

"Versenyjog Magyarországon és az EU-ban"

Illés Eszter Natália

Téma:

9. Két/többoldalú piacok versenypolitikai megközelítésének sajátosságai (közgazdasági elméletek, illetve esetek feldolgozásával)

Cím:

A végződtetési díjak szabályozásának hatása a mobilpiacra

2011.09.27.

Tartalomjegyzék

BEVEZETÉS	2
1. A SZABÁLYOZÓI RENDSZER	3
2. A JELEN PIACI HELYZET	9
3. ÉRVEK ÉS ELLENÉRVEK	13
4. A KÉTOLDALÚ PIACOK ELMÉLETE („TWO-SIDED MARKETS THEORY”)	18
ÖSSZEFOGLALÁS	25
IRODALOMJEGYZÉK	26
FÜGGELÉK	28

Bevezetés

A pályamunkám témája a végződtetési díjak szabályozásának hatása a mobilpiacra. A téma az aktualitása miatt keltette fel az érdeklődésemet, mivel az Európai Bizottság nemrég léptette életbe a szabályozást, melynek hatását most szükséges felülvizsgálni. Mindezek mellett az általam választott, a dolgozatban szereplő közgazdasági modell, a kétoldalú piacok elmélete, is rendkívül frissnek mondható. Ugyanis érdemben a 2000-es évek elején kezdtek el foglalkozni ezzel a modellel (lásd pl. Rochet-Tirole, 2003; Armstrong, 2006).

A dolgozatban először a mobilpiac szabályozói rendszerét mutatom be, beleértve a szabályozás szolgáltatókra gyakorolt hatását, majd végigveszem a két oldal (szabályozó hatóság, mobilszolgáltatók) a végződtetési díjak csökkentésére vonatkozó érveit és ellenérveit. Majd az egyik, a szolgáltatók mellett szóló érv alátámasztásához ismertetem a kétoldalú piacok modelljét.

Dolgozatom célja egy aktuális probléma bemutatása, mely mind a mai napig vitákat szül a szabályozók és a szolgáltatók között. A fő kérdés nem a szabályozás szükségessége, hanem hogy valóban ez a megfelelő módja-e a szabályozásnak. Illetve az, hogy a szabályozás mellett/helyett, van-e további, elérhető megoldás a szabályozó céljának elérésére, a fogyasztók, illetve a kisebb szolgáltatók helyzetének javítására.

Össességében azt gondolom, hogy mindkét félnek vannak jó érvei és ellenérvei is a végződtetési díjak leszállításával kapcsolatban. Dolgozatom ezeket foglalja össze.

1. A szabályozói rendszer

A 90-es évek közepétől kezdve az európai országok megszüntették a mobilpiacok szabályozását kiskereskedelmi és nagykereskedelmi szinten egyaránt. Először fordult elő az európai távközlés történetében, hogy a verseny miatt elhagyható volt a szabályozás. Az egységes GSM szabványnak¹ és a hívó fél fizet elvnek (CPP-„Calling Party Pays”) köszönhetően nagyon gyors ütemben fejlődött a piac, egyre nőtt az előfizetők száma, így az erős verseny és a gyorsan fejlődő piac is indokoltta tette, hogy a szabályozó szervek ne nyúljanak bele a piac működésébe.

1998-ban létrehozták az uniós keretszabályozást a vezetékes távbeszélő piac liberalizációja érdekében (EU tanácsa, 1994). Bár a szabályozás fókuszában a vezetékes piac állt, mégis előkerültek a mobilpiac szabályozására vonatkozó elemek. Ez azért volt különös, mert a kiskereskedelmi szinten tapasztalható ilyen erős verseny és ilyen gyorsan fejlődő piac esetében a szabályozók nem szoktak beavatkozni. A szabályozás célja egyértelműen a magasnak ítélt fix-mobil végződtetési díjak és ezen keresztül a hívás díjak csökkentése volt.

A végződtetésnek a lényege, hogy a szolgáltatók összekössék a hívó és a hívott felet akkor is, ha azok más hálózathoz tartoznak (Ofcom, 2006). Így az a szolgáltató, akitől indul a hívás, végződtetési díjat kell, hogy fizessen annak a szolgáltatónak, ahol a hívás végződik. A vezetékesről mobilra történő hívásvégződtetés akár nyolcszor-harmincszor olyan drága volt, mint az ellenkező irányba. A szabályozás ezért irányult a fix-mobil végződtetési díjakra. Azonban a szabályozás igen komoly hatással volt a mobilszolgáltatókra is, mivel korábban jelentős bevételük származott az összekapcsolási díjakból. Ráadásul ez az EU-s szabályozási rendszer kissé merevnek mondható, mert minden olyan szolgáltatóra vonatkozott, aki jelentős piaci erővel (JPE-vel) rendelkezett. A JPE meghatározása pedig egyetlen mérőszámhoz volt kötve, a piacon elért piaci részesedéshez. JPE kijelölést kapott az a szolgáltató, akinek piaci részesedése elérte a 25 %-ot és így rá automatikusan vonatkoztak a jogszabályban megfogalmazott kötelezettségek (EU tanácsa, 1994).

A JPE-vel rendelkező szolgáltatók kötelesek voltak költségalapon meghatározni a fix-mobil végződtetési díjakat. Általában a hatóság a LRIC alapú költség-meghatározási módszert

¹ A GSM rendszer olyan nemzetközi szabvány, amit azért hoztak létre, hogy Európában kiépítsenek egy egységes, ezáltal egymás közt kompatibilis telekommunikációs rendszert a 900 megahertzes frekvenciasávon.

követelte meg. A LRIC („*forward looking long run incremental cost*”) egy olyan költségmodell, ahol a végződtetési díjak úgy határozódnak meg, hogy fedezzék az összekapcsolással kapcsolatos, előretekintő, hosszú távú inkrementális költségeket. Még pedig „úgy, hogy ezen felül a díjbevétel járuljon hozzá a közös hálózati költségek fedezéséhez, illetve az árbevétel biztosítsa a beruházások normál megtérülését, a kockázatok figyelembevételével” (BCE, 2006, 33. old.).

Az EU keretszabályozását a 2001 végén hatályba lépett Hírközlési Törvényen (Hkt.) és a kapcsolódó végrehajtási rendeleteken keresztül sikerült nálunk is meghonosítani (Országgyűlés, 2001). A mobilpiac vizsgálatokor először a Westel 900 (T-Mobile), 1 évvel később a Pannon GSM (Telenor) esetében állapított meg a hatóság 25%-nál magasabb részesedést a piacon, míg a piac kisebb szereplőjére, a Vodafone-ra csak 2 évvel később vezette be a szabályozást (1. táblázat).

1. táblázat

A magyar végződtetési díjak (MTR) változása*									
Ft (nettó)	2002	2003	2004	2005	2007	2008	2009	2010	2010
			01.dec	25.máj	01.jan	01.jan	01.jan	01.jan	01.dec
Magyar Telekom Nyrt.	38	33,37	31	27,17	23,17	19,75	16,84	14,13	11,86
Pannon GSM Zrt.	38	36,15	32,85	29,44	24,44	20,29	16,84	14,13	11,86
Vodafone Mo. Zrt.	38	38,84	39,05	32,61	26,16	20,99	16,84	14,13	11,86
Átlag magyar MTR				29,29	24,34	20,24	16,84	14,13	11,86
Árak euro-centben (nettó, 275-ös árfolyamon)									
Átlag magyar MTR				10,65	8,85	7,36	6,12	5,14	4,31
Árcsökkenés (%)									
Magyar Telekom				14,70%	14,80%	14,70%	16,10%	16,10%	16,10%
Pannon GSM Zrt.				17,00%	17,00%	17,00%	16,10%	16,10%	16,10%
Vodafone Mo. Zrt.				19,80%	19,80%	19,80%	16,10%	16,10%	16,10%
Átlagos MTR csökkenés				16,90%	16,90%	16,80%	16,10%	16,10%	16,10%
* a szürke mezők jelzik a szabályozás nélküli állapotot									

Forrás: (Magyar Telekom, 2009)

Mivel a szabályozás eleinte nem minden szolgáltatóra vonatkozott, így aszimmetriát alakított ki a szereplők között. A nem szabályozott szereplők előnyt kovácsolhattak abból, hogy magasabb végződtetési díjakat érvényesíthettek (és így magasabb bevételeket érthettek el) a

vezetékes telefonokról indított hívások után. Ráadásul a szabályozás felborította a mobilszolgáltatók egymás közt egyébként szimmetrikus viszonyait is.

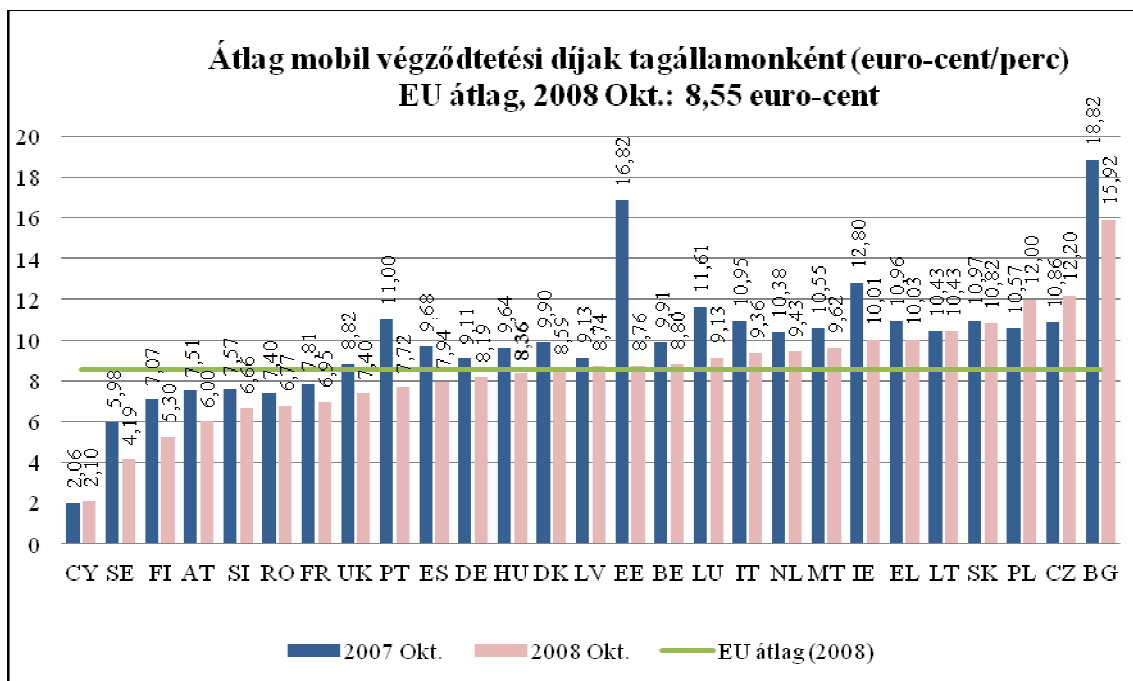
Természetesen elképzelhető, hogy az indokoltnál (amit a verseny tisztasága indokoltta tenne) esetleg magasabb végződtetési díjakat határoztak meg az egyes mobilszolgáltatók, ez azonban a piacon belül legalábbis szimmetrikus volt (vö. 1. táblázat 2002-es oszlopa). Feltételezhető viszont, hogy a szabályozó hatóság részéről ez egy tudatos döntés következménye volt. Hiszen a szabályozók gondolkozhatnak úgy, hogy az erősödő verseny a fogyasztók érdekeit szolgálja, így ha a „feltörekvő” szolgáltatót rövidtávon, „mesterségesen” előnyösebb helyzetbe hozzák, akkor a fogyasztói többletet – és esetleg a társadalmi jólétet – növelik hosszú távon.

Az 1998-as keretszabályozás hatályba lépését követően pár évvel, az EU már megkezdte az új szabályozási keretrendszer kialakításának előkészületeit. A 2000-ben elkezdett keretrendszer végleges formáját 2002-ben érte el, amelyet az összes tagállamra nézve kötelező érvényűvé tettek.

„A mobil végződtetési díjak tekintetében az új szabályozás alapvetően elérte a kitűzött célt: elsősorban a piacdefiníciónak köszönhetően, amelynek értelmében minden szolgáltató hálózat önálló piacot alkot a végződtetés tekintetében, minden mobil szolgáltató 100%-os részesedéssel és jelentős piaci erővel bír és ezért szabályozott a végződtetési piacon” (BCE, 2006, 13. old.).

Ennek köszönhetően jelentősen csökkentek az egyes tagállamok végződtetési díjai közti különbségek, amellettt hogy a díjak szintje is folyamatosan csökken.

1. ábra

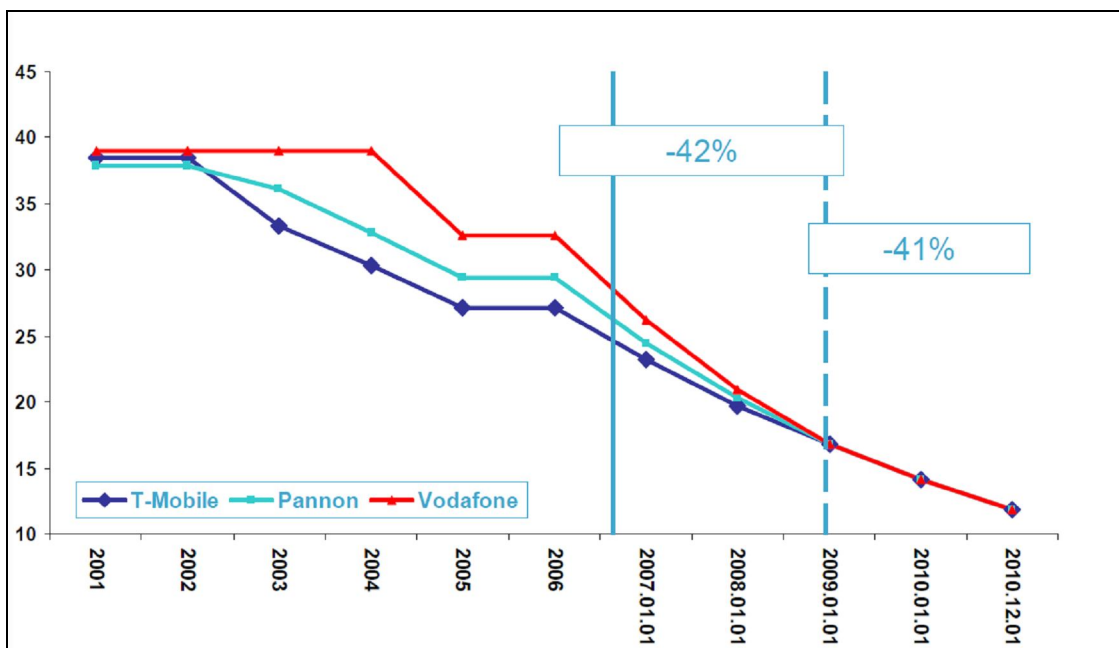


Forrás: (Európai Bizottság, 2008)

A fenti ábrán (1. ábra) megfigyelhető, hogy 2007-ről 2008-ra hogyan csökkentek az egyes tagállamokban a végződési díjak, illetve az is látható, hogy a magyarországi díj (8,36 euro-cent) már 2008-ban az EU átlag (8,55 euro-cent) alatt volt.

Ahogy az NHH honlapján is olvasható, illetve az 1. táblázatban is látható, 38 Ft-ról a szolgáltatóknak 2010 decemberére 11,86 Ft-ra kellett lecsökkenteniük a fix-mobil végződési díjakat (NHH honlap, 2008). A 2. ábra mutatja a díjak alakulását.

2. ábra



Forrás: (NHH, 2008)

Mivel, hogy a mobil-mobil irányú végződtetés is mobilban végződik (ugyanúgy, mint a vezetékes-mobil), így az ezen irányú végződtetés is 11,86 Ft jelenleg. Bár mobil-mobil viszonylatban a két hálózat közötti hívások a tapasztalatok alapján nagyjából szimmetrikusak, így két szolgáltató kölcsönösen, hasonló mértékben fenyegetheti egymást a magas végződtetési díjak visszavonásával, továbbá ha nem sikerül megegyezniük, akkor nagyjából egyformán veszít rajta a két szolgáltató. Szimmetrikus helyzetben tehát számíthatunk arra, hogy a felek megegyezésre tudnak jutni, így ebben az esetben a szabályozás nem is szükséges.

Vezetékes-mobil viszonylatban azonban nem szimmetrikus a helyzet, mivel a vezetékes szolgáltató legfeljebb a szabályozó által megállapított végződtetési díjakat határozhatja meg. Vagyis a vezetékes szolgáltató vesztes alkupozícióból indul ebben a helyzetben. „A vevők, azaz a végződtetést vásárló szolgáltatók alkuerejét csökkenti, hogy a megfigyelések, kérdőíves lekérdezések szerint a fogyasztók számára – különösen olyan rendszerben, ahol mindent a hívó fél fizet (CPP-„*Calling Party Pays*”) – nem fontos, hogy ők mennyiért hívhatók” (BCE, 2006, 36. old.). Vagyis a szolgáltató megválasztásakor a végződtetési díjak általában kisebb szerepet kapnak a döntésben, ami nagymértékben gyengíti a díjak korlátozására alkalmas piaci mechanizmust.

A legújabb EU-s határozat szerint a végződtetési díjakat 2012 végére 1,5 és 3 euro-cent közé kell lecsökkenteniük a tagállamoknak (Európai Bizottság Mo. Képv., 2009). Jelen pillanatban

ez a szám Magyarországon 4,31 (lásd 1. táblázat). Elképzelhető, hogy pár év múlva ez a szám nulla lesz. Ugyanis az Európai Bizottság a végződtetési díjak csökkentését csupán első lépésnek szánja. Célja, hogy hosszú távon is fenn lehessen tartani a piac hatékony működését és fokozatosan csökkenteni lehessen a szabályozás szükségességét. Számos módszert kidolgoztak ennek elérése érdekében (lásd Európai Bizottság, 2009). Többek között a nulla nettó kifizetés („bill and keep”) módszerét is. Ennek a szemléletmódnak a lényege, hogy a felek kölcsönösen megegyeznek arról, hogy nem számolnak fel semmilyen díjat azért, hogy a másik hálózatában végződtetik hívásaikat. A Bizottság szándékában áll, hogy minél hamarabb sikerüljön a tagállamoknak ezeket a szemléleteket átvenniük. A nettó kifizetés módszerének alkalmazása, definícióból adódóan, azzal járna, hogy a végződtetési díjakat a nullára csökkentenék. Vagyis elképzelhető, hogy a végződtetési díjakat az európai szabályozás pár év múlva végleg megszünteti.

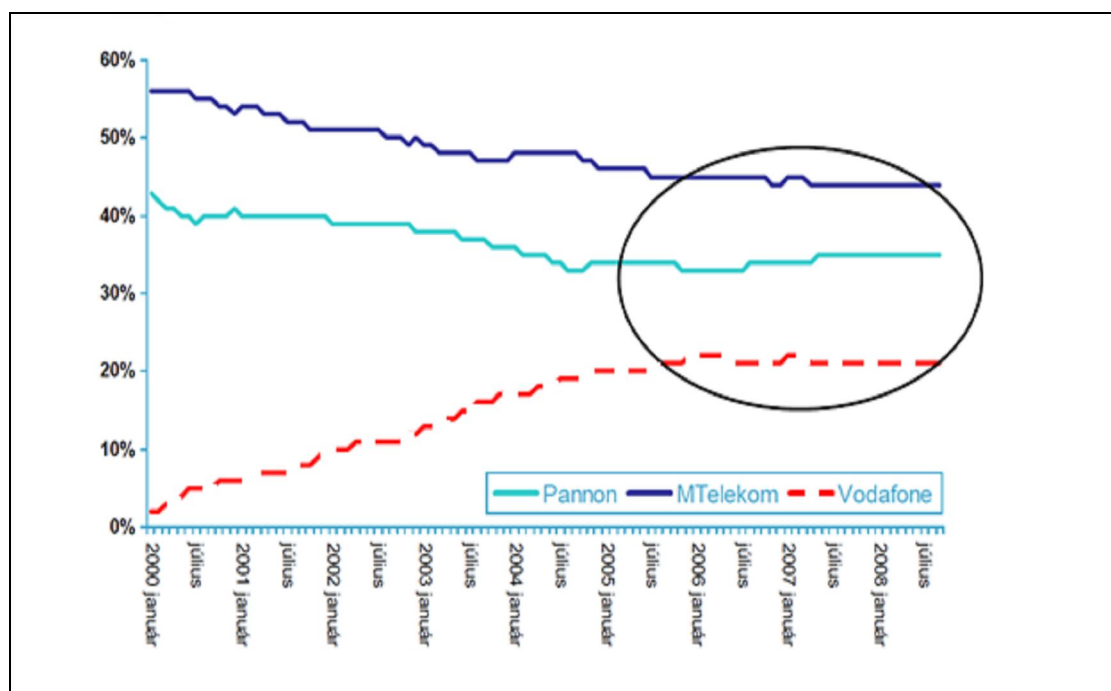
Végezetül, bár szorosan nem kapcsolódik a témához, de nem szabad megfeledkeznünk az SMS végződtetésről, illetve az SMS végződtetési díjakról sem. Az Ofcom 2006-ban kiadott egy olyan jelentést, amelyben utal arra, hogy az SMS végződtetés szabályozása terítékre kerül a közeljövőben (Ofcom, Review, 2006). Azonban még a mai napig nem vezettek be erre irányuló szabályozást. Természetesen, ahogy most a hívásvégződtetés szabályozása is gondot okozhat a szolgáltatók számára, bizonyára az SMS végződtetés szabályozása is azt fog okozni, ha egyszer sor kerül a szabályozásra. Sőt, az SMS végződtetés azért is különleges, mert a szolgáltatók félhetnek attól, hogy az SMS tartósan a hívások helyettesítőjévé válik (lásd Armstrong-Wright, 2009). Ezért maguktól alapvetően magas SMS végződtetési díjakat megszabására vannak ösztönözve. Az, hogy ez jogos félelem-e vagy sem, empirikusan is tesztelhető lesz az esetleges szabályozás bevezetése után.

2. A jelen piaci helyzet

A szabályozó hatóság általában azért avatkozik be a piac működésébe, hogy a fogyasztók helyzetén javítson. A végződtetési díjak szabályozása is ebből a célból született, hogy ezt a verseny fokozásával valósítsa meg (Európai Bizottság Mo. Képv., 2009). A végződtetési díjak csökkentésével nem csak azt próbálják elérni, hogy a fogyasztók által tapasztalt árak csökkenjenek, hanem azt is, hogy erősödjön a verseny, és így összességében a fogyasztói többlet növekedjen.

Ezek után felmerül a kérdés, hogy vajon mennyire sikerült elérni a verseny erősödését? Az adatok azt mutatják, hogy ezt a célt a szabályozó szervezetnek többé-kevésbé sikerült elérniük. Ugyanis a piacon, már meglévő három szolgáltató piaci részesedése a 2000-es évektől kezdve, egészen 2005-ig folyamatosan konvergált egymás felé (lásd 3. ábra). 2005 után pedig a piaci részesedések stagnálása figyelhető meg. Ugyanakkor a végződtetési díjak szabályozását Magyarországon csak 2002-ben jelentették be, és 2003-ban lépett életbe, vagyis a verseny erősödése semmiképpen nem csak ennek a faktornak köszönhető, de feltehetjük, hogy erősítette ezt a folyamatot.

3. ábra



Forrás: (NHH, 2008)

A másik jel, ami a verseny erősödésére utalhat, hogy sikerült néhány MVNO-nak (virtuális mobilszolgáltatónak)² az elmúlt két évben a magyar piacra belépni: a Magyar Posta 2009. november 20-án indította útjára a Postafont, míg a Djuice 2010. április 9-én, kiválva a Pannonból, önálló működésbe kezdett. A szabályozás előtt erre nem volt példa hazánkban, de az Egyesült Királyságban igen, ahol a Virgin Mobile első virtuális mobilszolgáltatóként 1999-ben megjelent a brit mobilpiacon.³ Természetesen elképzelhető, hogy a szabályozás nélkül is esélye lett volna a fent említett, két szolgáltatónak megvetnie a lábát a hazai telekommunikációs piacon.

Egy friss elemzésében a Capitol Consulting Group (2011) a következőképpen érvel:

Az MVNO-k megjelenésének a piacon az a nagy előnye, hogy egy-egy speciális szegmensre (pl.: egyetemi hallgatók) tudnak fókuszálni és így az igényeiknek megfelelő szolgáltatást tudnak nyújtani. A fejlett országokban a virtuális szolgáltatók jelenléte már elterjednek számít, de Magyarországon még csak kialakulóban van. Ennek egy lehetséges oka a magyar piac sajátosságaiban rejlik. Magyarországon évek óta stagnáló piaci részesedések, alacsony szolgáltatóváltási hajlandóság (a számhordozás lehetőségének ellenére) és nemzetközi összehasonlításban viszonylag alacsony árszint a jellemző. Vagyis az előfizetők 82 %-a még sosem váltott szolgáltatót, ugyanis a váltási folyamat bonyolult, illetve a szolgáltatók ügyfélmegtartási képessége erős.

Így nem meglepő, folytatja az elemzés (Capitol Consulting Group, 2011), hogy nálunk kevés virtuális mobilszolgáltató van jelen a piacon. Ráadásul a legfrissebb felmérések szerint az első MVNO, a Postafon, nem teljesíti az elvárt szintet. Ugyanis 10.000-nél kevesebb előfizetőt sikerült szereznie a tervezett 70.000-hez képest. Vagyis a kitűzött célérték egyhetedét sem tudta elérni. Ahelyett, hogy a Vodafone hálózatát bérlő, sikeresen működő MVNO-vá vált volna a piacon, mostanra csak a Vodafone saját márkanévű viszonteladójává zsugorodott. Bukásának egyik lehetséges oka a téves szegmentáció lehetett, ugyanis a megcélzott fogyasztói csoport (vidéki lakosság és az idősebbek) túl heterogén. Vagyis hiányzott az értékközösség mentén történő szegmentáció (teljesen eltérő preferenciával rendelkező fogyasztókat céloztak meg). A másik lehetséges ok a viszonylag magas árszint lehetett (35

² A virtuális mobilszolgáltató egy olyan cég, mely mobiltelefonos szolgáltatást biztosít, de nincsen saját frekvenciatartománya és a szolgáltatás üzemeltetéséhez szükséges infrastruktúrája, ezért ezt más szolgáltatótól bérlő.

³ <http://www.compare-mobile.co.uk/phone-articles/the-history-of-virgin-mobile.htm>

Ft/sms, 35 Ft/perc). Ugyanis más szolgáltatóknál tapasztalható átlagos mobil tarifák jellemzően percenként 25-30 forintra becsülhetők.⁴

Továbbá érdemes megvizsgálni, hogy vajon sikerült-e az árakat csökkenteni és így a fogyasztói többletet növelni. Ehhez azonban szükség lenne, többek között, a tervezetten 2013-ban megjelenő, a Bizottság által készítendő teljes körű felmérésre, mely a szabályozás hatásosságát célozza górcső alá venni.⁵ Ezen információk hiányában arra a jelentésre támaszkodom, melyet minden évben elkészít a Bizottság a távközlési piacról az előző év eseményei alapján (Európai Bizottság, Report, 2009).

Azonban ez a jelentés csak részben meggyőző azzal kapcsolatban, hogy a szabályozás elérte volna a célját. A három nagy mobilszolgáltatónak a piaci ereje gyakorlatilag semmit sem változott az előző évihez képest. Sőt a mobil penetráció is csak kis mértékben növekedett (104,4 %-ról 106,2 %-ra). Bár 2009 novemberében hivatalosan is megjelent a piacon egy MVNO, mely a harmadik legnagyobb szolgáltatónak a hálózatát bérli saját terjesztés céljából, de ez az MVNO valószínűleg kudarcot vallott (lásd 2. fejezet). Mindezek mellett 2010 novemberében, a piacon mért Herfindahl-index⁶ 0,356 volt. Három szolgáltató esetén ez az érték magas koncentrátságot és alacsony versenyintenzitást jelez (Capitol Consulting Group, 2011).

Pontos adatom nincs arról, hogy hogyan alakultak a mobiltarifák, de a Magyar Telekom éves jelentésében a következőket lehet olvasni:

„A mobilvégződtetési díjak csökkentése és a zárt felhasználói csoportokhoz kapcsolódó kedvezmények szélesebb körű használata következtében az átlagos tarifaszintek csökkentek” (MT, Éves jelentés 2009, 20. old.).

Konkrétan kijelentik, hogy a végződtetési díjak csökkentésének hatására alacsonyabbak lettek a tarifák. Egyébként ez a csökkenő trend már jó pár éve megfigyelhető a kimenő hívásokban. Bár az alacsonyabb tarifák a fogyasztóknak kedveznek, nem tudhatjuk, hogy ez mennyire tudható be a szabályozásnak, illetve, hogy a telefonálás egyéb költségei – sms, mms... stb. – illetve az egyre terjedő mobilinternet költségei hogyan alakultak az elmúlt években.

⁴ <http://www.t-mobile.hu/lakossagi/tarifak/havidijas>

⁵ A rendelkezésre álló publikus információk ugyanis nem alkalmasak fő következtetések levonására.

⁶ A Herfindahl-index piaci koncentrátságot jelző mutató, melynek értékét a piaci részesedések négyzetösszege adja meg.

Vagyis az adatok és a Bizottság felmérése hiányában nem lehet biztosan állítani, hogy a szabályozás elérte volna a célját és javított a fogyasztók helyzetén, de elképzelhető.

3. Érvék és Ellenérvek

Ebben a fejezetben bemutatom, hogy milyen megfontolásból tartotta fontosnak a hatóság, hogy beavatkozzon a piac működésébe, illetve, hogy milyen ellenérvekre alapozva küzdenek a szolgáltatók a szabályozás ellen.

A szabályozó hatóság azért kezdett el foglalkozni a végződtetés problémájával, mert még a szabályozás előtt, a piacon tapasztalható vezetékes-mobil végződtetés akár nyolcszor-harmincszor drágább volt számos országban, mint fordítva. Így a szabályozás mellett szóló érv az volt, hogy a magas mobilvégződtetés miatt jelentős transzfert figyelhattunk meg a vezetékes hálózatokból a mobil hálózatok felé, aminek komoly versenyt korlátozó következményei lehettek.

„A jelenlegi európai szabályozói gyakorlat arra az alapelvre épül, hogy a szabályozásnak elsősorban a végső fogyasztók hosszú távú érdekeit kell képviselnie. Ennek megfelelően az alapkérdés, amire egy szabályozói beavatkozás előtt válaszolni kell az az, hogy a szóban forgó kiskereskedelmi piacon az árak biztosítják-e az erőforrások hatékony allokációját. Ehhez előbb meg kell állapítani, hogy egész pontosan mi a kérdés szempontjából releváns piac, illetve számíthatunk-e arra, hogy kellő intenzitású verseny biztosítja a hatékony árszerkezet kialakulását” (BCE, 2006, 31. old.).

Figyelemfelkeltő, hogy a jelenleg használt piac-meghatározási módszer szerint a hatóság úgy találta, hogy minden szolgáltató külön-külön egy végződtetési piacot alkot, vagyis minden szolgáltató, aki jelen pillanatban a magyar mobilpiacon megtalálható (MT, Telenor, Vodafone), 100%-os piaci részesedéssel rendelkezik a „saját” piacán. A piac-meghatározási módszer mellett a hatóságnak az az érve, hogy a tapasztalat szerint a fogyasztók magatartása és a piac szerkezete nem biztosít kellő alkuerőt minden tárgyaló félnek.

Tehát összefoglalva a következők alapján döntött a hatóság a szabályozás mellett:

„A Bizottság úgy véli, hogy ezeket az eltéréseket⁷ nem indokolja a háttérben álló költségek, a hálózatok vagy az országos adottságok különbözősége. Az eltérések valójában a jelentős piaci részesedéssel rendelkező mobilszolgáltatók támogatásának közvetett módját jelentik, a kisebb és a vonalas szolgáltatók kárára. Az eltérések ráadásul elvonják a pénzforrásokat az olyan beruházásoktól, mint a nagy sebességű internethálózatok fejlesztése, és hátráltatják az olyan

⁷ Itt arra gondol, hogy a fix-mobil végződtetés sokkal drágább, mint a mobil-fix végződtetés.

innovatív szolgáltatásokat, mint a kombinált vezetékes-mobil termékek és a versenyképes árú híváscsomagok” (Európai Bizottság Mo. Képv., 2009).

Ebben az idézetben megbújik egy harmadik szabályozói érv is, miszerint az innovációt akadályozza a magas végződtetési díj.

Vagyis összefoglalva a hatóság a következő érveket sorolja fel a szabályozás mellett:

1. A jelenleg használt piac-meghatározási módszer szerint a szolgáltatók JPE-vel rendelkeznek „saját” piacukon.
2. A piac szerkezete nem biztosít egyenlő alkupozíciót minden fél számára.
3. Illetve visszafogja az innováció mértékét a piacon.

A szolgáltatók azonban megkérdőjelezzik ezen érvek helytállóságát. Bár a szolgáltatók a hatóság három érve közül inkább csak az első két évrre reagáltak számottevően. Az elsőt kritizálták azért, mert a hatóság által használt piac-meghatározási módszer nem veszi figyelembe, hogy a mobilpiac kétoldalú piac. Igaz, hogy a kétoldalú piacok elmélete egy viszonylag friss modellnek számít (a 2000-es évek elején modellezték először), de mára már a közgazdászok jelentős hányada elismeri a kétoldalúságnak a jelenségét és azt, hogy a kétoldalú piacokra nem teljesen ugyanazok a szabályok vonatkoznak, mint amik egyoldalú piacokra (ezt a következő részben részletesen kifejtem). Továbbá azt is állítják a mobilszolgáltatók, hogy a magas mobilvégződtetésből származó bevételt a telefonkészülékek támogatására fordítják azért, hogy minél több fogyasztót vegyenek rá arra, hogy csatlakozzon az adott hálózathoz. Adatok hiányában nehéz megállapítani, hogy a szolgáltatók igazat mondanak-e ez ügyben. De azért a következő információ, mely a Magyar Telekom 2010-es eredményeiről szóló jelentésében lelhető fel, hasznos lehet:

„Az alacsonyabb készülékértékesítési volumen, valamint alacsonyabb átlagos készülékár következtében mérséklődtek a készülékértékesítési bevételek is” (Magyar Telekom 2010, 39. old.).

Kedvező lenne, ha ezen információ alapján azt lehetne állítani, hogy a készülékek árai csökkentek, így nem látható nyoma a készülék-ártámogatások csökkenésének, vagyis a szolgáltatók nem mondanak igazat. De ennél sokkal több tényező befolyásolja a végkövetkeztetést. Többek között az is, hogy mennyi készüléket sikerült eladni. Mivel, ha kevesebb készüléket tudnak értékesíteni, akkor az egy készülékre jutó támogatás mértéke növekszik, anélkül, hogy a támogatásra szánt teljes költségkeret összegén változtattak volna. De valószínűbb, hogy az ártámogatás teljes összege csökkent a készülékek kisebb volumenű értékesítésének köszönhetően.

„A második esetben pedig arra hivatkoznak, hogy a technológiai változások – elsősorban a fix-mobil konvergens termékek térnyerése, a fogyasztói szokások sajátosságaival együtt – miszerint a mobilhívások nagy része zárt helyekről indul, ahol könnyebben elérhetők az esetleges helyettesítő szolgáltatások – nagyban erősítik a kereslet és kínálat oldali helyettesítők által generált versenyt, vagyis a végződtetési díjakra gyakorolt piaci korlátokat,, (BCE, 2006, 36. old.).

Összefoglalva a szolgáltatók ellenérvei a következők:

1. A szabályozó szervek nem vették figyelembe a releváns piac meghatározásánál, hogy a mobilpiac kétoldalú.
2. Illetve, hogy a technológiai változásoknak köszönhetően a helyettesítő termékek köre bővül, ami piaci korlátot jelent a végződtetési díjak számára.

A felsorolt érvek és ellenérvek közül csupán a szolgáltatók első érvét fogom a következő fejezetben részletesen kifejteni, alátámasztani. Bár ezzel nem kívánok egyik oldalnak sem igazat adni, illetve a többi érv jelentőségét sem akarom kisebbiteni. Ezzel csak azt hangsúlyozom, hogy ha a mobilpiac tényleg kétoldalú, akkor érdemes lehet elgondolkodni más szabályozási keretrendszer használatáról ezen a piacon.

Mielőtt rátérnék a kétoldalú piacok elméletének kifejtésére, fontos hangsúlyoznom, hogy Európán kívül nem feltétlenül küzdenek a végződtetés szabályozásának vitatott kérdésével. Például Amerikában az MPP/RPP rendszer van érvényben („Mobil Party Pays/Receiving Party Pays”), vagyis a hívott fél fizet elv.⁸ Azért, mert a mobilhívások esetén általában a hívó fél nem tudja, hogy melyik hálózatban végződik a hívása (például a számhordozás lehetőségének köszönhetően) és így milyen díjat fizet ezután. Ezzel szemben a hívott fél tudja ezt. Hát ezt az aszimmetrikus helyzetet felismerve Amerikában az RPP rendszere használatos. A tapasztalat pedig azt mutatja, hogy az árak így „maguktól” jóval alacsonyabb szinten határozódnak meg, tehát nem véletlen, hogy a hatóság nem avatkozik bele a piac működésébe (Littlechild, 2006). De miért is határozódnak meg „maguktól” alacsonyabb szinten az árak?

Mivel az RPP rendszerben, ha magas végződtetési díjat kérne a szolgáltató egy beérkező hívás után, úgy a saját ügyfeleinek, kellene fizetniük a hívások fogadásáért. Így a végződtetés díja alacsonyan határozódik meg, hogy a szolgáltatók ne veszítsenek emiatt ügyfeleket. De az európai gyakorlat szerint (CPP rendszerben), mivel a hívó fél fizet, az ügyfelek általában nem is tudják mennyiért hívhatóak, így a szolgáltatók nyugodtan elkerülhetnek magasabb végződtetési díjat „büntetlenül”. Emiatt az indokoltnál magasabb szinten határozódik meg az

⁸ Idővel változott a rendszer és most már mindkét fél fizet, ki-ki a saját hálózatára jutó költségeket.

egyensúly. Ebből a szempontból nem meglepő, hogy a szabályozó hatóság beleszólt a piac működésébe.

Ezen érvek alapján sokan azt gondolják, hogy a CPP rendszert használó országoknak át kérne térniük az RPP rendszerre és akkor nem lenne szükség a szabályozásra. De a CPP rendszert használó országok ezt ellenzik, mert a CPP rendszere állításuk szerint a mobil penetrációt („térnyerését”) jobban elősegíti (Littlechild, 2006). A mobil penetráció viszont fontos, mert az egyre növekvő előfizetők száma egyre növekvő bevételt jelent a szolgáltatók számára. Azonban a gyakorlatban megfigyelhető, hogy az amerikai előfizetők mobil használata, az RPP rendszer ellenére, jóval intenzívebb. Bár kétségtelen, hogy eleinte lassabb volt a mobil penetráció Amerikában az eltérő rendszerüknek köszönhetően, de mára már behozták a lemaradásukat Európával szemben és ráadásul a végződtetés problémájával sem kell megküzdeniük. Akkor miért nem térünk át az RPP rendszerre?

Mert közgazdászként mérlegelni kell, hogy költség-haszon szempontjából megérne-e egy másik rendszerre átállni. Ugyanis az átállás jelentős adminisztratív költségekkel járna. Elképzelhető, hogy több költséggel járna, mint haszonnal. Ráadásul az adminisztratív költségek mellett, a fogyasztóknak is nehéz lenne elmagyarázni, hogy ha eddig nem kellett a hívások fogadásáért fizetniük, akkor most mégis miért kellene. Vagyis egy új rendszer elfogadtatásához túl sok egyén beleegyezése szükséges, így több ponton is megghiúsulhat az átállás.

Természetesen elképzelhető lenne, hogy a Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság, vagy akár az Európai Bizottság ezeket a korlátokat felismerve önkényesen bevezetné az új rendszert Magyarországon. De ha meg is lenne erre a lehetőségük, akkor is elképzelhető, hogy a jelentős adminisztratív költségek miatt nem hoznának ilyen döntést.

Ezért hiába szól számos közgazdasági érv az új rendszer bevezetése mellett, a felmerülő akadályok miatt valószínűsíthető, hogy nem fog megtörténni. A mostani szabályozás helyett elképzelhető, hogy egy másik rendszer használata (ahol a hívók és a hívottak osztoznak a költségeken) előnyösebb lenne. De az viszont biztos, hogy szabályozással csökkenteni a végződtetési díjakat olcsóbb megoldása a problémának, ráadásul ez esetben jogi akadályok sem merülnek fel.

Viszont felmerül a kérdés, hogy miért nem szabályozzák inkább a két díjat (havi és perc) a végződtetés helyett?

Egyértelmű, hogy ez a megoldás nem ütközne olyan jogi, politikai akadályokba, mint egy másik rendszerre való áttérés és alacsonyabb adminisztratív költségekkel is járna. De nem szabad megfeledkezni egy fontos hátrányáról. A havi és percdíjak esetében versenyről beszélhetünk. A versenyző világban pedig a szabályozás inkább káros, mint hasznos, mert általában a szabályozó szervezeteknek nincs elég információja a költségekről, a fogyasztói keresletről, a fogyasztói szegmensekről stb.

Így verseny esetében az árazás a piaci mechanizmusnál van a legjobb kezekben. A végződtetés esetében azonban ki lehetett mondani, hogy JPE-vel rendelkeznek a szolgáltatók, ami okot adott a szabályozói beavatkozásra.

4. A kétoldalú piacok elmélete („two-sided markets theory”)

Ebben a fejezetben a kétoldalú piacok elméletét⁹ mutatom be részletesebben, ugyanis ez szükséges ahhoz, hogy lássuk, a mobilpiac kétoldalú piac. Továbbá, hangsúlyozom, hogy a jelenleg bevezetett szabályozás (a modell sajátosságaiból adódóan) nem biztos, hogy eléri a célját és javít a fogyasztók helyzetén. Természetesen kifejtem azt is, hogy a szabályozó szervek akkor mégis hogyan tudnának segíteni a fogyasztókon. Valószínűleg a piacot szükséges volt szabályozni, de a modellből adódóan arra lehet következtetni, hogy a hatóság nem feltétlenül választotta ennek helyes módját.

Vagyis a mobilszolgáltatók kezében a kétoldalú piacok elmélete a fő ellenérv a jelenlegi szabályozás ellen. A szolgáltatók erre hivatkozva szeretnék elérni a piac-meghatározás módosítását, illetve a végződtetési díjak szabályozásának megszüntetését.

Kétoldalú piac az, ahol két különböző fogyasztói csoport részvétele szükséges ahhoz, hogy a szolgáltatás értékes legyen a használói számára. Platformnak is szokták hívni, mert a kétoldalú terméket gyártó vagy szolgáltatást nyújtó vállalat közvetít a két fogyasztói csoport között. Vagyis a platform az, ami összehozza a két fogyasztói csoportot egymással, jelen esetben a hívókat és a hívottakat.

Kétoldalú piac például a számítógépek operációs rendszere, amely sokféle szoftver számára nyújt platformot: az alkalmazások fejlesztői és használói ezen a platformon keresztül tudnak találkozni és együttműködni. Minél többen használnak egy operációs rendszert, annál inkább érdemes hozzá alkalmazásokat kifejleszteni, és minél több hozzá az alkalmazás, annál többen választják végül azt.

Két tény, akár intuitíve is megállapítható. Az egyik, hogy minél többen vannak az egyik oldalon, annál értékesebb a szolgáltatás a másik oldal számára (lásd függelék (1)-(2) képlet). A másik, hogy a fent említett példákban a kétoldalú termékek vagy szolgáltatások esetén mindkét fogyasztói csoport használója, vevője a platform kínálta lehetőségeknek. Ugyanakkor gyakran előfordul, hogy az egyik oldalon eladók vannak, míg a másikon vevők, ezért az egyszerűség kedvéért a két oldalt vevőknek és eladóknak szokták hívni. Például a bankkártyák piaca kétoldalú, ahol az egyik oldalon kártyaelfogadók vannak (pl. könyvtárosok), a másikon kártyabirtokosok (pl. könyvet vevők). De ez nem azt jelenti, hogy a

⁹ A modell formális levezetése a függelékben található.

könyvpiac kétoldalú piac (mivel ott nincs két, jól elkülöníthető fogyasztói csoport), viszont a bankkártyáknál van, így az kétoldalú.

A mobilpiacon szintén van két, jól elkülöníthető fogyasztói csoport, a hívók és a hívottak. Bár egy előfizető általában hívó és hívott fél is lehet (ezért speciális eset a telefonpiac), de ennek ellenére jól elkülöníthető a két csoport, hiszen a szolgáltatás létrejöttéhez szükséges mindkét oldal részvétele (hiába indítok egy hívást, ha nincs hol végződnie).

„A hívásindítás és végződtetés ebben a keretben, ahelyett, hogy egy közös klaszterbe tartozó, tökéletesen kiegészítő termékpár lenne, inkább két termék egymással összefüggésben lévő piacát alkotja. A platformok legfontosabb jellemzője, hogy összehoznak külön csoportokba tartozó feleket, akik így igénybe vehetnek egy szolgáltatást, amit a platform nélkül nehéz lenne megvalósítani. A telefonálók számára akkor értékes a szolgáltatás (a hozzáférés), ha rajtuk kívül minél többen részesei a hálózatnak. Ha valaki belép, az nem csak neki jó, hanem a többieknek is használ, hiszen bővül a hálózaton keresztül elérhetők köre. Egy platform ezt az externális hatást (hozzáférési externália) internalizálja: a platform tulajdonosának érdeke, hogy a piac mindkét felét bevonja az üzletbe, és olyan ösztönzőket érdemes megteremtenie, amelyek alapján az egyének, bár a saját érdekeiket követik, döntéseikbe egyúttal a többiek számára okozott hasznosság is beépül. Vagyis a platform internalizálja az externáliát, továbbá megoldja a koordinációs problémákat is” (BCE, 2006, 39. old.).

A modellt leginkább Rochet-Tirole művei alapján (Rochet-Tirole, 2003, 2004) a következőképpen építhetjük fel:

A piac kétoldalú, ha az eladott mennyiség (megvalósult tranzakciók száma) nemcsak a platform által az egységekre kiszabott ártól függ, hanem attól is, hogy ennek az árnak mekkora részét fizetik az eladók, és mekkorát a vevők (vagyis az árszerkezettől is, LÁSD FÜGGELÉK (3) egyenlet). A definíciót még pontosítom, de előtte felsorolom az ilyen piacok legfőbb jellemzőit.

Két népszerű kifejezés köthető a kétoldalú piacokhoz. Az egyik a tyúk-tojás probléma („chicken-and-egg problem”), melynek lényege, hogy vajon hogyan jönnek létre az ilyen piacok (Evans, 2003). A hálózati hatás miatt a szolgáltatónak jó, ha minél többen csatlakoznak a platformhoz, de ezt csak úgy tudja elérni, ha hagyja, hogy más szolgáltatók is jelen legyenek a piacon, amivel erősödik a verseny, ami számára kedvezőtlen jelenség. Például a mobil szolgáltatás esetében a Telekomhoz csatlakozók nemcsak „Telekomos” ismerőseiket, hanem a „Telenoros” előfizetőket is hívhatják, ami miatt erősödik a verseny, de

így „értékesebb” is a szolgáltatás, ezért többen csatlakoznak az adott szolgáltatóhoz (ami árbevételi szempontból kedvező tényező számára).

A másik a „get both sides of the market on board”, vagyis mindkét oldalt meg kell próbálni a fedélzeten tartani (Evans, 2003). Mindkét oldalt ösztönözni kell arra, hogy csatlakozzon az adott platformhoz és utána a platform résztvevője is maradjon. Ugyanis a hálózati hatás miatt minél többen résztvevői a platformnak, a bennlévők annál többre értékelik az adott terméket/szolgáltatást. Itt meg kell jegyezni, hogy ez a tulajdonság látszólag nem illik a mobilpiacra. Hiszen ez egy speciális eset, mert ugyanazok az egyének vannak mindkét oldalon, mindenki lehet hívó és hívott fél is egyben. Tény, hogy jól elkülöníthető a két csoport és mindkettő jelenléte szükséges ahhoz, hogy használóinak értékes legyen a szolgáltatás (valakinek fogadnia kell a hívásom ahhoz, hogy értékesnek találjam az adott szolgáltatást). De az kérdéses, hogy mennyire kell ösztönözni a két oldalt, hogy a platform résztvevője maradjon. Ugyanis, ha valaki hívóként már egyszer csatlakozott az egyik platformhoz, akkor azt már nem kell meggyőzni arról, hogy hívóként is jelen legyen a piacon, hiszen ez automatikusan megtörténik, ha valamelyik szolgáltatóhoz csatlakozik a fogyasztó.

De, ha a két oldalra úgy tekintünk, mint fix (vezetékes) és mobil, nem pedig hívó és hívott, akkor már nem feltétlenül állnak ugyanazok az egyének a két oldalon. Vagyis ez a tulajdonság („get both sides of the market on board”) is illik erre a piacra.

Azonban nemcsak egy platform lehet a piacon, a platformok versenyezhetnek is egymással. Így a piacon lévő szereplőknek több választási lehetőségük van: egyáltalán nem csatlakoznak a hálózathoz, egy hálózathoz csatlakoznak (singlehoming), több hálózathoz is csatlakoznak (multihoming). Természetesen a „singlehoming” nem jelenti azt, hogy mindenkinek ugyanabba a hálózatba kell belépnie.

Összefoglalva, a kétoldalú piacok egyik fő jellemzője, hogy úgynevezett közvetett hálózati externáliák figyelhetők meg rajtuk (amit a jól működő platform internalizál). Vagyis, ha az adott termék iránti kereslet függ a kiegészítő termékeiktől, melyeknek kereslete az eredeti termék iránti kereslettől függ, akkor indirekt hálózati hatást lehet felfedezni az adott termékénél. Ezért a szerzőpáros a hálózati externáliákat úgy definiálja, hogy egy adott termék/szolgáltatás fogyasztójának a fogyasztásból származó hasznossága függ attól, hogy az adott terméket/szolgáltatást rajta kívül még hányan fogyasztják (Rochet-Tirole, 2004). Ez azt jelentené, hogy minden piac kétoldalú, ahol externáliák vannak jelen a piacon?

Nem, mert azokat a piacokat nevezik kétoldalúnak, ahol a platform hatékonyan viszi véghez a fogyasztói csoportok közötti újraelosztást, azaz nemcsak az árszintről, hanem az árszerkezetről is döntést hoz (Rochet-Tirole, 2003).

Vagyis Rochet-Tirole (2004) szerint a hatékonyság növelhető azzal, ha a platform tulajdonosa az egyik oldalra magasabb árat szab, míg a másikra alacsonyabbat, illetve kevés vagy akár nulla profitot realizál az egyik oldalon és a költségeket inkább a másik oldalra terheli rá.

Azonban elképzelhető, hogy a platformnak még se sikerül hatékony árszerkezetet kialakítania. Ugyanis a platformok versenyeznek egymással, így a vevőknek lehetőségük van platformot váltani, ami a vevői oldalon az árak csökkenéséhez vezethet. Ugyanakkor az erős verseny az eladókat arra kényszerítheti, hogy elhagyják a választott platformjaikat. Vagyis a platformok közötti verseny mindkét fogyasztói oldalon lenyomhatja az árakat és így nem feltétlenül vezet hatékony árszerkezet kialakulásához.

Továbbá a kétoldalú piacokkal kapcsolatban gyakran említik Coase tételét. A Coase-tétel kimondja, hogyha a tulajdonjogok tisztázottak és nincsenek tranzakciós költségek, illetve szimmetrikus információ uralkodik a piacon, két vagy több fél közötti tárgyalási folyamat Pareto-hatékony állapothoz vezet, még bizonyos externáliák jelenléte mellett is (Coase, 1960). Vagyis Coase szerint, a felek egyezkedéseik során képesek hatékony kimenetelre jutni, feltéve, hogy semmi nem akadályozza alkufolyamatukat. Ezen feltevések alapján, a kétoldalú piacokon is a két csoport (vevő és eladó) által realizált haszon csupán az ártól függne, nem pedig azok, két oldal közötti megoszlásától (Rochet-Tirole, 2004).

A Coase-tétel elvetése fontos alapköve lehet a kétoldalú piacoknak, ugyanis két érv is a tétel elvetése mellett szól. Az egyik, hogy a gyakorlatban a felek gyakran nem tudnak hatékony kimenetelre jutni alkufolyamataik során. A másik, hogy a platform árszerkezeti döntése korántsem mondható semlegesnek. A két feltevés nem ugyanaz, az első szükséges, de nem elégséges feltétele a másodiknak.

Elképzelhető tehát, hogy a felek tárgyalásaik során nem jutnak Pareto-hatékony állapotba, ugyanis eltérőek az érdekeik. Mindenki a saját hasznának maximalizálását tartja elsődlegesnek, ráadásul gyakran aszimmetrikus információ uralkodik a piacokon. Ez azonban még nem azt jelenti, hogy az ilyen piacok kétoldalúak, ugyanis, ha a Coase-tétel többi feltétele teljesül, akkor az árszerkezeti döntés továbbra is semlegesnek mondható.

Rochet-Tirole (2004) szerint ahhoz, hogy egy piacot kétoldalúnak nevezhessünk, szükséges, de nem elégséges feltétel, hogy Coase tétele nem teljesül az ilyen piacokon. De ettől még nem állíthatjuk azt, hogy az árszerkezeti döntés nem semleges.

Az egyoldalú piacokon megszokott árazási szabályok nem igazán alkalmazhatóak a kétoldalúakra. Ugyanis fontos figyelembe venni, hogy a kétoldalú piacokon jelenlevő externális hatások miatt, az árazás az egyik oldalon a másik oldalnak okozott többlethaszon figyelembevételével történik (Evans, 2003).

Ez azt jelenti, hogy a platform nemcsak az árszintek megválasztására koncentrál, hanem arra is, hogy sikeresen tudja internalizálni az externális hatásokat. Gyakran ez azzal jár, hogy a platform tulajdonosa az egyik oldalt kedvezőbb helyzetbe hozza a másik oldal kárára. Az egyik oldal negatív diszkriminációjával ugyan profitot áldoz fel, de ezáltal vonzóbbá is teszi a másik oldalt az új belépők számára, így végső soron többen csatlakoznak az adott platformhoz.

Megállapítható, hogy attól lesz egy piac kétoldalú, hogy a platform képes változtatni a tranzakciók mennyiségén azáltal, hogy milyen árat szab a piac egyik, illetve a másik oldalára. Így az árszerkezet optimális megválasztása a platform leglényegesebb stratégiai döntése (Rochet-Tirole, 2004).

Összefoglalva a fent említetteket, a kétoldalú piacokon az értékesített össz mennyiség nemcsak attól függ, hogy a piac két oldalán lévő fogyasztók összesen mennyit fizetnek a szolgáltatásért, hanem attól is, hogy a bevétel mekkora része származik a piac egyik, illetve másik oldaláról. A platform a hozzáférési externáliát igyekszik internalizálni azzal, hogy például a magas végződtetési díjakból származó bevételt a telefonkészülékek támogatására fordítja, amivel eléri, hogy minél több fogyasztó csatlakozzon az adott platformhoz.

„Lehet, hogy a telefónia esetében ez az optimális árszerkezet. [...] Kétoldalú piacokon az optimális árszerkezet a keresleti viszonyoktól függ, nem pedig a költségszerkezettől. A költségektől elmaradó árak a platform természetéből következnek. Az aszimmetrikus árszerkezet bizonyos feltételek mellett társadalmilag optimális, egy szabályozó nem javíthat a hatékonyságon. A költségektől elszakadó árak továbbá nem jelentik feltétlenül a verseny hiányát, és a verseny erősödése nem feltétlenül vonja maga után az árak költségekhez való közeledését” (BCE, 2006, 41. old.).

Vagyis hiába szolgálna jó célt a szabályozás (próbálna javítani a fogyasztók helyzetén), azzal, hogy az egyik oldalon „erőszakkal” lenyomja az árakat, nem biztos, hogy ez a megfelelő módja a cél megvalósításának. Ugyanis a kétoldalú piacokra jellemző az úgynevezett vízígy

hatás („waterbed affect”) (Vodafone Group, 2007). Vagyis, ha az ágy egyik oldalát lenyomjuk, akkor a másik oldala felemelkedik. Ez azt jelenti, hogy a hatóság leviszi az árakat az egyik oldalon (ahol úgy gondolja, hogy magasabb az indokoltnál), de ezzel valószínűleg csak azt éri el, hogy károsítja az általa kedvezményezett oldalt. A vízág hatás létezése vitatott kérdés a közgazdászok körében, így egyes közgazdászok megpróbálták empirikus eredményt felmutatni arra vonatkozóan, hogy ez a hatás valóban természetes velejárója a kétoldalúságnak (Valletti-Genakos, 2007).

Valetti és Genakos volt az első, aki empirikus bizonyítékot talált erre a jelenségre. A cikkben megemlítik, hogy az Ofcom elismeri a vízág hatás fontosságát, de véleménye szerint ez a jelenség csak akkor jelent problémát, ha a kiskereskedelmi piac erősen versenyző. Ráadásul a szerzőpáros el is ismeri, hogy számos helyen lehet olvasni arról, hogy a mobil előfizetői árak gyakorlatilag minden országban folyamatosan csökkennek a szabályozás ellenére is. Akkor hol van a vízág hatás?

A szerzők szerint nem lehet ilyen egyszerű következtetést levonni egy ilyen bonyolultan működő rendszerről, és minden bizonnyal ebben igazuk van. Mivel a folyamatosan fokozódó verseny miatt, a növekvő forgalomnak köszönhetően, a vállalatok olyan méretgazdaságossági előnyökhöz juthatnak, melyek elfedhetik a vízág hatás tényleges hatását az iparágra nézve.

Becsléseik alapján Valletti és Genakos (2007) arra a következtetésre jutott, hogy nagyjából egy tíz százalékos végződtetési díjcsökkentés, átlagban tíz százalékos növekedést okoz a kimenő mobil hívások áraiban. Vagyis a szerzők robusztus eredményt találtak a vízág hatás létezésére, különböző változók definiálásával és különböző adatbázisokon lefuttatott regressziók alapján. Továbbá empirikus bizonyítékot találtak arra vonatkozóan is, hogy a vízág hatás erősebb olyan piacokon, ahol intenzívebb verseny tapasztalható, mely magas szintű penetrációval és magas végződtetési díjakkal párosul.

Végezetül a szerzőpáros említést tesz arról, hogy ha elismerjük a vízág hatás létezését (ugyanis empirikus bizonyíték van rá), akkor fontos lenne, hogy a szabályozók bármilyen jóléti elemzés készítése során figyelembe vegyék ezt a jelenséget. A jelen szabályozásnál ez nem történt meg.

Vagyis jelen esetben is, amikor a szolgáltatók azzal védekeznek, hogy a vezetékes szegmenstől érkező transzfer (ami a magas végződtetésből adódik) egy részét a mobil készülékek ártámogatására fordítanak, érdemes elgondolkozni a vízág hatásról. Ugyanis azzal, hogy a végződtetési díjakat csökkentik, a vezetékes szolgáltatóktól érkező

többletbevétel elapad. Így a mobilszolgáltatók kevesebb összeggel tudják támogatni például a készülékeket. Vagyis érdemes lenne megvizsgálni, hogy a fogyasztók terhei többel csökkennek-e az alacsonyabb végződtetési díjak miatt, mint amennyivel nőnek a csökkenő készüléktámogatások miatt. Mert, ha igen, akkor a jelen szabályozásról kijelenthetnénk, hogy elérte a célját, vagyis javított a fogyasztók helyzetén, ellenkező esetben azonban nem.

Továbbá hangsúlyozom, hogy az egyik oldalon tapasztalható költség feletti árazás a modell természetes velejárója. Ennek oka lehet a fent említett készülékek ártámogatása, ami arra ösztönöz, hogy minél többen csatlakozzanak a platformhoz, ami végső soron mindkét oldal hasznosságát növeli.

Összességében megállapítható, hogy amit a verseny erősödése magával hozhat, az a platform két oldalán érvényes árak összegének csökkenése.

„Az optimális, aszimmetrikus *árszerkezet* megtartása mellett a platformok közötti verseny éleződésével az *árszint* csökkenthető, ezzel pedig a fogyasztók helyzete javítható. Ebben lehet szerepe egy szabályozónak. Lehetnek bár magasak az árak valamelyik oldalon, az csupán az üzleti modell logikájából következik, és szó sincs JPE-ről. A piac ilyen körülmények között is korlátozza az áremelést” (BCE, 2006, 46. old.).

Vagyis a kétoldalúság miatt egy olyan szabályozással lehetne javítani a fogyasztók helyzetén, ami *a két oldalon tapasztalható árak összegének csökkentését* célozza meg (BCE, 2006). A mostani szabályozás láthatóan nem ilyen.

Összefoglalás

Az Európai Bizottság a mobilpiacon tapasztalt verseny fokozása érdekében szabályozást vezetett be tagállamaiban. A szabályozás célja elsősorban a fogyasztók, illetve kisebb szolgáltatók helyzetének javítása volt. Ennek elérése érdekében az eredendően magas végződtetési díjak folyamatos csökkentését, illetve hosszabb távon ezek megszüntetését vették célba.

Az elmúlt években a mobilpiacon tapasztalható volt a díjak csökkenése, illetve a verseny erősödése. De valószínűleg ez nem csak a szabályozásnak volt köszönhető, bár a folyamatot elősegíthette.

A hatóság a szabályozás mellett döntött, mert úgy ítélte meg, hogy a piacon tapasztalt magas fix-mobil végződtetési díjak előnytelen helyzetbe hozzák a fogyasztókat, illetve a vezetékes szolgáltatókat, továbbá az innováció mértékét is visszafogják a piacon. Viszont a szolgáltatók szerint a Bizottság nem vette figyelembe a szabályozási döntés meghozatalakor, hogy a mobilpiac kétoldalú piac, illetve hogy a technológiai változásoknak köszönhetően a helyettesítő termékek köre folyamatosan bővül, ami piaci korlátokat szab a végződtetési díjaknak.

Ha a mobilpiac valóban kétoldalú, az arra mutat, hogy a hatóság a szabályozás nem megfelelő módját választotta. Ugyanis az ilyen piacokon externális hatások vannak jelen, amit a platform úgy internalizál, hogy az árazáskor az egyik oldal által a másiknak okozott többlethasznót figyelembe veszi. Vagyis az ilyen piacokon a szabályozásnak *a két oldalon tapasztalható árak összegének csökkentését* kell megcéloznia.

Nehéz eldönteni, hogy a végződtetési díjak csökkentése a legmegfelelőbb mód-e a fogyasztók, illetve a kisebb szolgáltatók helyzetének javítására, de mindenesetre az elmondható, hogy az ismert lehetőségek közül ez mindenképpen a legolcsóbb.

Irodalomjegyzék

1. Armstrong, M. (2006): *Competition in two-sided markets*. RAND Journal of Economics, Vol. 37(3), 668-691
2. Armstrong, M., & Wright, J. (2009): *Mobile Call Termination*. The Economic Journal, 538, F270-F307
3. Belleflamme, P., & Peitz, M. (2010): *Industrial Organization. Markets and Strategies*. Cambridge University Press, Cambridge
4. Budapesti Corvinus Egyetem (2006): *A mobil piac szabályozásának nemzetközi gyakorlata és tapasztalatai*. BCE, Marketing és Média Intézet, Budapest
5. Capitol Consulting Group (2011): *Legyen-e állami a 4. magyar mobilszolgáltató?* <http://ccg.co.hu/> (letöltve: 2011. augusztus 11-én)
6. Coase, R. (1960): *The Problem of Social Cost*. Journal of Law and Economics, 3, 1-44
7. Európai Bizottság (2008): *14th Progress Report on the Single European Electronic Communications Market*. http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomm/library/communications_reports/annualreports/14th/index_en.htm (letöltve: 2011. július 29-én)
8. Európai Bizottság (2009): *15th Progress Report on the Single European Electronic Communications Market*. http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomm/library/communications_reports/annualreports/15th/index_en.htm (letöltve: 2011. július 30-án)
9. Európai Bizottság (2009): *COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT accompanying the COMMISSION RECOMMENDATION on the Regulatory Treatment of Fixed and Mobile Termination Rates in the EU*, Explanatory Note, Brüsszel
10. Európai Bizottság Magyarországi képviselete (2009): *Sajtóközlemények*. http://ec.europa.eu/magyarorszag/press_room/press_releases/20090507_tavkozles_a_bizottsag_fokozza_a_versenyt_hu.htm (letöltve: 2011. július 30-án)
11. Európai Unió Tanácsa (1994): *COUNCIL RESOLUTION of 22 December 1994 on the principles and timetable for the liberalization of telecommunications infrastructures*, (94/C 379/03)

12. Evans, D.S. (2003): *The Antitrust Economics of Two-Sided Markets*. Yale Journal of Regulation, Vol. 20(2), 325-381
13. Littlechild, S. C. (2006): *Mobile termination charges: Calling Party Pays versus Receiving Party Pays*. Telecommunications Policy, 30, 242–277
14. Magyar Telekom (2009): *Regulatory Workshop*, Budapest
15. NHH (2008): *Sajtótájékoztató*. <http://www.nhh.hu/dokumentum.php?cid=17033> (letöltve: 2011. augusztus 20-án)
16. NHH honlap (2008): „Tovább csökkenti a mobilvégződtetési-díjakat az NHH”. <http://www.nhh.hu/index.php?id=hir&cid=5831> (letöltve: 2011. augusztus 20-án)
17. Ofcom (2006): *MCT Executive Summary*. <http://stakeholders.ofcom.org.uk/consultations/mct/summary> (letöltve: 2011. augusztus 04-én)
18. Ofcom (2006): *Wholesale SMS Termination Market Review*. <http://stakeholders.ofcom.org.uk/telecoms/policy/mobile-policy/sms-termination-market-review/> (letöltve: 2011. augusztus 04-én)
19. Országgyűlés (2001): *2001. évi XL. törvény a hírközlésről*. <http://www.complex.hu/kzldat/t0100040.htm/t0100040.htm> (letöltve: 2011. szeptember 04-én)
20. Rochet, J-C., & Tirole, J. (2003): *Platform Competition in Two-Sided Markets*. Journal of the European Economic Association, 4, 990-1029
21. Rochet, J-C., & Tirole, J. (2004): *Two-Sided Markets: An Overview*. Mono Script.
22. Valletti, T., & Genakos C. (2007): *Testing the "Waterbed" Effect in Mobile Telephony*. Centre for Economic Performance Discussion Paper, Number 827
23. Vodafone Group (2007): *The Economics of Mobile Prices*. The Policy Paper Series, Number 7

Függelék

A kétoldali piacok alapmodellje (Belleflamme, 2010 alapján).

A modell feltételezései:

- Tekintsünk egy monopol platformot.
- Tegyük fel, hogy a tranzakciók határkölsége nulla.
- Határkölség alapú árazás esetén tehát a platform használata ingyenes lenne.

Az egyszerűség kedvéért most feltesszük, hogy a monopólium csak csatlakozási díjakat határoz meg.

- A csatlakozást követően a használat díjtalan.
- Piacának egyik oldalán eladók vannak, a másikon vevők.
- A belépési díj kifizetése után lehetősége nyílik minden vevőnek és eladónak, hogy körbejárjon a vásárban és egyénileg üzleteket kössön.
- A szervező az eladóktól M_e , míg a vevőktől M_v díjat szed.
- Tegyük fel, hogy minden vevőnek $q(p)$ a keresleti függvénye.
- Legyen az eladók határkölsége konstans c .
- Az eladók profitja az egyes bilaterális üzletkötésekből legyen π , így a részvételből származó teljes többlete $v_e = n_v \pi - M_e$, ahol n_v a vevők száma. (1)
- A vevők fogyasztói hasznossága tranzakciónként u , így teljes többletük $v_v = n_e u - M_v$. (2)

Természetesen minél kisebb egy adott csoport belépési díja, annál többen váltanak belépőjegyet.

Vagyis az összes vevő és eladó száma függ attól, hogy mekkora többletre tehetnek szert a részvételből:

$$n_e = N_e(v_e), n_v = N_v(v_v)$$

A szervező költségei a résztvevők számától függ, eladónként C_e , vevőnként C_v .

Így teljes profitja:

$$\Pi = n_e(M_e - C_e) + n_v(M_v - C_v)$$

Abból, hogy $v_e = n_v\pi - M_e$, valamint $v_v = n_e u - M_v$, kifejezzük a belépési díjakat a résztvevők többletének függvényében, hiszen ez a többlet fogja meghatározni a vevők és eladók csatlakozási döntéseit:

$$M_e = N_v(v_v)\pi - v_e, M_v = N_e(v_e)u - v_v$$

Így a szervező profitfüggvénye:

$$\Pi(v_e, v_v) = [N_v(v_v)\pi - v_e - C_e]N_e(v_e) + [N_e(v_e)u - v_v - C_v]N_v(v_v)$$

A profitmaximum elsőrendű feltétele:

$$\frac{\partial \Pi}{\partial v_e} = [N_v(v_v)\pi - v_e - C_e]N'_e(v_e) - N_e(v_e) + N'_e(v_e)uN_v(v_v) = 0$$

$$\frac{\partial \Pi}{\partial v_v} = N'_v(v_v)\pi N_e(v_e) + N_v(v_v) + [N_e(v_e)u - v_v - C_v]N'_v(v_v) = 0$$

Átírva:

$$(M_e - C_e)N'_e(v_e) - N_e(v_e) + N'_e(v_e)uN_v(v_v) = 0$$

$$N'_v(v_v)\pi N_e(v_e) - N_v(v_v) + (M_v - C_v)N'_v(v_v) = 0$$

Tehát a szervező akkor maximalizálja profitját, ha a kiszabott belépődíjak eleget tesznek a következő feltételeknek:

$$(3) \quad M_e = C_e - un_v + \frac{N_e(v_e)}{N'_e(v_e)}, M_v = C_v - \pi n_e + \frac{N_v(v_v)}{N'_v(v_v)}$$

Ez az eredmény azt jelenti, hogy az egyik csoport számára kiszabott monopolár egyenlő a belépéssel járó költséggel, **csökkentve** azzal az externális hasznossággal, amit a másik csoportnak okoznak, valamint **növelve** egy olyan tényezővel, ami a részvétel érzékenységeivel függ össze.

Ha adott a másik oldal résztvevőinek száma, akkor a belépés árrugalmassága a következőképpen írható fel:

$$\eta_e(M_e | n_v) = M_e \frac{N'_e(n_v\pi - M_e)}{N_e(n_v\pi - M_e)}, \eta_v(M_v | n_e) = M_v \frac{N'_v(n_e u - M_v)}{N_v(n_e u - M_v)}$$

Ez alapján a profitmaximalizáló díjakat átírhatjuk:

$$\frac{M_e - (C_e - un_v)}{M_e} = \frac{1}{\eta_e(M_e | n_v)}, \frac{M_v - (C_v - \pi n_e)}{M_v} = \frac{1}{\eta_v(M_v | n_e)}$$

Ez az árazási képlet megfelel a szokásos monopol árazásnak:

$$\frac{M_e - (C_e - un_v)}{M_e} = \frac{1}{\eta_e(M_e | n_v)}$$

Mivel a szervezőnek mindkét oldalon monopolereje van, az árakat az ismert Lerner-index képlet adja meg.

A szervező továbbá internalizálja a közvetett hálózati externáliákat, ami abból látszik, hogy a valós költségeket mindkét oldalon csökkentjük a másik oldal számára okozott többlet hasznossággal.

Az árrés úgy jelenik meg, mintha a költségek alacsonyabbak lennének a ténylegesnél.

Mi lenne ugyanakkor a társadalmilag optimális díjazás?

A teljes társadalmi többlet a szervező profitjának, valamint a vevők és az eladók többletének az összege:

$$W = \Pi(v_e, v_v) + TT(v_e) + FT(v_v)$$

Mivel $TT' = N_e(v_e)$, és $FT' = N_v(v_v)$, a monopólium esetén már felírt ERF alapján a megoldás:

$$v_e = (u + \pi)n_v - C_e, v_v = (u + \pi)n_e - C_v$$

A v_e és v_v többletek definíciója alapján a társadalmilag optimális belépődíjak:

$$M_e = C_e - un_v, M_v = C_v - \pi n_e$$

Azaz az ár egyenlő a költséggel, csökkentve a másik oldalnak okozott externális hasznossággal.

A monopolista szervező tehát internalizálta az externális hatásokat.

Viszont monopóliumként mindkét csoportra alkalmazott egy felárat, amelynek mértéke a két csoport belépődíjakra való érzékenységétől függ.