

**Dr. Dán Judit****A gazdasági erőfölénnyel való visszaélés tilalma****I. Áttekintés**

A versenytörvény<sup>1</sup> 21. §-a szerint tilos a vállalkozásoknak gazdasági erőfölényükkel visszaélni. Az EK-Szerződés<sup>2</sup> 82. cikke ugyanezt a tilalmat mondja ki azokra a piaci magatartásokra, amelyek hatással lehetnek a tagállamok közötti kereskedelemre. Akár a versenytörvény 21. §-át, akár az EK-Szerződés 82. cikkét alkalmazzuk, többlépcsős eljárásban az alábbi kérdésekre keresi a versenyhatóság a választ.

(1) Fontos előkérdés, hogy milyen piacon tevékenykedik a vizsgált vállalkozás.

(2) Ennek eldöntése után kérdés, hogy az érintett áru- és földrajzi piacon gazdasági erőfölényben van-e.

(3) Amennyiben megállapítható gazdasági erőfölényes helyzete, visszaélt-e azzal.

Az előző feltételeknek egyszerre kell teljesülniük, nem állapítható meg jogsértés, ha gazdasági erőfölényben van ugyan a vállalkozás, de azzal nem élt vissza, illetve ugyancsak nem, ha visszaélésszerű magatartást tanúsított, de nincsen erőfölényben. Ennek megfelelően ha az egyik feltétel teljesülése kizárt, nem célszerű a másik vizsgálatára erőforrást pazarolni. Így állhat elő az a helyzet, hogy adott esetben a versenyhatóság a gazdasági erőfölény meglétének nehéz bizonyításába egyáltalán nem bocsátkozik, ha a sérelmezett magatartásról megállapítható, hogy nem visszaélésszerű.

(4) A közösségi (európai uniós) jog alkalmazhatóságának feltétele az előzőeken kívül az is, hogy a magatartás a tagállamok közötti kereskedelemre hatással legyen, vagy meglegyen ennek lehetősége.

**II. Az érintett áru- és földrajzi piac meghatározása****1) Az érintett piac meghatározásának jelentősége**

A versenykorlátozás soha nem általában történik, hanem mindig meghatározott piacon érezteti a hatását. A versenyjogi sérelem létét és a versenykorlátozás piaci hatását csak e terület és áru (vagy szolgáltatás) pontos meghatározásával lehet megállapítani. Ilyenkor a versenyhatóság célja a vizsgált vállalkozással versenyben álló más vállalkozások azonosítása. A piac meghatározása lehetővé teszi többek között a piaci részesedések kiszámítását, amely hasznos információt ad a piaci erő tekintetében az erőfölény értékelésekor. (A piacmeghatározás nemcsak az erőfölény megállapítása szempontjából fontos, a versenyjogban szerepe van minden olyan esetben, amikor piaci részesedés számítására kerül sor. Így pl. a csekély jelentőségű versenykorlátozások megítélésénél, egyes ún. csoportmentességi rendeletek alkalmazásánál, vagy a vállalkozások közötti koncentrációk értékelésénél.)

---

<sup>1</sup> A tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.)

<sup>2</sup> Az EK-Sz az Európai Közösséget létrehozó Szerződés, eredeti elnevezése: Római Szerződés

## 2) Az érintett árupiac

A releváns árupiacot három aspektusból lehet lehatárolni: keresleti és kínálati oldalról, illetve az időtényező, mint harmadik szempont figyelembe vételével. Az érintett termékpiac mindazokat a termékeket és / vagy szolgáltatásokat magában foglalja, amelyeket a fogyasztó a jellemzőik (minőségük, fizikai, műszaki és egyéb tulajdonságaik), áruk és rendeltetésük (felhasználási céljuk, funkciójuk) alapján egymással felcserélhetőnek vagy helyettesíthetőnek tart. Ezek a tényezők a fogyasztók oldaláról vizsgálandók, ezért a keresleti helyettesíthetőség szempontjainak nevezzük őket. A kínálati helyettesíthetőség ezzel szemben nem a vevők, hanem az eladók szemszögéből közelíti meg a helyettesíthetőség kérdését: egy adott termelési struktúra, gépek, stb. lecserélésének, átváltásának a lehetőségére utal. Azt vizsgálja tehát, hogy a vállalkozás a meglévő eszközeit vagy infrastruktúráját használva könnyen átállna-e egy másik termék gyártására.

A versenyhatóságok egy-egy konkrét ügyben az árupiac meghatározásánál megvizsgálják a termék jellemzőit, minőségét, funkcióit; feltérképezik, hogy helyettesítésre van-e közelmúltbeli megtörtént eset; kikérik a versenytársak és a vevők véleményét; összegyűjtik és elemzik az adott piacról szóló meglévő tanulmányokat vagy szakértőt bíznak meg annak elkészítésével.

## 3) Az érintett földrajzi piac

A releváns földrajzi piac azt a területet foglalja magában, ahol az érintett vállalkozások termékek vagy szolgáltatások kínálásával foglalkoznak, ahol a versenyfeltételek elég homogének, és amely a szomszédos területektől megkülönböztethető, mert azokon a versenyfeltételek érzékelhetően eltérőek.

A versenyhatóságok a konkrét ügyekben a földrajzi piac lehatárolásához feltérképezik, hogy hol forgalmazza a vállalat az áruját; feltárják az árkülönbségeket, megvizsgálják a vásárlói szokásokat, azt, hogy léteznek-e keresleti sajátosságok (pl. márkahűség vagy a hazai termék preferenciája); a más térségben működő vállalatok átcsoportosítását akadályozzák-e különböző tényezők (pl. szállítási költségek, forgalmazási rendszer kiépítésének költségei, csomagolási előírások, árszabályozás, stb.); kereskedelmi statisztikákat vizsgálnak; megnézik, hogy volt-e példa a közelmúltban a megrendelések átcsoportosítására.

## III. Gazdasági erőfölény

### 1) Definíció

Gazdasági erőfölénynek nevezzük egy vállalkozás által élvezett olyan gazdasági helyzetet, amelynél fogva az érintett piacon a hatékony verseny fenntartását megakadályozhatja a vállalkozás azáltal, hogy versenytársaitól, vásárlóitól és a fogyasztóktól érezhető mértékben függetlenül viselkedhet.<sup>3</sup> Ez nem jelenti azt, hogy a vállalkozás egyedül határozza meg a piaci eseményeket, elegendő, ha jelentős mértékben befolyásolni tudja a versenykörülményeket.

---

<sup>3</sup> Tpvt. 22. § (1) bekezdés

## 2) Szemponatok az erőfölény mérlegelésénél

A versenyhatóságok annak eldöntése érdekében, hogy a vizsgált vállalkozás gazdasági erőfölényben van-e az érintett piacon, főként az alábbi szempontok alapján mérlegel: a) a vállalkozás és versenytársainak piaci részesedése, b) egyéb piaci jellemzők, mint pl. piacra lépési akadályok vagy a piacról történő kilépés nehézségei; illetve c) a vállalkozás pénzügyi és szellemi forrásai.

## 3) A közös erőfölény

A gazdasági erőfölénnyel való visszaélést nem csak egy, hanem több vállalkozás együttesen is megvalósíthatja. Közös erőfölényben van két vagy több vállalkozás, ha azok együttesen olyan piaci helyzetet élveznek, amely alapján vevőiktől és / vagy versenytársaiktól nagymértékben függetlenül alakíthatják piaci magatartásukat. Az együttes erőfölény megállapításának előfeltétele, hogy az adott piacon egységesen viselkedő vállalkozások egyébként egymástól függetlenek legyenek.

## IV. Visszaélés a gazdasági erőfölénnyel

### 1) *A visszaélés jelentése*

A visszaélés olyan jogszerűtlen magatartás, ami által valaki egy egyébként őt megillető jogot, üzleti lehetőséget, versenyeszközt úgy használ fel, hogy az a köz vagy a fogyasztók számára káros következményekkel jár. A visszaéléstípusokat példálózó jelleggel sorolják fel a vonatkozó jogszabályhelyek. A magatartás visszaélő jellegét mindig esetről esetre dönti el a jogalkalmazó. Az általános mérce ehhez az, hogy egy erőfölényben lévő vállalkozásnak különleges felelőssége van azért, hogy a jelenlétéből fakadóan eltorzult piaci viszonyok tovább ne torzulhassanak. Ugyanakkor hangsúlyozni kell, hogy veszteség viselésére még a különleges helyzete folytán sem kényszeríthető egy erőfölényes vállalkozás.

### 2) *A korlátozó / kizorító és a kizsákmányoló jellegű visszaélések*

Az erőfölénnyel való visszaélés típusai, hatásuk alapján, két csoportra oszthatóak: korlátozó vagy kizorító és kizsákmányoló jellegű visszaélésekre. A korlátozó vagy kizorító típusú visszaélés esetén – amikor is a versenyjog nem a vállalkozást védi, hanem magát a versenyt a korlátozás vagy kizorítás révén megvalósuló versenytorzulástól – az erőfölénnyel rendelkező vállalkozás a magatartást tanúsíthatja a kereskedelmi lánc vele egy szintjén lévő versenytársával szemben, illetve a kereskedelmi láncban vele nem egy szinten álló szereplővel szemben. Előbbi esetben horizontális, míg az utóbbi esetben vertikális kizorításról vagy korlátozásról van szó. Vertikális kizorítás (korlátozás) jellemzően abban az esetben valósulhat meg, amikor az erőfölényben lévő vállalkozás vertikálisan integrált, azaz jelen van a kereskedelmi vertikum mindkét érintett szintjén (upstream és downstream), így például a nagykereskedelmi és kiskereskedelmi szinten. A következő pontban tárgyalandó felfaló árazás, a hűségkedvezmények és az árukapcsolás mellett a szolgáltatás megtagadása is a tipikus kizorító (korlátozó) jellegű visszaélések közé tartozik.

### 3) Egyes visszaélés típusok

A gyakorlat az alábbi, a valóságban jellemzően egymással keveredő elkövetési magatartásokat különbözteti meg.

#### a) Az árképzéshez kötődő visszaélések

Az árképzéshez kötődő visszaélések az alábbi áruk alkalmazása: a *túlzottan magas ár*; a *felfaló vagy ragadozó ár*; illetve a *diszkriminatív árazás*. A három elkövetési mód egymással összefonódhat, pl. a diszkrimináció (megkülönböztetés) megnyilvánulhat túlzottan magas áruk szabásában is. A diszkrimináció ugyanakkor a túlzottnál alacsonyabb árképzésben is jelentkezhet. A túlzott ár és a felfaló ár egymásnak ellenpólusai. Míg az előbbi rövid távon irreálisan magas profitot hoz az azt alkalmazó vállalkozásnak, és a fogyasztót károsítja meg; addig a ragadozó árazás elkövetési magatartásának első fázisában a fogyasztó „jól jár”, mert egy bizonyos pontig egyre alacsonyabb áron jut a termékhez. Ugyanakkor, ezalatt a piac egészséges struktúrája szenved meg a visszaélést azáltal, hogy az árat még a termelési és egyéb költségek összességénél is alacsonyabban állapítja meg a vállalkozás, a versenytársak nem tudnak lépést tartani ezekkel az alacsony árakkal és előbb-utóbb tönkremennek. A felfaló árazás egy idő után ezért kellemetlenül érinti a fogyasztókat is, hiszen ha az alulárazó cég egyedül marad végül a piacon, akkor a továbbiakban minden kontroll nélkül megemelheti árait annak érdekében, hogy az első fázisban elszenvedett veszteségeit kompenzálja.

#### b) A megrendelő lekötésének módszerei (piaclezárás)

Az erőfölényben lévő vállalat számára tilos a fogyasztók más, versenytárs vállalatoktól való elcsábítása. A fogyasztó lekötésének módszerei között három elkövetési formát említünk: a *kizárólagos ellátási, forgalmazási jog kikötését*, a *hűségkedvezményt* és a *célkedvezményt*.

A *hűségkedvezmény* szerint a vevő (tipikusan viszonteladó) olcsóbban juthat a termékhez, ha ígértet tesz arra, hogy bizonyos időszakokra eső beszerzéseinek jelentős hányadát a domináns pozícióban lévő vállalkozástól szerzi be. Ha a vevő a megállapodás ellenére a megállapodott mennyiségen felül más beszerzési forrásokat használ, akkor az egész időszakra elveszíti a kedvezményt.

A *célkedvezmény* esetében is arról van szó, hogy árengedmény jár egy meghatározott időre meghatározott mennyiség rendelése fejében a hűségkedvezményhez képest azzal a különbséggel, hogy ez a mennyiség nem a vásárló beszerzéseinek %-ában van meghatározva, hanem konkrét mennyiségként rögzítik. A *tisztán mennyiségi kedvezmény* nem kifogásolható versenyjogilag.

A fenti visszaélések jellemzően az erőfölényt élvező vállalkozás és a kereskedők relációjában fordulnak elő; a fogyasztókra kifejezetten pozitív hatásuk is lehet, ha a vevők az árengedményeket vagy azok egy részét hajlandók továbbadni a forgalmazási lánc alacsonyabb szintjére is.

#### c) Árukapcsolás

Árukapcsolásról akkor beszélünk, ha bizonyos terméket csak más termékkel együtt tud a fogyasztó megvásárolni, vagyis ha egy kiadás szükségszerűen maga után von egy másik olyan

kiadást, amit nem állt szándékában eszközölni. A versenypolitika azért minősíti tilosnak ezeket a magatartásokat, mert ezáltal az egyik piacon erőfölényes helyzetben levő cég a másik piacra is kiterjesztheti és érvényesítheti erőfölényét.

Jellemzően ahhoz az áruhoz, amit a vevő valóban meg akart vásárolni, többé-kevésbe valamilyen módon kapcsolódó árut raknak egybe az eladók. (Pl. mosógéphez mosóport, mosóporhoz öblítőt, stb.) Az árukapcsolás lényege ugyanis az, hogy a fogyasztó sehogyan nem jut hozzá egy termékhez, csak akkor, ha egy másik terméket is megvásárol. Nem feltétlenül tilos viszont az a gyakorlat, ha a cég összecsomagol két termékét és a kettőt együtt olcsóbban adja, mintha a fogyasztó azokat külön-külön venné meg akkor, ha valóban van módja az adott árucikkeket egyenként is megvásárolni, mindaddig, amíg az összekapcsolást a méretgazdaságosság igazolja.

#### d) Szerződés kötés, szállítás, szolgáltatás nyújtásának megtagadása

A gazdasági erőfölényben lévő vállalkozás jogsértést valósít meg, ha objektív indokokon túlmenő okból nem köt szerződést a kereskedővel vagy fogyasztóval. Annak eldöntésénél, hogy versenyjogilag indokolható-e a szerződés kötéstől, szállítástól, szolgáltatás nyújtásától való tartózkodás, több szempontot is mérlegelnie kell a versenyhatóságnak, ezek: (1) a felek korábbi kapcsolata (egy többéves viszony indokolatlan megszakítása visszaélésre utalhat); (2) a visszautasított ajánlat jellege (nem kért-e a megrendelő lehetetlent); illetve (3) a visszautasítás következményei (ha a visszautasítás eredményeként kiesik egy versenytárs, akkor a verseny struktúrájának gyengülése miatt valószínűsíthető a negatív megítélés).

Az amerikai gyökerű ún. „nélkülözhetetlen eszközök tana”<sup>4</sup> lényegében a szállítás, a szerződés kötés megtagadásának egy sajátos esetét járja körül. Alapvető (nélkülözhetetlen) eszköznek az minősül, ami nélkül egy bizonyos piaci tevékenység, szolgáltatás nem végezhető és amelynek megkettőzése gazdaságilag nem ésszerű. Leggyakrabban a hálózatos iparágakhoz (kábeltelevízió, energia), természeti monopóliumokhoz (kikötő) és a szellemi tulajdonhoz kötődik. Lényege, hogy egy alapvető eszköz, infrastruktúra (pl. vasúti sínek, gáz- vagy villanyvezeték rendszer, kábelhálózat, légikikötő, szerzői jog, stb.) tulajdonosa bizonyos esetekben köteles hozzáférést biztosítani ehhez az alapvető eszközhöz versenytársai számára arányos díjazás ellenében.

---

<sup>4</sup> Essential facilities doctrine