

Hirdetmény

„Digitális piacok – Az adatvagyon keletkezése és szerepe az online kereskedelemben”

tárgyú piacelemzés megindításáról

A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 43/C. §-a szerinti piacelemzést indít.

1. Aktualitás

A koronavírus járvány és az elrendelt védelmi intézkedések, főként a kijárási korlátozások jelentős mértékben növelték az online kereskedelem penetrációját. Az otthon kényelméből és biztonságából történő vásárlást és a házhozszállítást sok esetben olyanok is kipróbálták, akik addig még sosem. Különböző országokban végzett tudományos kutatások eredményei¹ is megerősítik ezt, illetve rámutatnak arra, hogy ez a változás hosszú távon is átalakíthatja a fogyasztók üzletpreferenciáit, megnövelheti az online kereskedelem szerepét – még ha nem is feltétlenül a 2020 tavaszán tapasztalt mértékben.

E hirtelen és nagyarányú változás következtében felértékelődik az online kiskereskedelem szerepe, ezért a GVH célul tűzte ki azt, hogy az online kereskedelem aktuális működéséről, az ahhoz kapcsolódó fogyasztói magatartásról megfelelő képet alkosson. Ennek érdekében a GVH piacelemzés keretében vizsgálja meg az online kiskereskedelemhez szorosan kapcsolódó – versenyjogi szempontból aktuális – alábbi két kérdéskört.

Egyrészt, hogy az online kereskedők milyen adatokat gyűjtenek a fogyasztókról, ezeket hogyan és milyen célokra használják fel, mindezzel pedig mennyire van tisztában a fogyasztó és mit gondol róla.

Másrészt pedig, hogy egy, már piacon lévő kereskedő számára a rendelkezésre álló adatok milyen versenyelőnyt jelentenek. Az adatok hiánya egy új belépőt mennyire gátolhat a sikeres belépésben, mennyire jelentős belépési korlátot képeznek a nagyobb, stabil online jelenléttel rendelkező piaci szereplők által felhalmozott adatok, és ezek hogyan viszonyulnak más belépési korlátokhoz (pl. megfelelő választék készleten tartásának szükségessége, logisztikai háttér kialakítása, márkanév felépítése) – elsősorban a hazai kis- és középvállalati szektor számára. Ennek keretében a GVH szintén vizsgálni tervezi, hogy az online platformok és

¹ **DANNENBERG, P.–FUCHS, M.–RIEDLER, T.–WIEDEMANN, C. (2020):** Digital Transition by COVID-19 Pandemic? The German Food Online Retail. *Journal of Economic and Social Geography*, Vol. 111, No. 3, p. 543–560.; **HALL, M. C.–PRAYAG, G.–FIEGER, P.–DYASON, D. (2020):** Beyond panic buying: consumption displacement and COVID-19. *Journal of Service Management*, Vol. ahead-of-print, No. ahead-of-print, p. ahead-of-print.; **MARTIN-NEUNINGER, R.–RUBY, M. B. (2020):** What Does Food Retailers Research Tell Us About the Implications of Coronavirus (COVID-19) for Grocery Purchasing Habits? *Frontiers in Psychology*, Vol. 11, No. 1448, p. 1–4.; **PANTANO, E.–PIZZI, G.–SCARPI, D.–DENNIS, C. (2020):** Competing during a pandemic? Retailers' ups and downs during the COVID-19 outbreak. *Journal of Business Research*, Vol. 116, p. 209–213.

szolgáltatások milyen szerepet játszanak az új belépők és a már piacon lévő kereskedők gyakorlatában. A Versenyhatóság fontosnak tartja az online kereskedelem működésének és az ehhez kapcsolódó fogyasztói magatartásnak a mélyebb megértését, azért is, hogy megfelelő hatósági válaszokat tudjon adni a feladatkörébe tartozó kihívásokra.

A fentiekén túl a GVH szempontjából figyelemre méltóak azok a hazai és európai uniós törekvések is, amelyek – többek között – a digitalizáció gazdasági kihívásaival, az online kereskedelemmel összefüggő kérdésekre próbálnak reagálni.

2. A piacelemzés tárgya

A piacelemzést az Antitröszt Iroda, a Fogyasztóvédelmi Iroda és a Versenyközgazdasági és Piackutatási Iroda közösen folytatja le.

Az igen szerteágazó digitális piacokon belül jól körülhatárolható témakörök és termékkategóriák képezik a piacelemzés tárgyát, így a piacelemzés eredményei kézzel foghatók, szabályozási és versenypolitikai szempontból releváns javaslatok megfogalmazására alkalmasak lesznek.

A piacelemzés központi témaköre annak feltárása és megismerése, hogy az online kiskereskedelem területén aktív jelentősebb szereplők

- milyen adatokat és hogyan gyűjtenek a fogyasztókról,
- hogyan viszonyulnak a fogyasztók az általuk végzett adatgyűjtéshez, mennyire érvényesül az ún. privacy paradoxon,
- pontosan mire használják fel ezeket az adatokat és erről a fogyasztók mit tudnak,
- ténylegesen milyen mértékű versenyelőnyt jelenthet a felhalmozott adattömeg az egyes piacokon, és
- mennyiben gátolhatja az inkumbensek által birtokolt és célzottan felhasznált adattömeg új szereplők belépését a digitális piacokra?

A piacelemzés során a GVH két különböző nézőpontból (antitröszt és fogyasztóvédelem) közelíti meg a GVH az online kiskereskedelemhez kapcsolódó egyes kérdéseket.

A piacelemzés során a GVH nem általánosságban vizsgálja az online kiskereskedelmet, hanem három termékkategóriára szűkíti le az elemzést. A termékkategóriák kiválasztásakor a GVH figyelembe vette többek között a fogyasztói költsékből való részesedést, az elmúlt években tapasztalt növekedést, az online értékesítés nagyságát és ennek a koronavírus járvány első hullámában való bővülését. Olyan termékkategóriák kerültek kiválasztásra, amelyeket eltérő fogyasztói döntési folyamatok és involváltság jellemeznek. Mindezek alapján a piacelemzés a műszaki cikkek, az élelmiszerek és a ruházati cikkek termékkategóriáiban aktív online kiskereskedőkre terjed ki.

3. A piacelemzés során tervezett lépések, gyakorlati szempontok

A piacelemzés során a GVH az online kereskedelem egyes szektoraiban jelenlévő jelentősebb piaci szereplők részére kérdőíveket tervez kiküldeni, továbbá egy, a fogyasztói

magatartáskutatásra, valamint egy, a hazai kkv szereplők digitális jelenlétét befolyásoló körülmények feltárására irányuló piackutatást tervez igénybe venni.

A piacelemzési tanulmány összeállítását követően a GVH lehetőséget kíván biztosítani a piaci szereplőknek a témához kapcsolódó konzultációkra, igény esetén szakmai workshopokra.

4. Tervezett ütemezés

Feladat	Határidő
Piacelemzés megindítása	2020. december közepe
Piaci szereplőktől adatkérések	2020. december 15- 2021. január 31.
Ajánlatkérések a piackutatásokra	2021. február 1–25.
Piackutatásokra tett ajánlatok feldolgozása, értékelése, a legjobb ajánlattevő értesítése; szerződések megkötése	2021. március 5-10.
Tanulmánytervezet	2021 ősze

5. Piacelemzés jogszabályi háttere

A Tptv. 43/C. § rendelkezései értelmében a GVH törvényben meghatározott feladatai hatékonyabb és eredményesebb ellátása érdekében piacelemzést végezhet, amelynek keretében nyilvános információk, valamint önkéntes válaszadáson alapuló adatgyűjtés útján felméri és elemzi az egyes piacok működését, a piaci folyamatokat és a piaci trendek alakulását, illetve egyes piaci gyakorlatokat, továbbá ezeknek a versenyre és az üzletfelekre, így különösen a végső üzletfelekre gyakorolt hatásait.

A GVH honlapján nyilvánosságra hozza a piacelemzés megindításának tényét és azt, hogy a piacelemzés mely piacokra, illetve mely piaci gyakorlatokra vonatkozik, milyen kérdésekre terjed ki, továbbá a piacelemzés tervezett ütemezését.

A piacelemzés eredményeként a GVH a vizsgált kérdéseket, a piacelemzés során feltárt tényeket és megállapításokat, az esetlegesen szükségesnek mutatkozó további intézkedéseket, valamint az alkalmazott módszertant bemutató tanulmányt készít, amelyet honlapján közzétesz.

A Tptv. 43/F. § értelmében, ha a piacelemzés eredménye alapján olyan piaci zavar áll fenn, ami versenyfelügyeleti eljárás révén nem vagy nem teljes körűen orvosolható, a GVH a) erről tájékoztatja az Országgyűlés feladatkörrel rendelkező bizottságát, a feladat- és hatáskörrel rendelkező minisztert vagy hatóságot, b) ajánlást adhat ki, c) szükség esetén jogszabály megalkotását vagy módosítását kezdeményezheti.