. W., & Tomczak, P. P. (2018). *The Foreign Corrupt Practices Act Handbook* (5th Edition). American Bar Association. <https://www.americanbar.org/content/dam/aba-cms-dotorg/products/inv/book/298568682/Chapter%20One.pdf>
- Tóth, A. (2008). *Az elektronikus hírközlés és média gazdasági szabályozásának alapjai és versenyjogi vonatkozásai*. HVG-Orac Kft.
- Tóth, A. (2016). Technológia és versenyjog. In A. Tóth (Szerk.), *Technológia jog - Új globális technológiák jogi kihívásai (Acta Caroliensia Conventorum Scientiarum Iuridico-Politicarum XV.)*. Károli Gáspár Református Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar. http://www.kre.hu/ajk/images/doc/Uj_technologia_jog_kotet.pdf
- Tóth, A. (2021a). A technológiai óriások piaci megregulálásának versenyjogi mozgatói és aspektusai különös tekintettel a Digital Markets Act javaslatra. *Versenytükör*, 17(1), 37–54. https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/gvh/kiadvanyok/versenytukor/lapszamok/Versenytukor_2021_1.pdf1&inline=true
- Tóth, A. (2021b). Fogyasztóvédelmi, adatvédelmi, médiajogi és versenyjogi eszközök együttes alkalmazása az online figyelempiacok kudarcainak kiküszöbölésére. In *Medias Res*, 2, 8–14. https://infojog.hu/wp-content/uploads/pdf/Infokomm_77_8-14o_TohtAndras.pdf
- Tóth, T. (2015). Verseny és demokrácia. *Versenytükör*, 11, 20–33. https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/gvh/kiadvanyok/versenytukor/lapszamok/Versenytukor_2015_kulonszam&inline=true
- Valentiny, P. (2020). Piaci és kormányzati kudarcok - Az iparpolitikai és a versenypolitikai beavatkozások változó kapcsolata. In P. Valentiny, C. I. Nagy, & Z. Berezvai (Szerk.), *Verseny és szabályozás 2019* (o. 116–145). KRTK Közgazdaság-tudományi Intézet. https://kti.krtk.hu/wp-content/uploads/2020/03/06_ValentinyP.pdf

- Valentiny, P. (2022). Mennyire innovatívak a Big Tech vállalatok? In P. Valentiny, F. L. Kiss, K. Antal-Pomázi, Z. Berezvai, & C. I. Nagy (Szerk.), *Verseny és szabályozás 2022* (o. 108–144). KRTK Közgazdaságtudományi Intézet. https://kti.krtk.hu/wp-content/uploads/2023/05/verseny2022_cimnegyed.pdf
- Valkokari, K. (2015). Business, Innovation, and Knowledge Ecosystems: How They Differ and How to Survive and Thrive within Them. *Technology Innovation Management Review*, 5(8), 17–24. https://timreview.ca/sites/default/files/article_PDF/Valkokari_TIMReview_August2015.pdf
- Vida, G. (2008). *Helyünk a bioszférában*. Typotex.
- Voszka, É. (2019). Iparpolitika határok nélkül. *Külgazdaság*, LXIII(1), 82–115. https://kulgazdasag.eu/api/uploads/4_voszka_3563925165.pdf
- Vukovich, G. (2015). Adatforradalom és hivatalos statisztika. *Statisztikai Szemle*, 93(8–9), 745–758.
- Williamson, B., & Bunting, M. (2018). *Reconciling Private Market Governance and Law: A Policy Primer for Digital Platforms*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3188937
- Wright. (2011). Defining and Measuring Search Bias: Some Preliminary Evidence. *ICLE*. <http://laweconcenter.org/images/articles/definingmeasuring.pdf>
- Wright, J. D., & Mungan, M. C. (2021). The Easterbrook Theorem: An Application to Digital Markets. *The Yale Law Journal Forum*, 622–646. https://www.yalelawjournal.org/pdf/WrightMunganEssay_jmu7y3wj.pdf
- Wu, T. (2003). Network Neutrality, Broadband Discrimination. *Journal of Telecommunications and High Technology Law*, 2, 141–180. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=388863
- Zódi, Z. (2022). A platform mint elméleti konstrukció és mint narratív keret – A platformfogalom kialakulásának történetei. In Z. Zódi & B. Török (Szerk.), *Az internetes platformok kora*. Zódi, Z. (2023). *Platformjog*. Ludovika Egyetemi Kiadó.
- Zuboff, S. (2015). Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. *Journal of Information Technology*, 2015(30), 75–89. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2594754
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism – A Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. Public Affairs.

SAJÁT PUBLIKÁCIÓK JEGYZÉKE

MEGJELENT PUBLIKÁCIÓK (MTMT publikációs lista elérhetősége:

<https://m2.mtmt.hu/gui2/?type=authors&mode=browse&sel=authors10080012>)

- Firniksz, J., Csömör, M., & Ruzsa, R. (2023). Ki fizeti a révészt? A konvergens hírközlési szolgáltatók az átalakuló szabályozási ökoszisztémában. In *Verseny és szabályozás 2022* (pp. 266–300).
- Firniksz, J. & Mezei, P. (2023). Hungary. In *Antitrust in Data Driven Markets & Legal Framework for Influencers, Native Advertising and Control over the Use of AI in Marketing* (pp. 171–198).
- Liber, A., Albert, L., & Firniksz, J. (2023). Hungary. In *Antitrust in Data Driven Markets & Legal Framework for Influencers, Native Advertising and Control over the Use of AI in Marketing* (pp. 443–457). http://doi.org/10.1007/978-3-031-07422-6_16
- Firniksz, J. (2022). GUN-JUMPING. *PÁZMÁNY LAW WORKING PAPERS*, 12(4), 1–52.
- Firniksz, J., Dömötörfy, B.T., & Mezei, P. (2022). Gateways to the Internet Ecosystem. *YEARBOOK OF ANTITRUST AND REGULATORY STUDIES*, 15(26), 131–156.
- Firniksz, J. (2021). Rangsorolás. In *Verseny és szabályozás 2021* (pp. 165–199).
- Dömötörfy, B., Firniksz, J., & Barnabás, S. K. (2020). Ostensible dichotomy? In *Competition and regulation 2020* (pp. 91–114).
- Dömötörfy, B., Kiss, B. S., & Firniksz, J. (2020). Látszólagos dichotómia? In *Verseny és Szabályozás 2019* (pp. 26–49).
- Firniksz, J., & Dávid, B. (2020). A versenyjog határterületei: a vevői erő régi és új szabályai. *MAGYAR JOG*, 67.(5.), 276–287.
- Firniksz, J., & Dömötörfy, B. (2019). Information Exchange Going Digital – Challenges to Hungarian Competition Law Enforcement. *YEARBOOK OF ANTITRUST AND REGULATORY STUDIES*, 2019 vol 12(19), 111–138.
- Firniksz, J., Kelemen, D., & Mezei, P. (2009). Információgyűjtés a hatóságok helyszíni vizsgálati cselekményei során. *MAGYAR JOG*, 56(4), 226–230.
- Balogh, V., Firniksz, J., & Grimm, K. (2007). A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv jogharmonizációjának egyes kérdései. In *Tisztességtelen verseny – fogyasztóvédelem* (pp. 321–401).
- Firniksz, J., Balogh, V., & Grimm, K. (2007). A tisztességtelen versenyt érintő jogharmonizációs folyamat a joggyakorlat tükrében. In *Tisztességtelen verseny – fogyasztóvédelem* (pp. 201–279).
- Firniksz, J. (2007). The Legal Framework of Unfair Market Practices in Hungary. In *Law Against Unfair Competition* (pp. 199–205).
- Firniksz, J., & Pálvolgyi, B. (2005a). Tudatos fogyasztók nélkül nincs hatékony verseny. *FOGYASZTÓVÉDELMI SZEMLE*, 2(2), 15–20.
- Firniksz, J., & Pálvolgyi, B. (2005b). Tudatos fogyasztók nélkül nincs hatékony verseny. *VERSENYTÜKÖR: A GAZDASÁGI VERSENYHIVATAL VERSENYKULTÚRA KÖZPONTJÁNAK LAPJA*, 1(2), 27–32.
- Firniksz, J. (1998). Közszolgáltatások az EK egységes verseny piacán. *KÜLGAZDASÁG*, 42(12), 24–41.

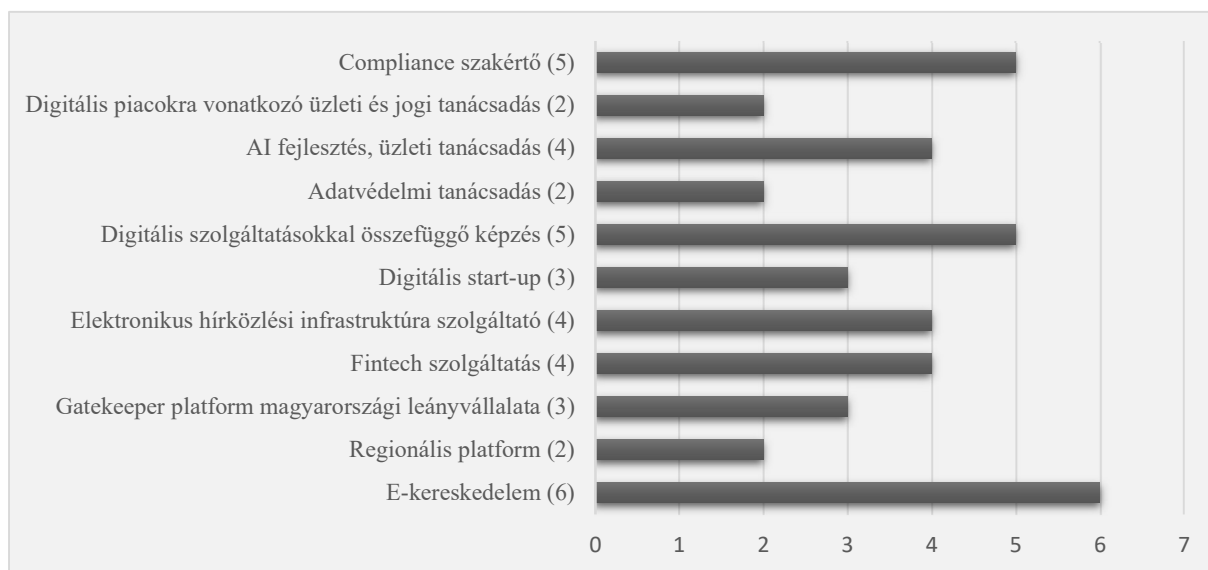
A KÉZIRAT LEZÁRÁSÁNAK IDŐPONTJÁBAN KÖZLÉSRE BEFOGADOTT PUBLIKÁCIÓK:

- Firniksz, J. (megjelenés alatt). Az interoperabilitásra vonatkozó elvárások a digitális piacok szabályozási kontextusában. *IN MEDIAS RES*, 2023(2).
- Firniksz, J. (megjelenés alatt) Empowering e-consumers – 2022: The year of Hungarian Consumer Law Going Digital? In *Conference book of University of Zagreb, 2nd Zagreb International Conference on the Law of Obligations*. Routledge, Taylor & Francis Group.

FÜGGELÉK: AZ ÉRTEKEZÉSHEZ ALKALMAZOTT KVALITATÍV MÓDSZERTAN

Az értekezés a(z annak 1.4 pontjában bemutatott) law in context módszertani megközelítésen belül sajátos vállalati nézőpontként azonosította be a digitális megfelelést. A piaci szereplők széles köre tekinthető digitális vállalkozásnak az értekezés által alkalmazott értelemben: e körbe sorolhatók mindazok a vállalkozások, amelyek a digitalizációt, innovatív technológiát az operatív hatékonyság növelésére használják, és / vagy fejlesztik, beépítik az az általuk nyújtott termékekbe, szolgáltatásokba. A nézőpont jelentőségét az adja, hogy a *digitális megfelelés*, azaz a digitalizációs és innovációs lépések jogszerű és (különösen a mesterséges intelligencia rendszerek működtetése terén) etikus megvalósítása ebben a kontextusban jelentős vállalati versenyképességi (firm competitiveness) kérdéssé vált.

A kutatás a kialakulóban lévő uniós digitális szabályozás tengelyeként a kutatás időszakában formálódó DMA-t tekintette, a digitális megfelelési problémák feltáró, empirikus jellegű eszközként szolgált az egyéni interjúk, illetve szakértői párbeszéd (így különösen tematikus workshopok, meet-upok), amelyek során negyven szakértővel került sor tételes adatfelvételre is. A függelék 1. diagramja a megkérdezett szakértők szakmai háttérét mutatja be. A megkérdezettek közül sajátos és témánk szempontjából rendkívül értékes részhalmazt képeznek a digitális szolgáltatásokkal összefüggő üzleti és szakmai képzésekben közreműködő szakemberek, akik látókörében a digitális szolgáltatásokkal összefüggő igények és kérdések (technológia, adatmanagement, piacralépés, üzleti modellek átalakulása, értékláncok változásai) integráltan jelennek meg.



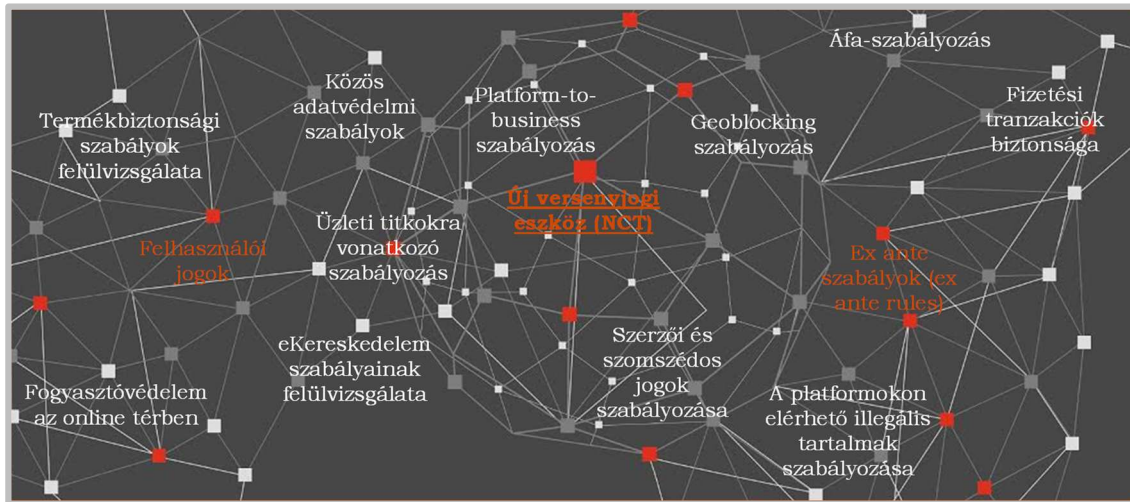
8. diagram

Az adatfelvétellel érintett negyven szakértő szakmai háttér szerinti bontásban

Forrás: saját szerkesztés

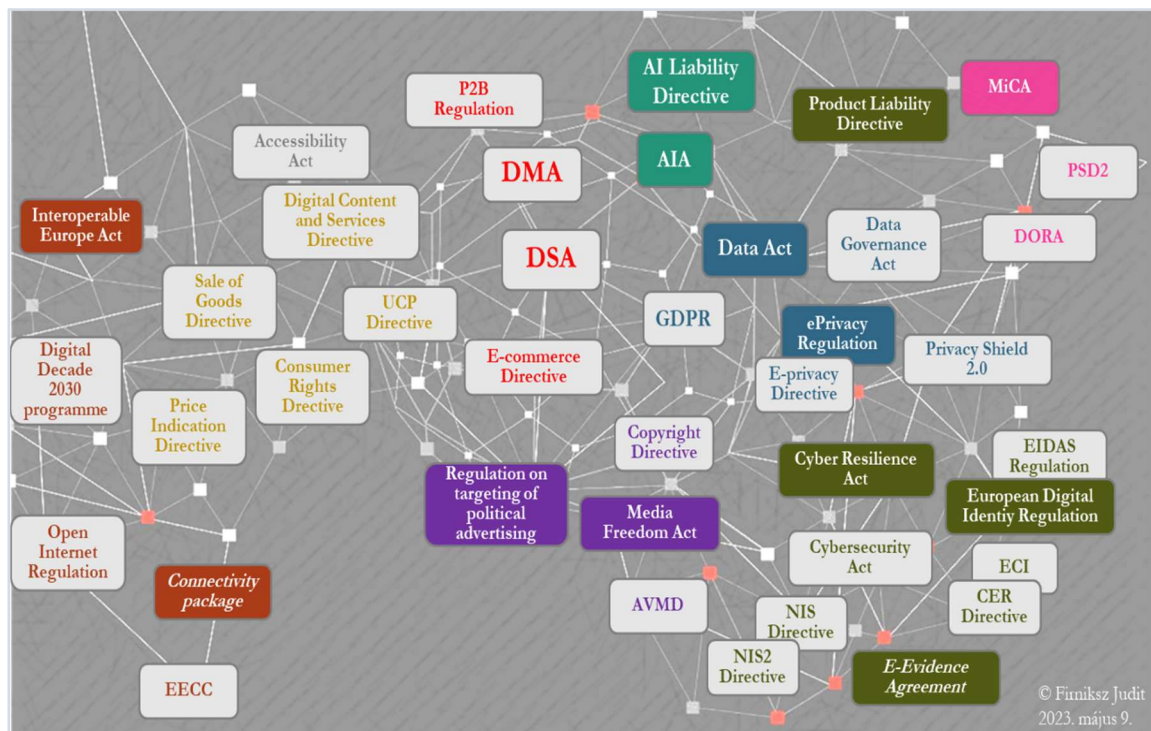
Tekintettel arra, hogy a kezdeti időszakban nem voltak széles körben ismertek a DMA, illetve a digitális piacokat érintő további uniós szabályozási kezdeményezések, ezért az interjúk részét képezte a DMA tartalmának (a mindenkor aktuális jogalkotási státusznak megfelelő) ismertetése, és kialakításra került egy ún. *szabályozási térkép*, amely a digitális gazdaságban legfontosabbnak érzékelt megfelelési kérdések beazonosítását követte. A függelék 1. ábrája a DMA-t érintő

jogalkotási kezdeményezés nyilvános konzultációjának közrebocsátását követően (2020 nyarán) készült.



1. ábra
A szabályozási térkép 2020 nyarán kialakított első változata
Forrás: saját szerkesztés

Az idő előrehaladtával, ahogy az uniós kezdeményezések száma és azok ismertsége növekedett, a piaci szereplők is folyamatosan bővítették a DMA szabályozási környezete szempontjából általuk relevánsnak tartott uniós jogalkotási elemeket és kezdeményezéseket. A 2. ábra az adatfelvételi időszak lezártakor, 2023. május 9-én irányadó képet foglalja össze.



2. ábra
A szabályozási térkép 2023. május 9. napján lezárt változata
Forrás: saját szerkesztés

A kvalitatív megközelítés sajátosságát tehát az adta, hogy az interjúk az adatfelvételi időszak során dinamikusan változó jogi háttérben zajlottak, ez az interjúk forgatókönyvének alább ismertetett 2. és 3. lépésénél dominánsan megjelent. Ezen túlmenően az érintett válaszadók jelentősen eltérő piaci helyzete, szakmai háttere nyomán feltett viszontkérdések vezettek az értekezés tematikai lehatárolásánál a végső szempont, a tulajdonképpeni *kutatási alapkérdés* meghatározására: a DMA-ból kiindulva *melyek azok a kérdések, amelyek a vállalati compliance szempontjából a hazai digitális vállalkozások számára (főként innovációs projektjeik kapcsán) a legjelentősebb problémaként merülnek fel.*

A piaci szereplőkkel lefolytatott adatfelvételi beszélgetések struktúrája az alábbi logikai lépésekből épült fel, és az interjúk eredményei az alábbi módon jelennek meg az értekezésben:

1. lépés: A compliance szerepének és hatókörének meghatározása. A válaszadók többsége azt a választ adta, hogy *a compliance szerepe és keretei a digitális vállalkozásoknál nem letisztult.* E kérdés vizsgálatára az értekezés 2. fejezete fókuszál.

2. lépés: A digitális ágazat uniós szabályozási tengelyét alkotó DMA-ból kiindulva *a piaci szereplő által a digitális gazdaságban legfontosabbnak érzékelt vállalati megfelelési területek beazonosítása és az ehhez kapcsolódó uniós joganyagok szabályozási térképen történő elhelyezése.* Az így kialakított szabályozási térkép az értekezés 4. ábrajaként került beépítésre.

3. lépés: A *DMA szabályozási rendszerének* bemutatása. Az ehhez használt és folyamatosan továbbfejlesztett ábrák és táblázatok beépítésre kerültek az értekezésbe annak 9. és 10. ábrajaként, illetve 2. és 3. táblázataként.

4. lépés: A *DMA-ból (mint külső jogi környezetből) származó kockázatok* legfontosabb forrásainak beazonosítása. A válaszadók itt két fő irányt jelöltek ki:

(i) Szinte egybehangzóan vetették fel, hogy a digitális megfelelési kérdések hatókörét (scope of compliance) érintő *alapfogalmak értelmezése nem világos* számukra, és ez akadályozza a DMA szabályozási megközelítésének elhelyezését a digitális gazdaság uniós szabályozási rendszerében. E kérdések vizsgálatát az értekezés 3. és 4. fejezete tűzte ki céljául.

(ii) A *digitális szabályozás területein átívelő megfelelési kérdések* problémája a válaszadók kétharmadánál került előtérbe, ennek kapcsán azt vetették fel, hogy számos olyan kérdéssel találkozunk, amely szinte behálózza a digitális szabályozási térképre felkerült szabályozási területeket. Ebben a tekintetben a *kapuőri kötelezettségek (mint megfelelési követelmények) közül* a többség a *rangsorolást,* illetve az *interoperabilitást* jelölte meg legrelevánsabb elemekként, melyeket az értekezés 5. fejezete tárgyal.

Összegezve tehát a kvalitatív módszer az értekezés kutatási kérdéseinek meghatározásában elsődleges szerepet játszott.