

## Középtávú digitális fogyasztóvédelmi stratégia

### 1. Stratégiai eszköztár

1. A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) célszerűnek látja, hogy a hatékonyabb fellépés, illetve működés érdekében ciklikus, középtávú – stratégiai jellegű, de operatív megfontolásokat is tartalmazó – irányelveket bocsásson ki, amelyek illeszkednek a GVH középtávú intézményi stratégiájába is, ekként annak egyes alapelveire (így például tudatos és koherens fellépés, célzott vizsgálatok, transzparens és kiszámítható működés, hatásos külső kommunikáció) is figyelemmel vannak.
2. Az alábbi összefoglaló anyagot a GVH az elmúlt időszak tapasztalatai és egyes piaci, illetve nemzetközi jogalkalmazói tendenciák figyelembe vételével dolgozta ki.
3. A jelen stratégia célja az egyes versenyhivatali fellépések, beavatkozások szükségességének és indokoltságának (lehetőségének) a feltárása, valamint ezek céljainak és eszközeinek meghatározása.
4. Annak érdekében, hogy a közérdek védelme hatékonyan megvalósuljon, a GVH tapasztalatai alapján többféle célú és különböző erőforrásigényű fellépés lehet indokolt.
5. A fellépések alapvetően versenyfelügyeleti eljárások (akár egyszerre több, azonos témájú versenyfelügyeleti eljárás indítása), azonban a célok elérésének eredményességét egyéb tevékenységek is erősíthetik. Így indokoltak lehetnek eljáráson kívüli – aktív, beavatkozó jellegű – fellépések (így különösen versenypártolás, tudatosságot növelő tájékoztatások, soft law típusú közlemények, iránymutatások) és/vagy eljárásokat követő fellépések (pl. büntető feljelentés, cégbíróság, közbeszerzési hatóság vagy adóhatóság felé történő jelzések, peres eljárások, amicus curiae közreműködések), ideértve akár az egyes versenyfelügyeleti eljárásokhoz kapcsolódó komplex, akár a piaci tendenciákat követő sajtókommunikációt is.
6. A GVH álláspontja szerint (i) a jogsértéseket/sérelmeket megelőző tevékenységek (pl. edukáció, megfelelési törekvések ösztönzése, versenypártolás) számos esetben ugyanolyan hatékonyak lehetnek, mint (ii) a jogsértéseket/sérelmeket feltáró (pl. piackutatás, piacelemzés, ágazati vizsgálat, külföldi tapasztalatok, trendek, tendenciák figyelése, sweep-ek), megállapító/szankcionáló (pl. versenyfelügyeleti eljárásban jogsértés megállapítása, bírság kiszabása, figyelmeztetés alkalmazása megfelelési programmal) és (iii) a reparáló (kötelezettségvállalás elfogadása versenyfelügyeleti eljárásban) fellépések.
7. Kiemelendő továbbá, hogy azon túl, hogy ezek az eljárások tartalmi (technológiai) naprakészséget igényelnek, mind a vizsgálatok során, mind a versenyfelügyeleti eljárások lezárását követő fellépésekben szükséges figyelemmel lenni arra, hogy a digitális piacokkal kapcsolatban eltérő és újszerű kommunikációs csatornák és módszerek használatára van szükség. Egyebek mellett a közösségi média eszközei a hatósági kommunikációban is teret kell, hogy kapjanak, emellett a GVH-nak is érthetően, az érintettek számára is könnyen befogadható módon kell kommunikálnia. A GVH kommunikációja során lehetőség szerint igénybe veszi a LinkedIn és Facebook oldalát is.

## 2. A digitális piac jelentősége

8. A GVH álláspontja szerint az önálló digitális piaci stratégia létjogosultságát alapvetően az érintett piacok dinamikája, a kereslet és kínálat speciális jellemzői, de különösen a fogyasztói ügyleti döntések különleges, más piacoktól némileg eltérő volta indokolja.

9. Az egyenlőtlen versenyjogi jogviszonyban a fogyasztók kiszolgáltatottak, e jogviszonyt a gazdasági erő aszimmetriája jellemzi, ahol a fogyasztó érdekérvényesítési képessége alacsonyabb, a vállalkozások pedig általában magasabb szintű szakmai, illetve jogi ismeretekkel rendelkeznek.

10. Forradalmi változást hozhat a kereskedelmi gyakorlatok világában is a mesterséges intelligencia (*artificial intelligence, deep learning*) és az algoritmusok terjedése, hiszen az ezidáig emberek által meghozott fogyasztói döntéseket is részben átvehetik. A versenyhatóságoknak is érdemes minél előbb felkészülni a platform alapú digitális gazdaságra, hiszen itt a döntési gyorsaság az egyik legkritikusabb tényező. A digitális világban az algoritmusok dönthetnek arról, hogy a vállalkozások mely termékeket és milyen árakat ajánlanak a fogyasztónak, vagy arról, hogy az önműködő autók hogyan viselkednek. A GVH üdvözli azokat az előnyöket, amelyeket a digitalizáció a fogyasztók számára nyújt, ideértve a szélesebb termékválasztékot, az alacsonyabb árakat, a kényelmesebb megoldásokat, a fogyasztói élmény javulását, és a vállalkozások egyre növekvő ösztönzését az online kereskedelem hatékonyságára.

11. Fogyasztói szemszögből a digitalizáció lényege abban ragadható meg, hogy még több lehetőséget teremt a személyre szabott és egyedi vásárlás-élményre, amely különösen vonzó a fogyasztók számára. Mindazonáltal a GVH úgy látja, hogy biztosítania kell, hogy a vállalkozások ne használják fel például az algoritmusokat vagy a mesterséges intelligencia egyéb formáit a fogyasztók kárára, s a digitális eszköztudással nem rendelkező fogyasztók ne maradjanak le az információbeli különbség következtében. Ugyanakkor fontosnak látja azt is, hogy a vállalkozások képesek legyenek az innovációra és a továbbiakban is eleget tegyenek a jogszabályi követelményeknek. Jogalkalmazói oldalról tisztában kell lenni azzal, hogy az internet gazdasági környezete, az üzleti modellek és a fogyasztói szokások nyilvánvalóan különböznek a hagyományos piacoktól.

12. Kiemelendő, hogy az OECD Digital Economy Outlook 2017 adatai szerint Magyarországon a fogyasztók 57%-a szerint aggályos az online tevékenységek regisztrálása és nyilvántartása a testreszabott hirdetések érdekében. Összehasonlításként ez az arány az EU28 országok tekintetében 61%, míg Németországban 82%.<sup>1</sup>

13. A GVH álláspontja, hogy több mint két évtizedes joggyakorlata a digitális piacokon is érvényesítendő: a fogyasztó választási szabadsága, az ügyleti döntés tisztasága az érintett áruk jellegétől függetlenül biztosítandó, azonban kétségtelen, hogy egyes piacok és kommunikációs platformok új kihívások elé állítják a jogalkalmazókat. Ezen kihívásokra és újdonságokra a GVH úgy reagál, hogy a fogyasztóvédelmi stratégiáját strukturálisan is a már felmerült és a potenciális

---

<sup>1</sup> <http://www.oecd.org/internet/ieconomy/oecd-digital-economy-outlook-2017-9789264276284-en.htm>  
(letöltés ideje: 2018.05.08.)

fogyasztói sérelmek minél hatékonyabb – gyorsabb, célorientáltabb, fókuszáltabb – kezelésére igazítja.

14. Áttekintve az európai versenyhatóságok illetve a fogyasztóvédelmi hatáskörrel is rendelkező hatóságok interneten, nyilvános forrásból elérhető eljárási prioritásait<sup>2</sup>, a közelmúltban indított és/vagy lefolytatott eljárásait<sup>3</sup> illetve piacelemzési tanulmányait<sup>4</sup> és a hatóságok vezetőinek nyilatkozatait az az egyértelmű következtetés vonható le, hogy az online és digitális piacok felé fordul a hatóságok figyelme.

### **3. Versenyfelügyeleti eljárások a digitális piacokat érintően**

15. A GVH a jelen stratégia 1. pontjában megjelölt eszközei köréből a versenyfelügyeleti eljárásoknak és a jogsértéseket feltáró tevékenységeknek arra figyelemmel tulajdonít különös jelentőséget a digitális területen, hogy itt a látens, illetve a fogyasztók számára nem szembetűnő sérelmek aránya valószínűsíthetően igen magas. Ezen a területen ugyanis éles információs aszimmetria figyelhető meg, különös tekintettel magára az információs zajra, a technológiai fejlődés dinamikájára, az igénybe vett szolgáltatások gyorsaságára, összetettségére is, amely jellemzők a sérelem fogyasztó általi beazonosítását is megnehezítik.

16. A versenyfelügyeleti fogyasztóvédelem területén is többféle versenyfelügyeleti eljárás képzelhető el, illetve lehet indokolt, figyelemmel a vizsgálat tárgyára és a védendő fogyasztói érdekekre, az elérendő célokra, a fellépés időszerűségének a kérdéseire. A jelen pont célja, hogy felvázolja a GVH koncepcionális versenyfelügyeleti elképzeléseit a fogyasztóvédelmi területen, így különösen az online- és digitális termékek és szolgáltatások piacain.

#### **3.1. Alapvetően megfelelést ösztönző célú eljárások**

17. Ebbe a körbe a digitális térben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokat vizsgáló olyan versenyfelügyeleti eljárások tartoznak, amelyek egy-egy aktuális éves témát fognak át: (párhuzamosan), alapvetően együttműködésre és/vagy iránymutatás meghatározására irányuló versenyfelügyeleti eljárások ezek, amelyek ennél fogva nem szankcionálásra, hanem a piaci gyakorlat gyors és átfogó módosítására fókuszálnak.

18. A jelen stratégiával érintett területek a következők:

**3.1.1. Véleményvezérek.** A GVH 2017. év végén kötelezettségvállalással zárta három jelentős hazai influencer magatartása tárgyában folytatott vizsgálatát mivel úgy ítélte

---

<sup>2</sup> Vö.: <https://www.acm.nl/en/publications/acms-key-priorities-2018-and-2019-digital-economy-green-energy-prescription-drug-prices-and-ports> (letöltés ideje: 2018.04.19.); [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/701139/AnnualPlan-201819.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/701139/AnnualPlan-201819.pdf) (letöltés ideje: 2018.04.19.)

<sup>3</sup> <http://www.agcm.it/en/newsroom/press-releases/2455-misleading-information-for-collection-and-use-of-data.-investigation-launched-against-facebook.html> (letöltés ideje: 2018.05.10.), vagy az Európai Bizottság Google Shopping ügye (39740), vagy Android ügye (40099).

<sup>4</sup> [https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2018/01\\_02\\_2018\\_SU\\_Online\\_Werbung.html](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2018/01_02_2018_SU_Online_Werbung.html) (letöltés ideje: 2018.05.02.)

meg, hogy – bár számos versenyfelügyeleti eljárás lenne indítható különböző piaci szereplőkkel szemben – ezen eljárásoknál hatékonyabban védhető a közérdek egy, valamennyi piaci szereplőnek iránymutatást nyújtó kötelezettségvállalással. Ezzel a céllal dolgozta ki a GVH ezen eljárások tapasztalatai és a nemzetközi ajánlások alapján az útmutatóját is, amely irányt mutat abban, hogyan kell megjelölni a fizetett tartalmakat a közösségi médiában.

- 3.1.2. **Wi-Fi-asszisztens szolgáltatás.** A GVH 2018 áprilisában jogsértőnek ítélte, hogy egy vállalkozás nem nyújtott tájékoztatást a fogyasztóknak az ún. Wi-Fi-asszisztens szolgáltatás egyes, lényeges jellemzőiről. A Wi-Fi-asszisztens funkció működésének eredményeképpen gyenge Wi-Fi-nél automatikussá vált a készülékek csatlakozása a mobilinternet-hálózatra, ami a mobil-adatforgalom növekedésének, és többletköltségek megjelenésének lehetőségét vetette fel. A GVH megállapította, hogy a vállalkozás tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, mert nem hívta fel hangsúlyosan a fogyasztók figyelmét a Wi-Fi-asszisztens automatikus aktiválódására az üzembe helyezéskor vagy a frissítési folyamat során annak ellenére, hogy ennek nem lett volna terjedelmi akadálya, figyelemmel a platform tulajdonságaira is.
- 3.1.3. **Szálláshelyek online piacteré.** A GVH 2016 októberében indított eljárást egy szálláshelyek online piacterét üzemeltető vállalkozással szemben, mert feltételezhetőnek találta, hogy díjakkal, költségekkel kapcsolatos tájékoztatásai megtévesztik a fogyasztókat. A versenyfelügyeleti eljárás kötelezettségvállalással történő lezárására az érintett vállalkozások önkéntes vállalásai alapján nyílt lehetőség. A GVH több körben kérte az eljárás során a vállalkozás által ajánlott kötelezettségvállalás pontosítását és kiegészítését, míg azt végül alkalmasnak találta arra, hogy a társaság magatartását összhangba hozza a jogszabályi előírásokkal, így szolgálva a közérdeket.
- 3.1.4. **Hamis véleménynyilvánítások.** A GVH 2017-ben eljárást indított annak vizsgálatára, hogy egy hivatalos Facebook oldal kedvelői és követői számának hirtelen és jelentős mértékű növekedéséhez mely okok vezethettek (például ellenszolgáltatás fejében jutottak-e ezen új kedvelésekhez és követésekhez) és ez jelentheti-e az üzletfelek, illetve a fogyasztók döntésének tisztességtelen befolyásolását.

A GVH figyelme a nem valódi kedveléseket és fogyasztói tetszésnyilvánításokat alkalmazó gazdasági szereplők magatartására is kiterjed.

- 3.1.5. **Online társkereső szolgáltatások.** A GVH a 2018 elején lefolytatott ún. ICPEN Sweep-et követően már jelezte, hogy nagyobb hangsúlyt kíván fektetni az online társkereső weboldalak kereskedelmi gyakorlatainak vizsgálatára. Így az online társkereső szolgáltatást nyújtó oldalakkal, applikációkkal kapcsolatosan azonosított problémák versenyfelügyeleti eljárás alapját képezik.

### **3.2. Globális szereplőkkel kapcsolatos fellépések**

19. A digitális piacokon számos esetben a hazai piacot meghaladja az érintett fogyasztói kör, a kereskedelmi gyakorlatok nemzetközi jellegűek, a piaci szereplők globálisak. Ezeknek a tényeknek több következménye is van a GVH eljárásaira: a tendenciák és a piaci fejlemények figyelése mellett elkerülhetetlen, hogy egyes (különösen más tagállami és európai bizottsági) megoldásokat, eredményeket és/vagy követelményeket is figyelembe vegyen a GVH a versenyfelügyeleti eljárásai során.

20. A gazdasági verseny érdemi érintettsége és így a GVH hatásköre a globális platformok egy jelentős része esetében egyértelműen fennáll, és ugyan a versenyfelügyeleti eljárás a GVH hatáskörének megfelelően csak a Magyarországon nyújtott szolgáltatás vizsgálatára terjed ki, az irányelvi szinten harmonizált európai fogyasztóvédelmi szabályozásra és az érintett vállalkozások globális jelenlétére tekintettel a kereskedelmi gyakorlat egyik tagállambeli korrekciója hatással lehet a vállalat általános – európai vagy akár globális szinten – tanúsított gyakorlatára is. Sőt, az ilyen jellegű konzisztenciára törekvés és önkéntes megfelelés – az egyes országokbeli speciális körülményekkel esetlegesen indokolható eltérésekkel – el is várható a tisztességes piaci magatartás irányába elkötelezett piaci szereplőktől.

21. A globalizált világban a nagyvállalatoknak hatalmas lépéselőnyük van a fogyasztókkal szemben, ezért a fogyasztóvédelmi hatáskörrel (is) rendelkező hatóságoknak kiemelt feladatuk, hogy kiegyenlítsék az esélyeket.

22. A GVH törekszik arra, hogy fellépései, gyakorlatai, beavatkozásai, üzenetei összhangban álljanak a digitális gazdaság által életre hívott új üzleti modellek és kereskedelmi gyakorlatok gyors ütemű fejlődésével. A digitális revolúció folyamatosan változtatja a piacok és a vállalkozások működését: az e-kereskedelemben a digitális átalakulásra képes vállalkozások rövid időn belül kiemelkedő haszonra tehetnek szert. Erre figyelemmel az ilyen típusú eljárások témaköre előre nem meghatározható.

23. A GVH az antitröszt ügyek vitele mellett rendelkezik fogyasztóvédelmi hatáskörrel is, így a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatoktól a fogyasztókat védő hatáskör mintegy kiegészíti a fogyasztók védelme érdekében is folytatott versenyellenes magatartások elleni fellépéseket. Mindkettő lehetővé teszi a pozitív változásokat olyan piacokon, ahol a fogyasztókat kár éri, illetve azt, hogy valamely piaci jelenségre egyik vagy másik, esetleg párhuzamosan mindkét irányból reagálhasson a GVH. Ez egyben azt is jelenti, hogy nagyobb a valószínűsége annak, hogy magatartásbeli változásokra ösztönözheti a GVH a vállalkozásokat.

### **3.3. Prioritásokra épülő versenyfelügyeleti eljárások**

24. A versenyfelügyeleti fogyasztóvédelmet alakító prioritások meghatározásakor még hangsúlyosabbá válhat a hatékony és gyors reagálás lehetőségének megteremtése a digitális termékek és szolgáltatások piacain felmerülő tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok észlelése esetén. A korai beavatkozás és az eljárások gyorsabb lefolytatása további fogyasztói sérelmek kialakulásának, valamint a tisztességtelen gyakorlatok piaci elterjedésének megelőzése érdekében ezeken a piacokon kiemelten fontos lehet.

25. A fentiek jelentik azt is, hogy – éppen az egyes piaci jelzésekkel érintett termékek és szolgáltatások technológiai fejlődésének gyorsasága, a folyamatos innováció, az ebből is fakadó információs aszimmetria és nem utolsósorban a magas információs zaj miatt – e gyakorlatok GVH látókörébe kerülése esetén azok vizsgálata – akár a vizsgálói humán erőforrás feladatainak újrászervezése révén – elsőbbséget élvez.

26. A digitális gazdaságot érintő tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok feltárása körében a GVH részese és szükség esetén kezdeményezője lesz adott kereskedelmi gyakorlatokkal kapcsolatos nemzetközi fellépéseknek, verseny-és fogyasztóvédelmi hatóságok közös akcióinak. Az ezeket érintő hazai piaci jelzéseket a GVH szintén a prioritások között kezeli.

27. Mivel a GVH korlátozott erőforrásokkal rendelkezik, ezért arra törekszik, hogy azokat olyan területekre összpontosítsa, amelyeken a leghatékonyabb módon érhet el eredményeket a fogyasztóvédelem terén. Törekszik tehát arra, hogy az újszerű kérdéseket, problémákat és vizsgálati irányokat felvető, aktuális kihívásokra, piaci tendenciákra reagáló, várhatóan beavatkozást, illetve összetettebb szankciókat igénylő, erőforrás-intenzív és hosszadalmasabb eljárásokra erőforrásokat tudjon csoportosítani oly módon, hogy évente legalább egy ilyen típusú versenyfelügyeleti eljárást indítson.

#### **3.4. Elemzésekre reflektáló versenyfelügyeleti eljárások**

28. A GVH számára a versenyfelügyeleti eljárások mellett egyéb eszközök használata, így piacelemzések lefolytatásának lehetősége is rendelkezésre áll a versenytörvényben meghatározott feladatai hatékonyabb és eredményesebb ellátása érdekében, azaz hogy minél hatásosabban választhassa meg a későbbi fellépése irányát, jellegét.

29. A GVH észlelte a digitális összehasonlító eszközök egyre nagyobb számú és egyre kiterjedtebb megjelenését. A GVH annak feltárása érdekében, hogy melyek az aktuális piaci folyamatok, jellemzők, valamint ezeknek melyek a fogyasztókra gyakorolt hatásai piacelemzést tervez a digitális összehasonlító eszközök tárgyában.

30. Az összehasonlító eszközök használata általában segítheti a fogyasztók hatékonyabb, informáltabb döntéshozatalát, a transzparenciát, és így a piaci versenyt is. Előbbiekre tekintettel lényeges az is, hogy a használatuk során a fogyasztó megfelelő tájékoztatáshoz jusson, így például az összehasonlított termékjellemzők valóságosak legyenek, a fogyasztó tudja, hogy a rangsorolást mely szempontok alapján végzik, stb. Mindazonáltal a fogyasztók egyre több és egyre változatosabb jellegű, és digitálisan elérhető összehasonlító eszközzel találkozhatnak, úgy árösszehasonlító weboldallal, mint összehasonlítást lehetővé tevő programokkal, illetve alkalmazásokkal. Ezen eszközök jellege pedig eltérő lehet egyéb szempontokból is, azaz összehasonlíthatják széles körben kiskereskedelmi forgalomban lévő termékeknek az árait, jellemzőit vagy specifikus termékekét, mint például a biztosítások, valamint az is változó lehet, hogy az összehasonlítást lehetővé tevő vállalkozás maga is piaci szereplő-e az adott árupiacon vagy terméke maga az összehasonlítási szolgáltatás-e.



### 3.5. „Szuperpanaszokra” épülő versenyfelügyeleti eljárások

31. Bár a piaci jelzések forrása között a GVH nem tesz különbséget, bizonyos panaszok erőteljesebb súlyú és gyorsabb beavatkozást igénylő piaci problémát jelezhetnek. Amennyiben egy piaci jelzés – nagyobb számú fogyasztói panaszt összefogva vagy egy lehetséges fogyasztói sérelmet érdemben bemutatva, de nem áttételként, hanem a problémát és a megoldást a GVH-nak címezve – egy másik hatóságtól, egy fogyasztóvédelemmel foglalkozó civil szervezettől vagy más, szakmai intézménytől érkezik, akkor az feltehetően koncentráltabb beavatkozást tesz lehetővé, hiszen ezek az ún. szuperpanaszok úgy érkeznek a GVH-ba, hogy egy szakmai vagy érdekképviselési szűrőn már átestek.

32. Figyelemmel arra, hogy egyes, előzőek szerinti jelzések valamilyen számszerűsíthető fogyasztói kárt is valószínűsíthetnek, a szuperpanaszok miatt indult eljárások esetlegesen akár eredményes közérdekű keresetet is megalapozhatnak.

## 4. Együtműködések

33. A GVH álláspontja szerint a hatékony fellépések esetenként szélesebb körű, hazai és más európai hatóságok közötti együtműködést is igényelnek.

### 4.1. Hazai együtműködések

34. Az érintett területen különösen az adatvédelmi hatósággal és a fogyasztóvédelemért felelős szervekkel (Innovációs és Technológiai Minisztérium, kormányhivatalok, MNB) való együtműködés emelhető ki: a beérkező piaci jelzések figyelembe vételétől a közös fellépéseken át (pl. sweep, közös kommunikáció) a szakmai jellegű operatív egyeztetésekig.

### 4.2. Nemzetközi együtműködések

35. A digitális termékekkel és szolgáltatásokkal együttjártó kihívások európai uniós fogyasztóvédelmi- és versenyhatóságok által történő megfelelő kezelése érdekében fontos a hatóságok tudásának és eszközeinek naprakészen, korszerűen tartása, mint elvárás mellett az a tény, hogy az EU fogyasztóvédelmi- és versenyhatóságai alapvetően azonos szabályokat alkalmazva működnek. Ezen együtműködésnek a kerete az ún. CPC Hálózat (Consumer Protection Cooperation Network). E hálózat tagjai egymás informálásán, adott esetben eljárás lefolytatására felkérésén túl ún. közös akciók (joint action) keretében törekszenek arra, hogy a több tagállamban is előforduló problémákra hasonló válaszokat adjanak. A GVH a CPC Hálózat aktív tagjaként kíván továbbra is részt venni annak munkájában.

36. A fentiekén túl a GVH munkáját is érinteni fogja az Európai Bizottság által 2018 áprilisában bejelentett ún. „New Deal for Consumers” programja, melynek alapvető célja a fogyasztói jogok erősítése, a digitális piacok átláthatóságának biztosítása, különösen pedig arányosabb, hatékonyabb és nagyobb visszatartó erővel bíró pénzügyi bírságok meghatározása a fogyasztói jogok széleskörű megsértése esetén, valamint a fogyasztók rendelkezésére álló szerződéses és

szerződésen kívüli, egyéni jogorvoslati lehetőségek elérhetővé tétele, amelyeket a határokon átnyúló tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal szemben vehetnek igénybe.

A fentiek mellett a GVH elkötelezett a 2020. január 17-től alkalmazandó - a CPC Hálózat tagjai közötti együttműködést szabályozó és megreformáló - ún. új CPC Rendelet minél hatékonyabb alkalmazása iránt.

## 5. HR kihívások

36. A digitális gazdaság a versenyhatóságokat humánerőforrás vonalon is kihívások elé állítja. „A Big Data vonatkozásában egy tradicionális hatáskörrel és jogkörrel rendelkező, valamint hagyományos szakértőkkel felszerelt versenyhatóság már nem tudja hatékonyan ellátni a versenyfelügyeleti feladatokat. Szükség van megfelelő tapasztalattal rendelkező IT-szakemberekre, pszichológusokra, adatközzgazdászokra és adatjogászokra. Amennyiben egy hatóságnak erre korlátozott pénzügyi és HR keret áll rendelkezésére, érdemes megfontolni bizonyos részfeladatok kiszervezését. Ilyen részfeladat lehet a piackutatás-adatfelvétel, a fogyasztói viselkedés adatfelvételen alapuló primer elemzése, piacmeghatározás, valamint az előbbiek piacralépési korlátokat formáló hatásainak első körös elemzése.<sup>5</sup>”

Budapest, 2018. szeptember

---

<sup>5</sup> Belényesi Pál: Big data és a fogyasztók befolyásolása – az elmúlt két év nemzetközi kutatásainak összefoglalása, Tanulmány a Gazdasági Versenyhivatal számára (Brussels Consulting Kft.), Szerz.szám: AL/588/2017.