

**Budapesti Corvinus Egyetem
Vállalatgazdaságtan Intézet
Versenyképesség Kutató Központ**

**Nemzeti versenyképesség és versenyszabályozás: barátok vagy ellenségek? –
fókuszban a multinacionális vállalatok**

A tanulmány szerzői: Chikán Attila
Petényi Györgyi

Konzulens: Kiss Katalin

A tanulmány a Vállalatgazdasági Tudományos és Oktatási Alapítvány és a Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Fejlesztési Központjával kötött megállapodás keretében készült, a kutatási program első résztanulmányaként.

2009. május

Vezetői összefoglaló.....	4
1 Bevezetés	5
2 Versenyszabályozás és versenyképesség	7
2.1 Verseny.....	7
2.2 Versenyképesség.....	8
2.2.1 Vállalati versenyképesség	9
2.2.2 Nemzetgazdaság versenyképessége	10
2.3 Ország versenyképességének mutatói és rangsorai.....	12
2.3.1 Az Institute for Management Development (IMD)	12
2.3.2 World Economic Forum Global Competitiveness Report.....	14
2.3.3 Világbank: Doing Business	16
2.3.4 Áttekintés a versenyképességi rangsorokról.....	17
2.4 Versenypolitika, versenyszabályozás.....	17
2.5 Versenypolitika és versenyképesség kapcsolata	18
2.5.1 SVT-modell keretében	18
2.5.2 Verseny ill. versenypolitikai mutatók a versenyképességi rangsorokban	20
3 Állami szerepvállalás területei.....	21
3.1 Elméleti alapok.....	21
3.2 Európai alapok	22
3.3 Gazdaságpolitika mérőszámokban az IMD és a WEF jelentéseiben	24
3.4 Versenyszabályozás és fogyasztóvédelem.....	25
3.4.1 Versenyszabályozási intézmények a vizsgálatba vont országokban ...	27
3.4.2 Fogyasztóvédelem.....	29
3.5 Ágazati szabályozás.....	29
3.6 Iparpolitika - egyéb közpolitikák	30
3.6.1 Makrogazdasági stabilitás.....	30
3.6.2 Adóterhelés.....	31
3.6.3 Infrastruktúra fejlettsége	31
3.6.4 Támogatáspolitiká.....	32
3.7 Versenyszabályozás és a gazdaságszabályozás kapcsolata	32
4 Globális versenypiaci dimenziók	33
4.1 Vállalatok nemzetközivé válása	33
4.1.1 Nemzetközivé válás típusai	33
4.1.2 Multinacionális vállalatok	34
4.2 Országok közötti verseny	34
4.3 FDI vonzó képesség.....	35
4.3.1 FDI a visegrádi országokban	35
4.4 Telephelyek versenye	37
4.5 Versenyjog és a nemzetközi vállalatok.....	38
5 Multik az egyes ágazatokban.....	39
5.1 Verseny a kiskereskedelem lokális piacain	40
5.2 Versenyteremtés a regionális piacokon az energia szektorban	45
5.3 Verseny a globális piacokon.....	48
5.3.1 Verseny az exportorientált autógyártásban.....	48

5.3.2	SSC-k, azaz a szolgáltató központok megjelenése	55
6	Multinacionális vállalatok és a versenyszabályozás, a helyi verseny – az empirikus kutatások alapjai	60
6.1	A multinacionális versenyszabályozás és a helyi verseny.....	61
6.2	A további kutatások kérdésfeltevései	61
7	Hivatkozások.....	63
	Mellékletek.....	70

Vezetői összefoglaló

Jelen tanulmányunk a GVH Versenykultúra Központjával kötött megállapodás keretében végzett háromfázisú kutatási program első részét képezi. A program végső célja a multinacionális vállalatoknak a magyarországi versenyre, ezen keresztül az ország versenyképességére gyakorolt hatásának elemzése. Az első fázis feladata az elméleti háttér felvázolása és a következő fázisokban végzett empirikus kutatások terének kijelölése. Nem volt tehát szándékunk a tanulmányban felvetett kérdések általános tárgyalása (az egyes kérdések részletesebb tanulmányozását segíti a gazdag irodalomjegyzék) - célirányosan arra törekedtünk, hogy a kutatás fő célját érintő kérdésekre koncentráljunk.

A tanulmány bevezetője összefoglalja a kutatás elméleti magját, megfogalmazza relevanciáját és áttekinti a tanulmány szerkezetét.

A 2. ("Versenyszabályozás és versenyképesség") fejezet előbb a verseny és a versenyképesség általunk használt fogalmi apparátusát foglalja össze, a GVH és a Versenyképesség Kutató Központ korábban használt megközelítéseire építve. Ezt követően a nemzetközi versenyképességi rangsoroknak a mi kutatásunk szempontjából legfőbb megállapításait foglaljuk össze: kitérünk a verseny- illetve versenypolitikai mutatóknak a rangsorokban elfoglalt helyére.

A 3. fejezet az állami szerepvállalás versenyképességre gyakorolt hatásáról szól, kiemelve a versenyszabályozás kérdéseit. Foglalkozunk az állami gazdaságpolitikának a versenyképességi rangsorokban betöltött szerepével, s néhány olyan kiemelt kérdéssel, amelyeknek véleményünk szerint az empirikus kutatásokban komoly jelentősége lehet: így a fogyasztóvédelem, az ágazati szabályozás illetve a közpolitika versenyt befolyásoló vonatkozásaival.

A 4. fejezet a globalizáció világába visz. A vállalatok nemzetközivé válásának néhány alapkérdésének kifejtése után az országok közötti verseny, az FDI vonzó képesség és ezek versenyjogi háttere képezi a fejezet tárgyát.

Az 5. fejezet képezi a tanulmány talán legfontosabb részét. A magyar gazdaság négy szektorát választottuk ki abból a célból, hogy az empirikus kutatásokban ezeken keresztül illusztráljuk a multinacionális vállalatok és a nemzeti verseny kapcsolatát. A négy szektor az élelmiszer kiskereskedelem, az autógyártás, az energetika és a szolgáltató központok. Megvizsgáltuk ezen szektorok helyzetét hazánkban és a környező országokban, s azt találtuk, hogy mind a négy szektor alkalmas az általunk tervezett kutatások céljára.

A 6. fejezet az összefoglalás mellett a további kutatásokban megválaszolandó kérdéseket tartalmazza.

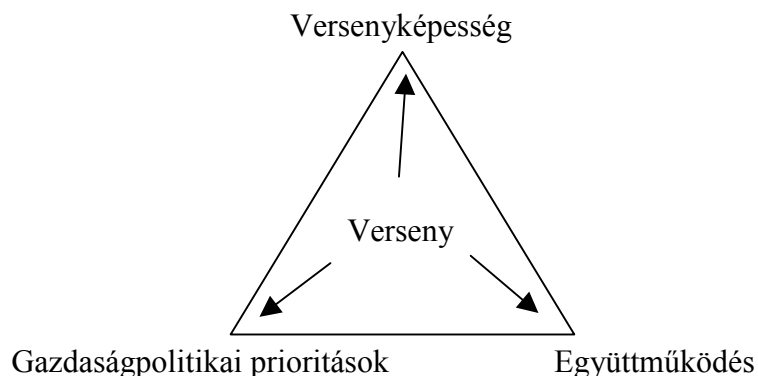
1 Bevezetés

A tanulmány célja azon átfogó összefüggések kifejtése, amelyek intuíciónk alapján a multinacionális vállalatok magyarországi jelenlétének, szerepének tulajdoníthatóak a termékpiaci verseny élénkítésében és a versenyképesség fokozásában. A globalizáció, a nemzetköziesedés és a versenypolitika, versenyszabályozás tengelyek mentén a nemzeti versenyképességi tényezőkre való befolyásoló szerepüket és annak jeleit helyezük a középpontba.

A verseny és versenyképesség kapcsolatában három fontos alapelvre támaszkodhatunk:

- * Versenyképességi alapelv: az erős belső piaci verseny segíti a nemzeti versenyképességet, (sőt annak elengedhetetlen kritériuma);
- * Gazdaságpolitikai alapelv: a nemzeti kormányzat fontos feladata, hogy segítse a hazai vállalatok fejlődését, (nem a közvetlen eszközökön van a hangsúly, hanem a makrogazdasági stabilitáson keresztül a kiszámítható makrokörnyezet megteremtésén);
- * Globális hálózati alapelv: a nemzetközi piacokon nem egyszerűen vállalatok, hanem vállalati hálók versenye folyik (a globális hálózatok versenyében az egyes szereplők szektorspecifikusan nemzeti, regionális, vagy globális versenyben méretődnek meg).

E három alapelv ugyan egyenként ma már folklorisztikusnak tekinthető, együttes alkalmazásuk azonban érdekes eredményekhez vezethet. A Chikán (2005) előadás a fenti alapelvek alkalmazásával a következő összefüggést vázolja fel:

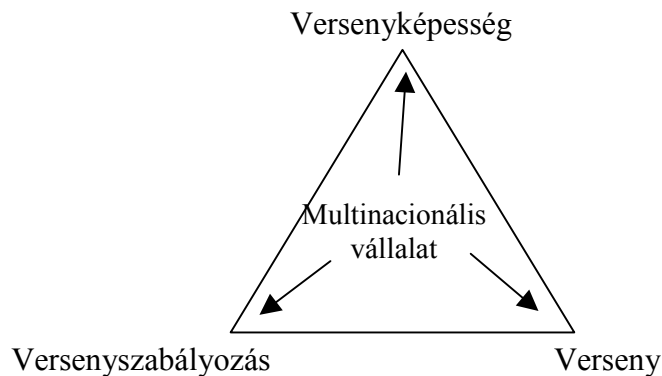


1. ábra Versenyközpontúság

Ez az ábra versenyközpontú szemléletben kapcsolja össze a felsorolt alapelveket.

A kutatási program jelen fázisában a nemzetköziesedést állítjuk a középpontba. Az összefoglaló tanulmány a verseny, versenyképesség, versenypolitika és versenyszabályozás elméleti kereteinek kifejtése mellett egyrészt arra vállalkozik, hogy a multinacionális vállalatok szerepét értékelje adott nemzetgazdaság versenyképességét meghatározó tényezők között. Másrészt a hazai, illetve a közösségi versenyszabályozás érvényesülése szempontjából a globális versenypiaci feltételeknek megfelelő multinacionális vállalatok magyarországi illetve adott esetben a közép-kelet-európai régióban betöltött szerepét veszi górcső alá.

A kutatás során abból indulunk ki, hogy a globális gazdaságban a multinacionális vállalatok (multik) mintegy alternatív gazdaságszervező szerepet töltenek be a nemzetállamok mellett. Azt kívánjuk megvizsgálni, hogyan érvényesül ez a szerep a hazánkban működő multik esetén, mihez vezet a nemzeti versenyképesség és az alkalmazható nemzeti versenypolitika illetve versenyszabályozás szempontjából, mit tehet a gazdaságpolitika (és a versenypolitika) azért, hogy ezen jelenségnek minél inkább növeljük a kedvező, s csökkentjük a kedvezőtlen hatásait.



2. ábra Multinacionális vállalatok feltételezett hatásai

A kutatás relevanciáját tovább növeli a tanulmányban is bemutatásra kerülő IMD 2008. évi versenyképességi jelentésében szereplő két alrangsor eredménye, ahol ugyan nem kemény adatok alapján, hanem az adott ország vállalatainak kiküldött kérdőív alapján hazánkban a megkérdezett vállalatvezetők a multinacionális cégeket lényegesen eredményesebbnek és sikeresebbnek tekintik a piaci megmérettetésben, mint a kkv-szektor (kis- és középvállalati szektor) vállalatait, és ilyen irányú kirívó eltérés a térség egyetlen másik országában sem tapasztalható. Csehországban és Szlovákiában a vállalatmérettől függetlenül közel azonos megítélés alá esik a társaságok eredményessége, míg Lengyelországban a kkv-szektor az eredményesebb.

Nagyvállalatok és (/) a kkv-k eredményessége a nemzetközi sztenderdek szerint (55 ország rangsorában) ¹					
Ausztria	Magyarország	Csehország	Szlovákia	Lengyelország	Románia
7./2.	12./48.	19./23.	21./20.	55./36.	39./33.

1. Táblázat – Forrás: IMD(2008)

A tanulmányban elsőként a fogalmakat tisztázzuk, amelyek a verseny, versenyképesség, versenypolitika, versenyszabályozás témában az eltérő síkú fogalomhasználat miatt szükséges. Majd bemutatjuk a különböző nemzetközi felmérések és összehasonlítások alapján született versenyképességi indexeket. Majd az állami szerepvállalással kapcsolatos alapköveket tesszük le. Végül négy általunk kiválasztott szektor vagy tevékenység mentén a gazdaság olyan területeit mutatjuk be, ahol jelentősnek ítéltük a multinacionális vállalatok jelenlétét Magyarországon illetve a közép-kelet-európai régióban. Köztük a kiskereskedelmi piacon erős belső, nemzeti verseny jellemző, ahol a multinacionális vállalatok alapvető befolyással voltak a szektor átalakulására. A villamosenergia ágazatban

¹ Forrás: IMD(2008) 381. oldal

jelentős a nemzetközi vállalatok jelenléte, azonban az ágazati struktúra a piaci liberalizáció még mindig kezdeti időszakában kevésbé járul hozzá a fogyasztói többlet, illetve jólét fokozásához éppen talán a szektor átpolitizáltsága miatt. E két szektor mellett a visegrádi országokban a multinacionális vállalatok jelenléte, illetve a globális verseny erősen érezhető mind az autóiparban illetve az ahhoz kapcsolódó termelő ágazatokban (különböző autóalkatrészek gyártása), mind a rengeteg kvalifikált munkahelyet teremtő shared service center-ek (ssc, közös szolgáltató központok) által nyújtott szolgáltatásokban.

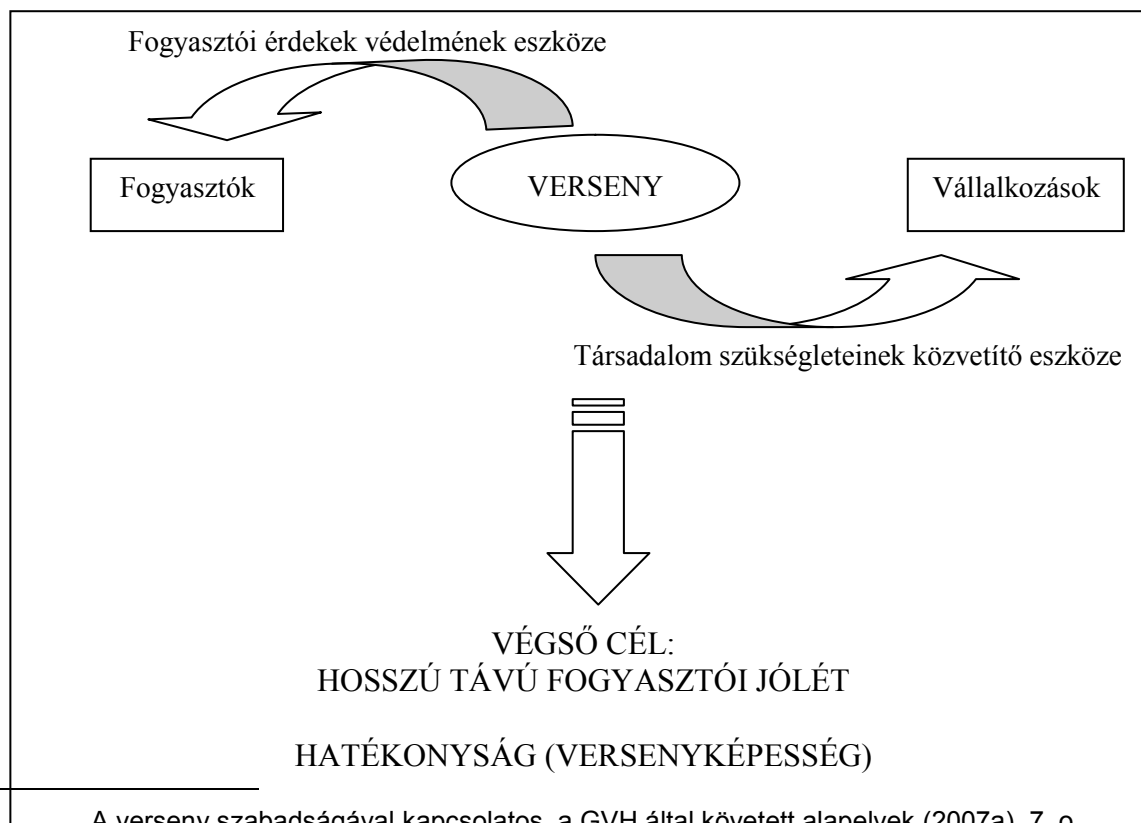
2 Versenyszabályozás és versenyképesség

2.1 Verseny

*A piaci verseny a piacgazdaságnak az a mechanizmusa, amely általánosságban véve a legjobban közvetíti a vállalatok felé a társadalom szükségleteit és a hatékonysági kényszert, így szolgálva a fogyasztókat.*²

*„A verseny egyben a fogyasztói érdekek védelmének hatékony eszköze. A fogyasztói döntések szabadsága hozzájárul a verseny hatásosságához.”*³

A versenyre vonatkozó definíciókat a Gazdasági Versenyhivatal (továbbiakban GVH) alapelveit összefoglaló kiadványokból kölcsönöztük. E definíciók alapján a versenypolitikai felfogás a fogyasztói jólétet állítja a középpontba (lásd az alábbi ábrán), és a versenyre, mint eszközre, mechanizmusra tekint. A verseny a társadalom szükségleteit, és a hatékonysági kényszert megfelelő módon közvetíti a vállalkozások felé, és egyben a fogyasztók érdekeinek védelmét szolgálja, ahol a fogyasztók szabad és tudatos döntései hozzájárulnak a vállalkozások közötti verseny hatásos fokozásához, (és ezzel együtt a hosszú távú fogyasztói jólét növeléséhez).



² A verseny szabadságával kapcsolatos, a GVH által követett alapelvek (2007a), 7. o.

³ A fogyasztói döntések szabadságára vonatkozó, a GVH által követett alapelvek (2007b), 3. o.

3. ábra – Verseny mint eszköz (saját ábra)

A verseny definíciójának értelmezésére már többen is tettek próbálkozást. A GVH megfogalmazása mellett R. H. Bork, a chicagói iskola egyik jelentős képviselőjének többes értelmezését mutatjuk be, rávilágítva arra, hogy a versenyhez kapcsolódó diskurzusban a fogalmi meghatározás félreértésekre adhat okot. Bork könyvében⁴ a verseny ötféle értelmezését állítja egymás után: (1) A verseny a rivalizálás (rivalry) folyamata, amely a versenypolitika számára nem sok haszonnal szolgál, hiszen a rivalizálást önmagában is célnak, illetve önmaga céljaként állítja be, nem törődve azokkal a hasznokkal melyek a versengés megszűnése esetén keletkezhetnek. Ha a verseny megőrzése a versenypolitika célja, akkor meg kell akadályozni a verseny azonosítását a rivalizálással, mely rendkívül káros következményekhez vezethet. (2) A verseny a másik értelmezés szerint valamely szereplő vagy vállalkozás általi más szereplő vagy vállalkozás gazdasági tevékenysége korlátozásának hiánya. Ezen meghatározás is kevés haszonnal szolgál, hiszen a szerződéses kapcsolatok többsége valamiféle önkéntes korlátozással jár. (3) A verseny a piac azon állapota, amikor az egyes eladó vagy vevő piaci döntéseivel nem befolyásolja az árakat. Bork ezt a fajta tökéletes piaci állapotot tovább részletezi Stiglerre hivatkozva, ahol a nagyszámú piaci szereplők tökéletesen informáltak, a termék homogén, és a kibocsátás (végtelenül) osztható. Ez a tökéletes piaci állapot, mely modellt a közgazdaságtan mellett az antitröszt politikának is használnia kell, hiszen alkalmazásával hasznos érvekkel szolgálhat a tényleges piacok működésének megértéséhez. (4) Adott földrajzi területen sokféle elkülönült (fregmentált) iparág és piac létezése, melyek fennmaradását az életképes, kisebb helyi vállalkozások sokfélesége garantálja. A versenynek efféle definíciója elég bizonytalan, mely önmagában hibája ennek a meghatározásnak, emellett a versenynek semmi köze nincs ahhoz, hogy egy vállalkozás helyinek tekintendő-e vagy sem. (5) Bork által vázolt ötödik gyakorlati célokra legmegfelelőbb verseny meghatározás, amikor jogi (törvényhozói, kormányzati, vagy jogalkalmazói) beavatkozással már nem lehet a piac állapotán a fogyasztói jólétet növelve javítani.

Ezen utolsó meghatározás a GVH kettős értelmezésével rokon. A magyar alkotmány által is rögzített piacgazdasági keretek között a cél az, hogy a gazdasági kérdések zömét a hatásosan működő piac oldja meg a társadalomban, és csak amellet legyen kiegészítő, szükség esetén beavatkozó szerepe az államnak, ezen belül is a kormánynak.

Tanulmányunk szempontjából kiemelt jelentősége van Porter munkásságának. Deák (2000) alapján Porter munkáiban a verseny kétféle módon fordul elő: a verseny (competition) szót általánosan használja, és a globális versenyt érti alatta, míg rivalizálásnak hívja (rivalry) egy iparágon, illetve földrajzi térségen belül az egyes helyi cégek versengését.⁵

2.2 Versenyképesség

⁴ Bork (1993) 58-61. o.

⁵ Deák (2000) 6.o.

A versenyképesség a közgazdasági diskurzusban az utóbbi időben egyre gyakrabban alkalmazott fogalmi kategória, amely kezdetben a vállalati szféra szereplőivel kapcsolatban fordult csak elő, azonban az utóbbi két évtizedben tágabb értelemben regionális vagy nemzeti szinten is értelmezésre került, és a gazdaságpolitikai vitákban is divatossá vált. Használata mögött részben az az általánosan elfogadott vélekedés áll, hogy a gazdasági eredmény elérése nemcsak az adott termék (szolgáltatás) előállításában résztvevő közvetlen szereplőkön múlik, hanem a tágabb értelemben vett vállalati értékláncon és az adott ország gazdasági és kulturális környezetén egyaránt.

Porter korai írásai alapján azt mondhattuk, hogy a versenyképesség fogalma csak vállalatokra és iparágakra értelmezhető, ahol versenyképesség alatt az innováción alapuló – költségelőny illetve termékdifferenciálás nyújtotta – versenyelőny értendő, míg a versenyképesség egyetlen értelmezhető koncepciója nemzetgazdasági szinten a nemzeti termelékenység.⁶ Későbbiekben Porter álláspontja is módosult, és a nemzetgazdaságokra is általánosan használttá vált a versenyképesség fogalma, azonban értelmezésében egy ország versenyképessége magas vagy növekvő termelékenységi szinthez kapcsolható, ami elsősorban az egyes gazdasági egységekben illetve egységek között zajló folyamatok eredménye.⁷

2.2.1 Vállalati versenyképesség

Vállalati versenyképesség a vállalatnak azon képessége, hogy a társadalmi felelősség normáinak betartása mellett tartósan tud olyan termékeket és szolgáltatásokat kínálni a fogyasztóknak, amelyeket azok a versenytársak termékeinél (szolgáltatásainál) inkább hajlandók a vállalat számára nyereséget biztosító feltételek mellett megfizetni. Ezen versenyképesség feltétele, hogy a vállalat képes legyen a környezeti és a vállalaton belüli változások érzékelésére és az ezekhez való alkalmazkodásra, a versenytársakénál tartósan kedvezőbb piaci versenykritériumok teljesítésével.⁸

A vállalati versenyképesség legfőbb aldimenziója az előállított termékekhez köthető versenyképességi elemek, melyek legfontosabb tényezői a marketing szakirodalomban azóta csak 4P-ként⁹ említett jellemzők. A termék (product) önmaga, az ár (price), az értékesítési csatorna (place), és a piacbefolyásolás vagy már nálunk is elterjedt szóval a promóció (promotion).

A vállalkozások a termék (vagy szolgáltatás) piaci versenyben méretődnek meg, ahol az általuk előállított termékek vagy szolgáltatások illetve ezek kombinációja mögött technológiai és erőforrás-alapú tényezők hatékony felhasználása bújik meg. A technológiát tágan értelmezve ide értünk termelési eljárásokat, műszaki megoldásokat, vállalatirányítási és vállalati gazdálkodási módszereket. Ezek átvételében, alkalmazásában és adaptálásában a vállalkozási szféra szereplőinek meghatározó szerepe van. Pozitív hatást tulajdoníthatunk a külföldi érdekeltségű vállalatokkal való kapcsolatnak azokban az esetekben, ha azok megjelenése egyben a technológiai transzfer megjelenését is magával hozza.

⁶ Porter (1990)

⁷ Porter (1998b)

⁸ Chikán-Czakó-Lesi (2006) –ből idézett definíció.

⁹ McCarthy (1964)

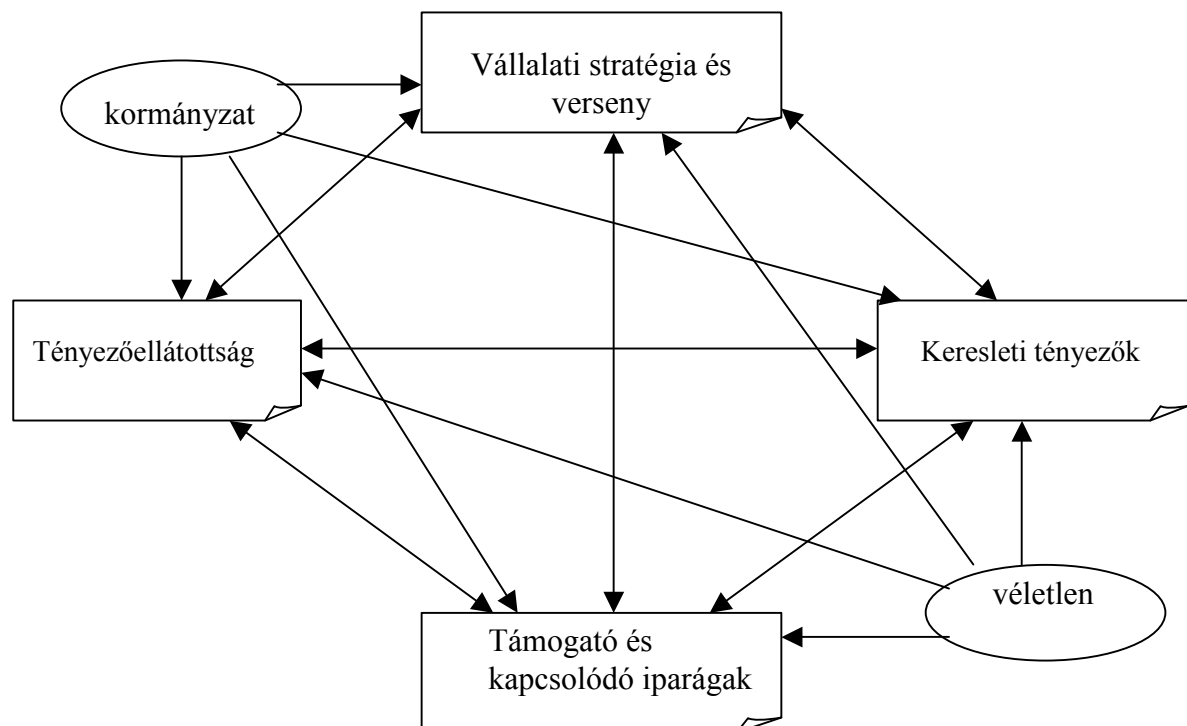
2.2.2 Nemzetgazdaság versenyképessége

A **nemzetgazdaság versenyképessége** alatt a nemzetgazdaságnak azt a képességét értjük, hogy úgy tud létrehozni, felhasználni, illetve a globális verseny keretei között értékesíteni termékeket és szolgáltatásokat, hogy közben saját termelési tényezőinek hozadéka, s ezzel párhuzamosan állampolgárainak jóléte fenntartható módon növekszik. Ezen versenyképesség feltétele az erőforrások termelékenység-növekedésének elősegítése a vállalatok és más intézmények hatékonyságának növekedését biztosító feltételek folyamatos fenntartása útján.¹⁰

A nemzetgazdasági versenyképesség értékelésének legfontosabb aggregált mutatója az egy főre jutó GDP, amely mutató színvonalának magyarázata Porter szerint¹¹ két nagy tárgykörre osztható. Az egyikben vizsgálni kell az elért teljesítményhez felhasznált munkamennyiséget (az egy főre jutó munkaórák számát, és az ezt alakító tényezőket). Másikban tanulmányozni kell a „termelékenységet” és az elért színvonalat magyarázó tényezőket, azaz az egy munkaóra alatt létrehozott hozzáadott érték nagyságát.

Portertől származik az a megközelítés is, hogy egy ország versenyképességének vizsgálatakor nem a teljes gazdaságot, mint egységes egészet kell vizsgálni, hanem egyes iparágakra kell fókuszálni, mivel ideális esetben az erőforrások a produktív és egyben leginkább versenyképes iparágakba áramolnak. Ma már a versenyelőnyök jelentős része a termelékenységéből származik.

Az alábbi ábra Porter gyémánt modelljét szemlélteti, mely alapján egy adott iparág üzleti környezetét és egyben versenyelőnyét négy determináns befolyásolja:



4. ábra Porter - Gyémántmodell¹²

¹⁰ Chikán-Czakó-Lesi (2006) –ből idézett definíció.

¹¹ Porter (1998)

¹² Porter (1990)

(1) Tényezőellátottság – vagy input tényezők. Ide tartozik minden olyan input, amely révén egy vállalat az adott iparágban versenyezhet, tehát a megfelelő termelési tényezők megléte, a tudásbázis, infrastruktúra (műszaki, adminisztratív, információtechnológiai), pénzügyi, humán és természeti erőforrások. Az input tényezők megújítására ösztönöz a vállalatok közötti verseny, a belföldi keresletben történő változások, valamint a kapcsolódó és támogató iparágak¹³, ezt szemlélteti a gyémántmodell többi tényezőjével való kapcsolat.

(2) Keresleteti tényezők – a hazai keresletnek meghatározó szerepe van a nemzetközileg is versenyképes szektorok kialakulásában. Az igényes (szofisztikált) egyéni fogyasztók illetve a b2b (business to business) kapcsolatokban megjelenő üzleti vásárlók, köztük bizonyos iparágaknál a multinacionális vállalatok, mint felvevők, akik jelentős hatással lehetnek a kereslet megújítására. A hazai versenyben sikeres vállalatok képessé válhatnak arra, hogy nemzetközileg is sikeres termékeket állítsanak elő, azaz piacukat bővítsék.

(3) Támogató és kapcsolódó iparágak – beleértve az esetlegesen kialakuló klasztereket, az adott iparághoz kapcsolódó értéklánc mentén, vagy ahhoz kapcsolódva. Ebben az értelemben a klaszterek az elkülönült vállalatok ellentétéként jelentkeznek, azaz vállalatok, beszállítók, szolgáltatók, kapcsolódó intézetek földrajzilag központosult halmazai valamely területen, amelyeket különféle külső gazdasági hatások (externáliák) és egymást kiegészítő jellegük (komplementaritás) kapcsol össze. „A korábbi nemzetközi versenyképesség vizsgálatok azt mutatták, hogy a nemzetgazdaságok vállalatai/iparágai nem önmagukban, hanem csoportosan, horizontálisan és vertikálisan egymáshoz kapcsolódóan, „fürtökben” versenyképesek.”¹⁴ Ez az eredmény is indokolja, hogy adott iparághoz kapcsolódó és támogató iparágak minőségi tényezői részét képezzék a versenyképességi elemzésnek.

(4) Vállalati stratégia és verseny (rivalry) – ez a tényezőcsoport a vállalatok belső (stratégiák, célrendszerek) vezetési jellemzőit, valamint az iparágra jellemző külső tényezőket tartalmazza, mint az iparág szabályozottsága, a vállalatok közötti verseny, annak élessége, és az új belépők fenyegetése. A fókusz azon a részben belső tényezőkön van, amelyek ösztönzik a beruházásokat és a termelékenység fokozását, illetve élénkítik a helyi és nemzetközi versenyt. Porter által jegyzett hatás szerint a hazai cégek közötti rivalizálás – verseny segíti a globális versenyben való helytállást.¹⁵ Vizsgálatai alapján az innovációt a belső verseny kényszeríti ki a vállalkozásokból, és így a vállalkozások teljesítményét is növeli. A verseny ösztönzi az új vállalatok piacralépését, kilépésre sarkallja a rosszul teljesítőket, emellett rámutat az iparági szereplők közötti teljesítménykülönbségekre. Mivel a verseny ennyire központi tényező, a kormányzat befolyása – a versenyszabályozáson, az adózás ösztönzésén és támogatásokon, valamint az állami tulajdonban lévő, vagy azokhoz kapcsolódó vállalatok irányításán keresztül – lényegesen befolyásolja a termelékenységet.¹⁶ Kulcsfontosságú szempont emellett az ország nyitottsága a külkereskedelem és beruházások iránt. Több kutatás is összefüggést talált egy

¹³ Czakó (2008)

¹⁴ Czakó (2008)

¹⁵ Porter (1998b)

¹⁶ GCR (2008)

ország (gazdasági) nyitottsága és jólétének növekedése között, vagy igazolta a fejlett gazdaságokkal való kereskedelem szerepét a tudástranzszerben.¹⁷

E négy tényezőre a kormányzat és a véletlen események lehetnek hatással. A kormányzat egyrészt a legtöbb területen vagy biztosítja a tényezőellátottságot, vagy erős befolyással lehet annak alakítására, a keresleti oldal vonatkozásában maga is vásárlóként lép fel (állami megrendelések, közbeszerzések), másrészt kialakítja és betartatja azokat a szabályokat, amelyek a piaci szereplők mozgásterét határozzák meg. Befolyással lehet gazdaságpolitikája révén az egyes iparágak szereplőinek magatartására, és a versenyszabályozással ellenőrzi az egyes vállalatok közötti együttműködési lehetőségeket. Leginkább a szabályozott iparágakban az iparági szerkezetet, a kialakítható vállalatformákat is befolyásolhatja, emellett ahol az állam tulajdonosa egyes piaci szereplőknek a vállalati stratégiára is egyértelműen befolyással lehet.

Az egyes országok versenyképességét befolyásoló gazdasági tényezőket, és az egyes országok teljesítményét sok módszerrel vetik össze, a következő részben ezekből adunk ízelítőt.

2.3 Ország versenyképességének mutatói és rangsorai

2.3.1 Az Institute for Management Development (IMD)¹⁸

A lausanne-i székhelyű IMD (Institut für Management-Entwicklung) vezetőképző és gazdaságkutató intézet évente publikálja World Competitiveness Yearbook című kiadványát. 1988-ban készítette el első rangsorát az országok versenyképességére vonatkozóan, amikor még korántsem volt egyöntetűen elfogadott a nemzetgazdaságok versenyképességének értelmezése.

Kritikus vélemények érték több oldalról: egyrészt a versenyképesség az exportban (exportképességben) tükröződik, ha egy ország versenyképes, akkor termékeivel és szolgáltatásaival túlteljesít más országokat, és nincs szükség ennél további elemzésre. Paul Krugman szerint a versenyképesség csak a termelékenység szinonimája, mely érvét már 1994-ben megfogalmazta, és a versenyképességet „veszélyes rögeszmének” nevezte. Más vélemény szerint a versenyképesség a nemzetekre nem értelmezhető kategória, hiszen valamely ország sikere a vállalkozásai versenyképességének eredménye. Ez a híres-hírhedt: „ami jó a GM-nek, az jó az USA-nak” szállóige újraértelmezése¹⁹.

Az IMD 55 országot rangsorol versenyképességük szerint, több mint 300 kritérium alapján. A ranglista kétharmad részben hivatalos statisztikákon, egyharmad részben pedig az IMD szakértőinek felmérésein, elemzésein alapul. Az összesített rangsor a gazdasági teljesítményt, a kormányzati hatékonyságot, a versenyszféra teljesítőképességét, valamint az infrastrukturális feltételeket külön értékelő listák eredőjéből áll elő.

¹⁷ GCR (2008) 50. o.

¹⁸ IMD (2008) alapján

¹⁹ Napjainkban ez a mondás is átértékelődik.

A gazdasági teljesítmény a hazai gazdaság (mérete, növekedése, jólét, előrejelzések), a külkereskedelem, a külföldi befektetések, a foglalkoztatottság és az áralakulás több mint 80 mutatója alapján kerül be az értékelésbe.

A kormányzati hatékonyság vizsgálata az állami finanszírozás, fiskális politika, intézményrendszer (központi bank, állam hatékonysága), vállalati jog (nyitottság, verseny és szabályozás, munkaerő piaci szabályozás), és a társadalmi keretek, mint elemzési szempontok alapján kerül vizsgálatra 73 kritérium figyelembevételével.

A vállalati hatékonyság 70 rangsoreleme között szerepel a termelékenység és hatékonyság, a munkaerőpiac (költségek, kapcsolatok, készségek), pénzügyek (banki szolgáltatások hatékonysága, tőzsde hatékonysága, pénzügyi vezetés), a vállalatvezetési gyakorlat, az attitűdök és értékek.

Az infrastruktúrát az alapinfrastruktúra valamint a műszaki-technológiai infrastruktúra, a tudásbázis, az egészségügyi-környezeti tényezők és az oktatás mérőszámaival (több mint 100 kritérium) osztályozzák.

IMD World Competitiveness (2004-2008)

Országok	Rangsor				
	2008.	2007.	2006.	2005.	2004.
USA	1.	1.	1.	1.	1.
Szingapúr	2.	2.	3.	3.	2.
Hongkong	3.	3.	2.	2.	6.
...					
Ausztria	14.	11.	13.	17.	13.
Németország	16.	16.	25.	21.	19.
Csehország	28.	32.	28.	30.	36.
Szlovákia	30.	34.	33.	34.	33.
Szlovénia	32.	40.	39.	43.	38.
Magyarország	38.	35.	35.	31.	35.
Bulgária	39.	41.	41.	-	-
Lengyelország	44.	52.	50.	48.	48.
Románia	45.	44.	49.	46.	45.

Bár az USA a korábbi évekhez hasonlóan továbbra is az élen áll, az eddigi 10 év adatait vizsgálva megállapítható, hogy 34 ország – köztük Magyarország is – folyamatosan csökkenti hátrányát.

Magyarország az utóbbi évben 3 helyezéssel rontotta helyzetét, és 2008-ban már a 38. helyen áll. Régiós versenytársaink közül Csehország és Szlovákia, valamint Szlovénia előrébb szerepel a rangsorban, ám Bulgáriát, Romániát, és Lengyelországot megelőzzük. Magyarország relatív versenyképességi indexe (USA = 100%) is romlott (0,4 százalékponttal) az előző évhez képest, melynek értéke 52,9. A részmutatókat tekintve meg kell említeni, hogy a külkereskedelmet tekintve 11. Magyarország a rangsorban, ennél előrébb helyezkedik a GDP százalékában belföldre illetve külföldre áramló jövedelmeket illetően, valamint az üzleti vállalati jogi környezet érdemelt még előkelő (11.) helyet az alrangsorokban. Legsiralmasabb teljesítményt (55.) a hazai gazdaságot és az attitűdöket és értékeket tekintve értünk el, de a fiskális politikát tekintve is aggodalomra ad okot az 53. helyezés, valamint a közpénzügyeket tekintve az 51., emellett a foglalkoztatás és az árak területén teljesítettünk rosszul.

2.3.2 World Economic Forum Global Competitiveness Report²⁰

Az egyik legátfogóbb elemzést a Világgazdasági Fórum végzi el évente már 1979 óta, amelynek eredménye a Global Competitiveness Report (Globális versenyképességi jelentés) című kiadványban jelenik meg. Megfogalmazásuk szerint a versenyképesség azon intézmények, politikák és tényezők, melyek meghatározzák egy ország termelékenységének szintjét. A termelékenységi szint másfelől a gazdaság által kiérdemelt konjunktúra fenntartható szintjét adja meg.

A gazdasági versenyképesség 12 pillérébe csoportosították azokat a szerteágazó tényezőket, amelyek alapján a versenyképesség komplexitását megragadják:

1. **Intézmények** – az intézményi környezet határozza meg az egyének, a vállalkozások és a kormányzatok közötti interakciókat, amelyekkel jövedelmet és jólétet generálnak a gazdaságban.
2. **Infrastruktúra** – egyik fő hajtóereje a versenyképességnek, meghatározva a gazdasági tevékenységek elhelyezkedését.
3. **Makroökonómiai egyensúly** – a makrogazdaság egyensúlya nemcsak az üzleti környezet, hanem az adott ország egészének versenyképessége szempontjából fontos. Habár a makrogazdasági egyensúly önmagában nem tudja a termelékenységet növelni, de az is felismerhető, hogy rendezetlensége árt a gazdaságnak. A vállalkozások nem tudnak megfelelő döntéseket hozni ha akár az infláció is kikerül a kontroll alól. Összegezve a gazdaság csak stabil makrogazdasági környezetben tud növekedni.
4. **Egészségügy és közoktatás** – az egészségügy helyzete általánosan fontos tényező, emellett a közoktatás mennyisége és minősége is fontos a gazdaság szempontjából, annak hiánya gátolhatja az üzleti környezet fejlődését.
5. **Felsőoktatás és szakképzés** – a minőségi felsőoktatás és szakképzés rendkívül fontos az értékláncon elmozduláshoz az egyszerű termelési folyamatoktól és termékektől.
6. **Javak piaci eredményessége** – a megfelelő termék- illetve szolgáltatás-mix biztosíthatja a hatékony értékesítést. Az egészséges piaci verseny, mind a hazai, mind a nemzetközi, hajtja a piacok teljesítményét és így az üzleti termelékenységet, ezzel biztosítva, hogy a hatékony vállalkozások, a piacok által keresett termékeket gyártva, prosperálnak. A javak cseréjét lehetőleg jobban biztosító környezetben a kormányzat a lehető legkisebb mértékben avatkozik be az üzleti folyamatokba.
7. **Munkaerőpiaci termelékenység** – a munkaerőpiaci termelékenység és rugalmasság biztosíthatja, hogy a munkaerő a lehető leghatékonyabb módon használja erőforrásait.
8. **Pénzügyi piacok** – leginkább a megbízható és transzparens bankszektor létének követelménye kiemelendő.
9. **Technológiai felkészültség** – a gazdaság azon képessége, hogy új technológiákat alkalmazzon termelékenységének növekedése érdekében.
10. **Piac mérete** – befolyásolja a termelékenységet, mivel a nagy piacokon a cégek kiaknázhathatják a méretgazdaságossági előnyöket.
11. **Üzleti kifinomultság** – az ország üzleti hálózatainak valamint az egyes vállalkozások működésének és stratégiáinak minősége. Különböző mennyiségi és minőségi változókból lehet következtetni pl.: klaszterek létrejöttére, amelyek magasabb eredményességgel működnek.

²⁰

World Economic Forum *Global Competitiveness Report 2008*

12. **Technológiai innováció** – hosszútávon az életszínvonal növekedése a technológiai innovációnak köszönhető.

A 12 pillér ugyan elkülönülten került bemutatásra, azonban fontos felhívni a figyelmet, hogy ezen tényezők között erős összefüggés, egymást erősítő kapcsolat van.

Az első 4 pillér a tényezők (erőforrás) hajtotta gazdaságok kulcskategóriái, míg az 5-10. pillér kategóriái az eredményesség hajtotta gazdaságoké, a 11-12. pillér pedig az innováció hajtotta gazdaságok kulcsismérvei.

A gazdaságok fejlődését tekintve a 2008 évi rangsor 5 kategóriát különített el az egy főre eső GDP alapján. A legfejlettebb 17000 USD-t meghaladó egy főre eső GDP-t termelő országok innováció alapúak, és a régiónk országai közül Szlovéniát és Csehországot sorolták ide. Magyarország és Szlovákia az alacsonyabb GDP kategóriában az átmeneti országok közé került, míg a kevésbé fejlettek között található Románia és Bulgária.

A World Economic Forum tényadatok, valamint több mint 11 000 vállalati vezető megkérdezésére épülő felmérések eredményeinek kombinációjaként készülő jelentése több mint 130 országot rangsorol. Az alapindex, a növekedési versenyképességi index (GCI, Growth Competitiveness Index), mely az alapvető makrogazdasági feltételek, a hatékonyságnövelő tényezők, valamint az innovációs és üzleti tényezők alindexek köré gyűjtött komponenseket foglalja magában. Ennek párja a korábbi években az üzleti versenyképességi index (BCI, Business Competitiveness Index) volt, amely a vállalati működés és stratégia, illetve az üzleti környezet (azaz a mikroökonómiai szintű versenyképesség) minőségének értékelésén alapul. 2008-tól új keretbe helyezték az egyes tényezők értékelését, de a GCI szerinti rangsor az alábbi képet mutatja az utóbbi három év vonatkozásában.

Global Competitiveness Report (2006-2008)

	GCI		
	2008.	2007.	2006.
USA	1.	1.	1.
Svájc	2.	2.	4.
Dánia	3.	3.	3.
...			
Németország	7.	5.	7.
Ausztria	14.	15.	18.
Csehország	33.	33.	31.
<i>Szlovénia</i>	<i>42.</i>	<i>39.</i>	<i>40.</i>
<i>Szlovákia</i>	<i>46.</i>	<i>41..</i>	<i>37.</i>
Magyarország	62.	47.	38.
<i>Lengyelország</i>	<i>53.</i>	<i>51.</i>	<i>45.</i>
<i>Románia</i>	<i>68.</i>	<i>74.</i>	<i>73.</i>
Bulgária	76.	79.	74.

A World Economic Forum (WEF) utóbbi két évi jelentései alapján a világ legversenyképesebb gazdaságának az USA bizonyult, míg Magyarország versenyképessége jelentősen romlott az elmúlt években. Magyarország a növekedési versenyképességi rangsorban a 2006. évi 38. helyről (a 2006-os publikáció 41. helyét a WEF a 2007. évi módszertani módosításoknak köszönhetően

a 38.-ra módosította) 2007-ben a 47.-re, majd még drasztikusabban a 62. helyre csúszott vissza (ami csak kismértékben magyarázható azzal, hogy három 2006-ban még nem vizsgált ország is hazánk elé került). Meglepő, hogy közép-kelet-európai EU-tagországokban alapvetően inkább romlott a versenyképesség.

2.3.3 Világbank: Doing Business²¹

A Világban 7 évvel ezelőtt 2002-ben jelentette be a Doing Business projektet és az első jelentést 2003-ban publikálták. Az első tanulmányban 5 indikátort vizsgáltak 133 országban, míg a legutolsó 2009-es jelentés már 181 ország szerepelt, és a vizsgált indikátorok száma is 10-re nőtt.

A Doing Business jelenlegi rangsora a vállalati működés tíz területét külön-külön értékelő komponensek („alrangsorok”) összesítéseként áll össze, és az egyes komponenseken belül a felmérés konkrét, számszerűsíthető mutatók alapján értékeli a szabályozás minőségét, illetve a szabályozottság szintjét. A tíz „alrangsor” a következő területeket öleli fel: (1) cégalapítás, (2) építési engedély eljárás, (3) munkaerő alkalmazása, (4) tulajdonjog-nyilvántartás, (5) hitelnyújtás, (6) beruházók védelme, (7) adófizetés, (8) határon átnyúló kereskedelem, (9) szerződés-végrehajtás, (10) vállalkozás megszüntetés.

A Doing Business felmérés keretében a Világbank közel 180 országot értékelt az üzleti környezet minősége szempontjából.²² A vizsgált országok közül Magyarország a 2009-es rangsorban az erős középmezőnyben a 41. helyezést érte el. A jelentés Magyarország kapcsán három területen (cégalapítás; hitelnyújtás, szerződés-végrehajtás) pozitív, míg az adófizetés esetében, illetve a beruházók védelme kategóriában igen negatív pontszámokat adott.

2009-es alrangsorok a közép-kelet-európai országokban:

Szemponatok	Magyar-ország	Szlovákia	Cseh-ország	Lengyel-ország	Románia
cégalapítás	27.	48.	86.	145.	26.
építési engedély eljárás	89.	53.	86.	158.	88.
munkaerő alkalmazása	84.	83.	59.	82.	143.
tulajdonjog-nyilvántartás	57.	7.	65.	84.	114.
hitelnyújtás	28.	12.	43.	28.	12.
beruházók védelme	113.	104.	88.	38.	38.
adófizetés	111.	126.	118.	142.	146.
határon átnyúló kereskedelem	68.	116.	49.	41.	40.
szerződés-végrehajtás	12.	47.	95.	68.	31.
vállalkozás megszüntetés	55.	37.	113.	82.	85.
Összesített rangsor	41.	36.	75.	76.	47.

²¹ World Bank (2008)

²² A jelenlegi lista azonban nemcsak az országokat, hanem a régiókat is rangsorba tudja állítani, így a legújabb 2009-es besorolás szerint az OECD tagországok csoportja áll az első helyen, a második a Kelet-Európát és Közép-Ázsiát egybetartozónak tekintő ország-csoport, 3. Kelet-Ázsia és a Csendes Óceáni térség, 4. a Közel-Kelet és Észak-Afrika, 5. Latin-Amerika és a Karibi térség, 6. Kelet Ázsia és végül a 7. Sub-Szahara Afrika.

Fontos eredményként lehet kiemelni, hogy Magyarország az előkelő 8. helyen szerepel a cégalapítás tekintetében legnagyobb reformokat végrehajtó országok alrangsorában. Továbbá 5. helyen szerepel a tulajdon-jog nyilvántartás ún. reformerei között.

Doing Business (2006-2009)

Országok	Összesített rangsor			
	2009.	2008.	2007.	2006.
Szingapúr	1.	1.	1.	2.
Új-Zéland	2.	2.	2.	1.
USA	3.	3.	3.	3.
...
Németország	25.	20.	21.	19.
Ausztria	27.	25.	30.	32.
Szlovákia	36.	32.	36.	37.
Magyarország	41.	45.	66.	52.
Bulgária	45.	46.	54.	62.
Románia	47.	48.	49.	78.
Szlovénia	54.	55.	61.	63.
Csehország	75.	56.	52.	41.
Lengyelország	76.	74.	75.	54.

Hazánk a vizsgálatban részt vevő EU-tagországok között a középmezőnyben tanyázik, az új tagországok közül a balti országok és Szlovákia előttünk, Csehország, Szlovénia, Lengyelország, Románia és Bulgária pedig mögöttünk található a rangsorban. A Doing Business rangsor élbolyában egyébként a korábbi évek hagyományaihoz hasonlóan távol-keleti (Szingapúr, Hongkong, Japán), angolszász, és skandináv országok találhatóak.

2.3.4 Áttekintés a versenyképességi rangsorokról

Az IMD és a WEF rangsora átfogó képet kíván nyújtani az egyes nemzetgazdaságok versenyképességét, jövedelem-termelőképességét illetően, míg a Doing Business vállaltan egy részterületre, ám a nemzetközi működőtőke áramlás szempontjából fontos területre fókuszál. Az IMD és a WEF rangsor között eltérések abból adódnak, hogy az előbbi 331, míg az utóbbi 126 kritérium mentén nyújt összehasonlítást a vizsgált országokról. Az IMD versenyképességi jelentésében nagyobb hangsúlyt kapnak a nemzetközi, nemzeti illetve regionális szervezetektől összegyűjtött kemény adatok. Ez utóbbi tényező összefüggésben van azzal, hogy az IMD csak 55 országot hasonlít össze, míg a WEF estében jelenleg a 130-at is meghaladja a rangsorában szereplő országok száma.

E két leginkább átfogó rangsor mellett a Világbank Doing Business rangsora kiegészítő szerepet tölt be, habár eredményei magas korrelációt mutatnak a két másik rangsorral.

2.4 Versenypolitika, versenyszabályozás

A versenyképességi rangsorokban is megjelenik részmutatóként (lásd később) az adott országra jellemző versenyszabályozás, illetve kikényszerítésének értékelése. A

tanulmányban a két megközelítés (versenyképességi illetve versenypolitikai) kapcsolódási pontjainak feltárása előtt bevezetésre szorul, hogy mit értünk versenypolitika, versenyszabályozás alatt. Ha történeti perspektívába helyezzük a kérdést, akkor Kanada illetve az Egyesült Államok példáját kell említeni, amely országok élenjárók a versenypolitika és versenyszabályozás kialakításában. Náluk a hatalommal való visszaélés megoldására a 19. század végén és a 20. század elején születtek meg a nagy hatású gazdasági reformok, köztük a trösztellenes és versenyt támogató törvények nagy része is, a vasúti és más monopóliumokkal való visszaélésekre válaszolva.

A történeti kitekintés is sugallja, hogy társadalmi és politikai folyamatok egyaránt befolyásolják a versenypolitika célrendszerét, és így a versenyjog alkalmazását is, de az egyéb közpolitikai célok is hatással vannak a versenypolitika érvényesítésére.²³ Motta összefoglaló munkájában a versenypolitika vagy trösztellenes politika egy lehetséges definícióját így fogalmazza meg: „a versenypolitika azon közpolitikák és jogszabályok összessége, amelyek biztosítják, hogy a piaci versenyt nem korlátozza semmi olyan módon, hogy az a társadalom számára káros legyen”²⁴. A társadalom számára okozott kárt a gazdasági jólét csökkentésében lehet utolérni. Ha a gazdasági jólét fogalmát tovább vizsgáljuk, akkor a teljes társadalmi többlet fogyasztói és termelői többletre bontásával lehet konkrétabban specifikálni a versenypolitika célrendszerét, azonban jelen munkában ettől eltekintünk, és e tágan értelmezett definíció bemutatása mellett a GVH szempontrendszerét szem előtt tartva a versenypolitika legfőbb céljának a fogyasztói jólét növelését tekintjük. A fogyasztói jóléttől a versenyszituációhoz fordulva ez úgy fordítható át, hogy a verseny illetve a verseny folyamatának védelme a versenyszabályozás kiemelt célja. Fontos megjegyezni, hogy a verseny védelme nem a kevésbé hatékony, és ezért a versenyben alulmaradó piaci szereplők védelmét jelenti, és semmiképpen sem irányul a versenyzőnek tekintett piacszerkezetek mechanikus megóvására.²⁵

A verseny bevezetése illetve térnyerése ellenében hat(hat) a politikai akarat hiánya, az alacsony versenykultúra, egyes termékpiacok vonatkozásában a magas piaci, tulajdonosi koncentráció, az iparági lobby, vagy egyes érdekcsoportok járadékvadászata, de említhető még a gyenge jogi/szabályozási környezet is.

2.5 Versenypolitika és versenyképesség kapcsolata

2.5.1 SVT-modell keretében

A versenypolitika és a versenyképesség kapcsolódását egy elemzési keret bemutatásával érdemes bevezetnünk. A versenypolitika a piac illetve a verseny működésének tanulmányozásához a Struktúra-Viselkedés-Teljesítmény modellt²⁶ (SVT-modell) használja, amely a piacszerkezetek illetve piacelmélet stúdiumok (industrial organization) körében az egyik igen elterjedt megközelítés. Az SVT-modell szerint egy piac, avagy iparág teljesítménye (mennyire tud hasznot termelni a fogyasztók számára), a vállalatok viselkedésétől függ, amit pedig a piaci szerkezet (struktúra), és a verseny mértékét befolyásoló tényezők határoznak meg. Részletes

²³ Motta (2007)

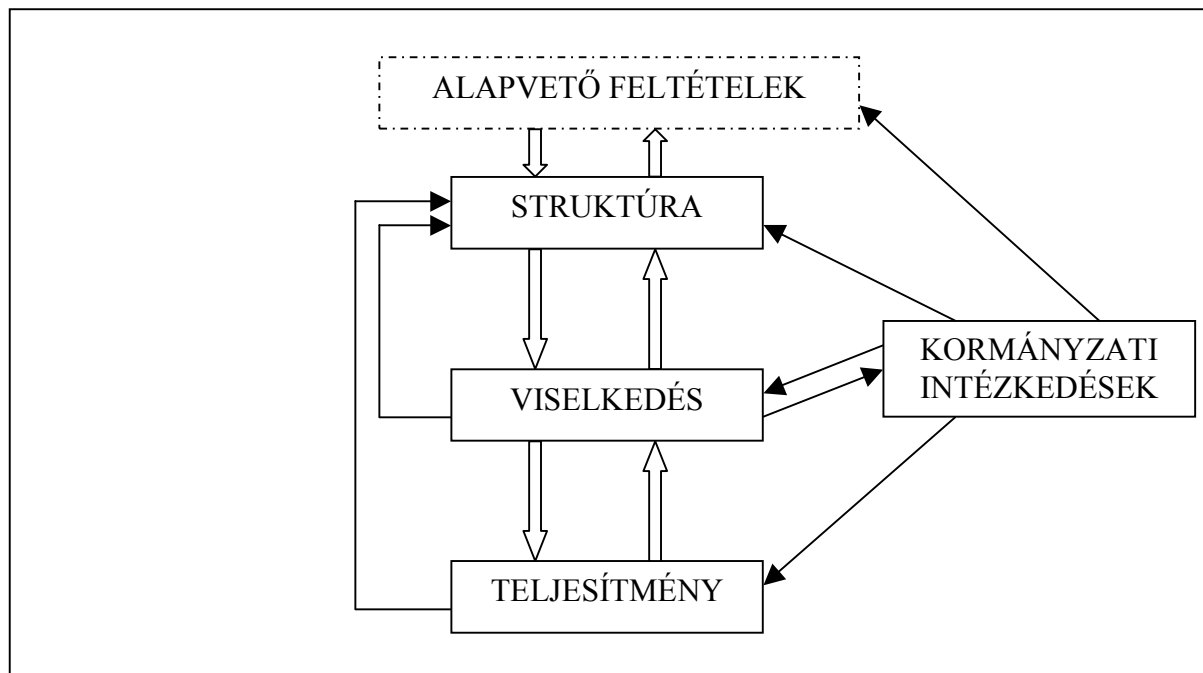
²⁴ V. ö. Bork 5. definíciójával.

²⁵ GVH (2007a) 8. o.

²⁶ Structure-Conduct-Performance model

összefoglalást ad Carlton-Perloff (2003)²⁷, ahol az SVT-modell alapvető feltételeivel is kiegészíti a modellt, mint a fogyasztói kereslet, és annak jellemzői, illetve a termelés, részletesebben a technológia, nyersanyagok, szakszervezeti szervezettség, földrajzi elhelyezkedés, választékgazdaságosság, stb.

A szerkezet alapvetően a résztvevők, vevők és eladók számától, koncentrációjától függ, míg a viselkedés alatt a szereplők akciói értendők, akár olyan egyéni akciók, mint a reklám, beruházások, vagy egymás közötti interakciók, mint a szerződések, fúziók, összejárás, taktikák stb. A teljesítmény függ az elemzői nézőponttól, hiszen a versenypolitika számára a verseny jóléti eredménye²⁸ a teljesítmény mércéje. A modellhez a kormányzati politika területei, mint a szabályozás, ennek részeként a versenyszabályozás, az adók és támogatások, beruházási, foglalkoztatási ösztönzők és a makroszintű gazdaságpolitika közvetve csatlakozik, és mindegyik tényezőre hatással lehet, míg visszahatás csak a piaci szereplők viselkedése révén érheti. Az SVT-modellt bemutató ábra ezt a gondolatmenetet kívánja szemléltetni, tehát úgy is fogalmazhatunk, hogy a verseny feltételeit a piaci (iparági) struktúra határozza meg, a verseny jellegét a szereplők viselkedése, míg a verseny eredménye a teljesítményben mutatkozik meg. Fontos látni, hogy teljesítmény és a viselkedés (pl.: stratégiai magatartás) is visszahat a struktúrára. A versenypolitikai beavatkozás közvetlenül hathat a struktúrára (struktúra kontroll – pl: fúziók engedélyezése) és a viselkedésre (viselkedés kontroll – pl.: kartellek felszámolása, erőfölénnyel való visszaéléstől eltiltás), azonban közvetlenül nem irányul, nem is irányulhat a teljesítményre.



5. ábra SVT-modell

A versenyfolyamat (competitive process) nem önműködő, és a versenypolitikai aktivitás a korábban vázolt célok mentén azért is szükséges, hogy mindazon magatartásokat megakadályozza, amelyek a versenyfolyamat kialakulása, vagy

²⁷ Carlton-Perloff (2006) 30. oldal
²⁸ GVH (2007a)

működése ellen hatnak. Ezek a magatartások leginkább a versenykorlátozó üzleti praktikákban érhetőek tetten, de egyes közpolitikák is megfogalmaz(hat)nak a versennyel ellentétes célkitűzéseket, amikor a versenyszabályok őrei fellépésükkel megkérdőjelezzik a versennyel szembenő közpolitikákból származó társadalmi hasznokat a verseny fenntartása mint közérdek ellenében.

Talán sikerült rávezetnünk az olvasót arra, hogy a versenypolitika jólét orientáltságából fakadóan a versenyképesség alatt szinte kizárólag hatékonyságot, illetve hatékonysági előnyöket ért, amelyek kimutatására a termelékenységi mutatók szolgálnak leginkább.

2.5.2 Verseny ill. versenypolitikai mutatók a versenyképességi rangsorokban

Korábban említést tettünk róla, hogy részmutatóként megjelenik mind az IMD, mind a WEF rangsorában a versenyszabályozás illetve az antitröszt politikák kikényszerítésének értékelése, az alábbiakban ezeket a mutatókat mutatjuk be.

Versenyszabályozás az IMD 2008²⁹ részmutatójának tükrében

Versenyszabályozás hatékonysága a tisztességtelen	Ausztria	Magyarország	Csehország	Szlovákia	Lengyelország	Románia
	4.	25.	36.	40.	43.	48.

Verseny és versenyszabályozás a WEF 2008 részmutatóinak tükrében

	Ausztria	Magyarország	Csehország	Szlovákia	Lengyelország	Románia
Helyi verseny intenzitása ³⁰	2.	38.	13.	17.	40.	86.
Piaci hatalom mértéke ³¹	3.	74.	37.	22.	50.	47.
Versenypolitika hatásossága ³²	7.	44.	34.	35.	61.	64.
Fogyasztó-orientáltság mértéke ³³	2.	114.	53.	68.	72.	100.
Vevők szofisztikáltsága ³⁴	7.	95.	41.	77.	60.	71.

²⁹ IMD (2008) 362. oldal

³⁰ WEF (2008) 422. o. - Kérdőív 7 fokozatú skálán: 1- korlátozott a legtöbb iparágban, 7- erős a legtöbb iparágban. Ausztria 6,3, Csehország 5,4, Szlovákia 5,7, Magyarország 5,4, Lengyelország 5,3, Románia 4,7.

³¹ WEF (2008) 423. o. - A vállalati tevékenység az országban 1- néhány üzleti csoport által dominált, 7- több vállalkozás között szétterjedt. Ausztria 6,0, Szlovákia 5,0, Csehország 4,5, Románia 4,2, Lengyelország 4,1, Magyarország 3,6.

³² WEF (2008) 424. o. - Eredeti megfogalmazás: Effectiveness of anti-monopoly policy, mely az országban 1- gyenge és nem hatásosan támogatja a versenyt, 7-hatásos és támogatja a versenyt. Ausztria 5,4, Csehország 4,6, Szlovákia 4,6, Magyarország 4,3, Lengyelország 3,9, Románia 3,9.

³³ WEF (2008), 435. o. - A vállalkozások 1- általában rosszul bánnak vevőikkel, 7- érzékenyek a vevői igényekre, a vevőmegtartásra. Ausztria 6,0, Csehország 4,8, Szlovákia 4,7, Lengyelország 4,6, Románia 4,1, Magyarország 3,9.

³⁴ WEF (2008), 436. o. - A vevők vásárlási döntéseiket 1- áralapon hozzák (legolcsóbbat keresik), 7- a teljesítménytényező részletes elemzése alapján. Ausztria 5,1, Csehország 4,1, Lengyelország 3,7, Románia 3,6, Szlovákia 3,5, Magyarország 3,1.

A helyi verseny intenzitását illetően Németország vezeti a rangsort, és Ausztriát Hollandia, majd az Egyesült Államok követi.

Az IMD értelmezése szerinti piaci hatalom szintén Németországban a leggyengébb, azaz a legkedvezőbb a verseny struktúrája szempontjából, melyet Svájc, Ausztria, Japán, Hollandia és az USA követ.

A versenypolitika hatásosságának élbolyában Hollandia, Németország, Dánia, Svédország, Ausztrália és Finnország követi egymást, míg Ausztria mögött a 8. helyre szorult az USA.

A leginkább fogyasztóorientált társadalom Japán a felmerés szerint, melyet követ Ausztria, Svájc, Tajvan és az USA. A vevők szofisztikáltságát tekintve Svájc van az élen, öt Japán, Tajvan, Hong Kong és az USA követi.

A WEF fenti eredményei az adott országokban végzett kérdőíves felmérések alapján születtek meg, és egyéb tényezőket is figyelembe véve, csak mérsékelt magyarázóerőt tulajdoníthatunk nekik, azonban érdekes, és néhol meglepő, vagy egyéb kritériumok alapján megkérdőjelezhető látteleket adnak a verseny- versenypolitika viszonyrendszerében.

3 Állami szerepvállalás területei

A nemzetgazdaság versenyképességére a vállalati szektor mellett a kormányzat van jelentős hatással. Egy nyitott gazdaságú országban a vállalatok a globális verseny és a világgazdasági kilátások alakulásától függően közvetlen alkalmazkodási kényszerben vannak, amely saját versenyben elfoglalt pozícióján túl hatással van a nemzetgazdaságra is.

A kormányzat elsődleges szerepét a makrogazdasági stabilitás megteremtésében, valamint a fogyasztókat középpontba helyező gazdaságpolitika megalkotásában látjuk, amely a versenybarát gazdaságpolitikai gondolkodással azonosítható, valamint az erőforrások mind hatékonyabb felhasználását lehetővé tevő működési feltételek biztosításával.

3.1 Elméleti alapok

A gazdaságpolitika kereteiről, illetve beavatkozásának helyes irányairól értekezve vissza kell kanyarodnunk a gazdaságot működtető piac-verseny kapcsolathoz. A korábban bevezetett verseny definíciótól kissé eltérő P. Heyne és szerzőtársai megközelítése, miszerint a *piac az egymással versenyző vételi és eladási ajánlatok folyamata*.³⁵ Ebben az értelmezésben a piac tehát nem egy hely, vagy személy, hanem az egyének között folyamatosan zajló alkufolyamatok, amelyek aggregált kifejeződése a vevők oldalán a kereslet, és az eladók oldalán a kínálat. Ahhoz, hogy ezen alkufolyamatok, azaz tranzakciók végül a csere révén realizálódjanak szükséges, hogy a „játékszabályok” és a tulajdonjogok jól meghatározottak legyenek. Tehát a jogrendszer részeként a működési feltételek, illetve a piaci tranzakciók általános keretei kerülnek szabályozásra, melynek szabályok ellenőrzése a közigazgatás egyik feladata. Ugyan a piaci tranzakciók sajátja, hogy abban a felek önállóan vesznek részt, és az ügyletek az egybehangzó akaratuk alapján realizálódnak, „azonban nem lenne gazdaságos (sőt valószínűleg lehetséges sem)”³⁶,

³⁵ Heyne és szerzőtársai., (2004) 101. o.

³⁶ Itt hivatkozunk Coase-ra, aki szerint a piacok a csere lebonyolítására létrejött intézmények, vagyis azért léteznek, mert a tranzakcióval járó költségek általuk csökkenhetnek. Szerinte egy olyan

ha ezeknek a tranzakciós kapcsolatoknak a feltételeit egyenként, zérusról indulva állapítanak meg. Létezik tehát minden országban egy olyan szabályozórendszer, amely az egyes kapcsolatok számára meghatározza és biztosítja a környezetet, a feltételeket (például a versenyszabályozás vagy a szerződéses kapcsolatok szabályozása).³⁷

Samuelson és Nordhaus (2003) alapműnek számító munkájában a piacgazdaságokban a kormányzatnak három alapvető gazdasági funkcióját azonosítják:

- a hatékonyság növelése,
- a méltányosság előmozdítása és
- a makrogazdasági stabilitás fenntartása és ezzel összefüggésben a növekedés élénkítése.

A kormányzatok azáltal fokozzák a hatékonyságot, hogy elősegítik a versenyt, (ennek részeként trösztellenes törvényekkel korlátozzák a vállalati magatartást), korlátozzák a külső gazdasági hatásokat, (externális hatásokat) és közjavakat szolgáltatnak. A méltányosság előmozdítása támogatással és adózási programokkal valósulhat meg, míg a költségvetési és monetáris politika eszközeivel tudják fenntartani a makrogazdasági stabilitást: csökkentve a munkanélküliséget és az inflációt, élénkítve a gazdasági növekedést.

A közgazdasági elméletek absztrakt megközelítésein túl Porter menedzsment értelmezésében a kormányzati feladatok alábbi öt operacionalizálható területét lehet megkülönböztetni³⁸:

1. Gazdasági és politikai stabilitás biztosítása,
2. Tényezőellátottság javítása,
3. Termelékenység növelését elősegítő mikroökonómiai környezet kialakítása,
4. Klaszterek fejlesztésének elősegítése,
5. Gazdaságfejlesztési program kidolgozása és végrehajtása.

3.2 Európai alapok

Az elméleti alapokon túl mind Magyarország, mind a tanulmányban bemutatott közép-kelet-európai országok esetében az Európai Unió versenyképességi stratégiája, illetve a Lisszaboni Szerződés fontos kapcsolódást jelent. Az Európai Tanács 2000. márciusában Lisszabonban az Egyesült Államokkal illetve Japánnal szembeni versenyben a hátrányok lefaragására, és a versenyben maradás érdekében fogalmazta meg stratégiáját, amely a tudásalapú társadalom és gazdaság keretében a foglalkoztatás javítását, a társadalmi kohézió erősítését, a gazdasági reformok bevezetését tűzte ki célul, azaz, hogy az EU 2010-ra a világ legversenyképesebb gazdaságává váljon.³⁹

Tehát a lisszaboni stratégia annak a vízióknak a megvalósulását szolgálja, hogy 2010-ig az EU a világ legversenyképesebb és legdinamikusabb tudásalapú gazdaságává váljon, amely képes a fenntartható fejlődésre, miközben nagyobb szociális

közgazdasági elméletben, ahol a tranzakciós költségeket nullának tekintjük a piacoknak semmi szerepük nincsen. (Coase [2004] 20-21. o.)

³⁷ Chikán (2007)

³⁸ Porter (1998b)

³⁹ Presidency Conclusion, Lisbon European Council 23-24 March, 2000

kohézióval több és jobb munkahelyet teremt. A stratégia megvalósítása érdekében a tagállamok a korábbiaknál szorosabban harmonizálják gazdaságpolitikájukat, és a közös irányvonalak mentén határidőkhöz kötött konkrét célkitűzéseket fogalmaznak meg, amelyek rendszeres (évente) felülvizsgálatra kerülnek.

A stratégia megvalósításának félideje előtti átfogó felülvizsgálatának összefoglalása a Kok-jelentésben⁴⁰ történt meg, ahol az egyes részterületekkel (tudásalapú társadalomra való áttérés lépései, belső piac megteremtése, vállalkozásbarát környezet megteremtése, szociális kohézió erősítése, fenntartható fejlődés) kapcsolatos eredmények kerültek bemutatásra. A Kok-jelentés konklúziójában megfogalmazásra került, hogy láthatóan nem teljesíthetőek a célkitűzések, részben külső tényezőknek, mint a világgazdasági környezet változása, részben belső tényezőknek, mint a túlzó elképzelések, a gyenge koordináció, köszönhetően. A jelentés emellett konstruktív módon ajánlásokat fogalmazott meg a folytatásra, részben a célkitűzések módosítása, részben a nagyobb és mélyebb együttműködés megteremtésére.

2005-ben megújult a lisszaboni stratégia, és konkrétabb céljait a következőkben határozták meg: „az európai vállalatok nemzetközi versenyképességének támogatásához a következők szükségesek: nyitott piac hatékonyan végrehajtott, jó minőségű belső szabályokkal olyan területeken mint a verseny, innováció, oktatás, kutatás és fejlesztés, foglalkoztatás, szociál- és kohéziós politika. Rámutatott továbbá, hogy világszerte biztosítani kell a piacok nyitottságát”⁴¹. Azaz amellett, hogy az EU belső politikáit megfogalmazta, egyben a közös külpolitika, illetve külgazdasági, külkereskedelmi politika számára is irányvonalat mutatott, ami az EU számára szupranacionális szinten teremt kihívásokat.

Az EU értékelte a globális gazdasági integráció felgyorsulásának jeleit, mint a növekvő kereskedelem és tőkeáramlás, a pénzpiacok összefonódása, a csökkenő szállítási költségek és a forradalmasodó információs és kommunikációs technológia, amelyek a világgazdasági rendben illetve a nemzetközi kapcsolatok terén is új feladatokat teremtenek a Közösségek számára, és egyben az EU gazdasága számára új növekedési és fejlesztési lehetőségeket eredményez.

Mindemellett a belső politikák számára is konkrétabb iránymutatások kerültek megfogalmazásra. Az **egységes európai piac** megteremtése további minőségi kritériumokkal gazdagodott, ahol a vállalatok versenyképességét segítő piaci környezet megteremtése a cél, melynek „előírásai előmozdítják a kiszámíthatóságot és átláthatóságot, lehetővé teszik az üzleti vállalkozásoknak, hogy kihasználják a piac nagysága és a méretgazdaságosság kínálta előnyöket, ösztönzik a hatékony forrásfelosztást és az innovációt, továbbá megakadályozzák, hogy az állami támogatások versenyellenes, protekcionista eszközként kerüljenek felhasználásra”⁴².

A **gazdasági nyitottság** a nemzetközi kereskedelemre és a beruházásokra támogatólag hat az egységes piac előnyeinek kihasználásban, és fokozza a belső piaci versenyképességet, egyfajta „kreatív versenynyomás alá helyezi, amely

⁴⁰ Kok-report (2004)

⁴¹ COM(2006) 567

⁴² COM(2006) 567 4.o.

ösztönzi és jutalmazza az innovációt, hozzáférést biztosít az új technológiákhoz és erősíti a beruházásösztönzőket⁴³.

Továbbá az EU szintjén a **protekciónizmus elutasítása** is megjelenik, egyértelműen állítva, hogy az árnövelő hatású a fogyasztók és a vállalkozások számára, valamint rámutatva arra, hogy a nyitottsággal szembe menve az importtal versenyző vállalatok külső versenytől való védelme hatékonytalan forráselosztáshoz vezet. Emellett valószínűsítve, hogy mások protekciónizmusra adott válasza a kereskedelmi kapcsolatokban megjelenő viszontválaszok révén közvetve is kárt okozhat a gazdaságnak.

Az EU 2005-ben meghatározott **integrált** (azaz horizontális és ágazati kezdeményezésekből álló, konkrét munkaprogramon alapuló) **iparpolitikai** megközelítésének felülvizsgálatát 2007-ben végezte el. Az erről szóló munkaanyag⁴⁴ meghatározása szerint az „iparpolitika fő szerepe Uniós szinten, hogy proaktívan biztosítsa a vállalatfejlesztés és az innováció helyes keretfeltételeit annak érdekében, hogy az EU-t vonzóvá tegye az ipari befektetés és a munkahelyteremtés számára, figyelembe véve azt, hogy a vállalkozások többsége kis- és középvállalkozás (kkv-k).”

Továbbá egyértelművé teszi, hogy az EU hatékony és működőképes iparpolitikájának nemzeti és európai szinten koherens és összehangolt erőfeszítéseken kell alapulnia⁴⁵, hiszen az európai ipar versenyképessége fő hatásának sok eleme nemzeti szinten van meghatározva. Az EU-szint elsődleges felelőssége például a nyílt és versenyképes egységes piac megteremtése, illetve az iparpolitika válasza az energia és éghajlatváltozási menetrendre, hiszen ezek európai és nemcsak nemzeti szinten jelentenek kihívásokat, és kezelésük európai szinten hatásosabb.

A tagállamok számára is ambiciózus módon határoz meg iparpolitikai feladatokat, amelyekről az éves haladási jelentésekben kellene beszámolniuk, ami alapot adna az EU célkitűzések és a tagállami célkitűzések jobb integrációjára. Az alapelvekben meghatározottak abban a cselekvési tervben öltenek testet, ahol a három fő csapás a belső piac létrehozása, illetve még meglévő akadályozó tényezőinek lebontása mellett, új energiatakarékos és környezetkímélő technológiák fejlesztése, forgalomba hozatalának serkentése, illetve ezen termékek globális piacainak megteremtése.

Csak részben tekinthetjük véletlen egybeesésnek, hogy az Európai Unióhoz való közép-kelet-európai országok csatlakozását rövidesen az EU határozottabb és célorientáltabb gazdaságpolitikai fellépése követte, amely 2004-2005-től kezdődően a lisszaboni stratégia nyomvonalán az EU egészének versenyképességének fokozásában a korábbiakhoz képest szofisztikáltabb EU-szintű illetve tagállami alkalmazkodást kíván meg a gazdaság kormányzati befolyásolásának területén.

3.3 Gazdaságpolitika mérőszámokban az IMD és a WEF jelentéseiben

⁴³ COM(2006) 567 5. o.

⁴⁴ COM(2007) 374 1. oldal

⁴⁵ Lásd EK-Szerződés 157. cikke

Az IMD egyes részmutatói alapján a protekcionizmus a vizsgálatba vont országok közül Romániában, Lengyelországban és Bulgáriában károsan befolyásolja egyes vállalkozások üzletvezetését, míg Magyarországon, Szlovákiában és Csehországban, valamint Ausztriában ez a probléma kevésbé jelentkezik.⁴⁶ Emellett a külföldi befektetők számára a legnyitottabb piac a helyi vállalkozásokban való részesedésszerzés szempontjából Csehországré és Magyarországré, és viszonylag nyitott Szlovákiáé, de a többi ország inkább a középmezőnyben végzett, Lengyelország esetében erős a lemaradás.⁴⁷

Az állami támogatások a GDP %-ában kifejezve Csehországban a legmagasabbak, és Lengyelországban a legalacsonyabbak, amely utóbbi tény összefüggésbe hozható a protekcionizmus negatív megítélésével. Lengyelországban nem jellemző, ezért annak csak káros hatásait azonosítják, ha máshol annak elszenvedői a vállalkozások.

Állami beavatkozás részterületei az IMD (2008) rangsorában

	Ausztria	Magyarország	Csehország	Szlovákia	Lengyelország	Románia
Protekcionizmus ⁴⁸	11.	12.	17.	14.	45.	48.
Külföldi befektetések ⁴⁹	15.	5.	4.	12.	49.	24.
Állami támogatások (2006) ⁵⁰	51. (3,42%)	32. (1,39%)	53. (7,86%)	42. (1,82%)	15. (0,58%)	41. (1,77%)
Támogatások befolyása a versenyre, fejlesztésre ⁵¹	13.	8.	21.	39.	49.	42.
Állami tulajdon megítélése az üzleti tevékenységekben ⁵²	6.	2.	5.	45.	40.	13.

Hasonló módon mutat némi korrelációt a támogatások versenyre illetve a fejlesztésekre gyakorolt hatása, hiszen azokban az országokban ahol a vállalkozások haszonélvezői az állami támogatásoknak, azok hatását kedvezőbben ítélték meg, mint ott, ahol a helyi vállalkozások ebben nem részesülnek. Kirívóan kedvező a megítélése az állami tulajdonnak az üzleti vállalkozásokban Ausztriában, Magyarországon és Csehországban, míg fenyegetőnek csak Szlovákiában és Lengyelországban tekintik.

3.4 Versenyszabályozás és fogyasztóvédelem

⁴⁶ IMD(2008) 358. o.

⁴⁷ U.o. 359. o.

⁴⁸ A protekcionizmus gátolja-e az üzleti vállalkozás irányítását?

⁴⁹ A külföldi befektetők (1) nem fektethetnek be szabadon a helyi vállalkozásokba, (7) szabadon irányítást szerezhetnek a helyi vállalkozásokban.

⁵⁰ Állami és magánvállalkozásoknak a GDP %-ában.

⁵¹ Támogatások torzítják a versenyt és a gazdasági fejlődést? 1-igen 7 nem. Magyarország 6,25, Ausztria 5,87, Csehország 5,47, Szlovákia 4,72, Románia 4,34, Lengyelország 3,91.

⁵² A vállalkozások állami tulajdonlása veszélyezteti-e az üzleti tevékenységet (1), vagy nem (10). Magyarország 7,76, Csehország 7,35, Ausztria 7,2, Románia 6,71, Lengyelország 4,8, Szlovákia 4,42.

A 2.5.2 alfejezethez csatlakozva ebben a fejezetben részletekbe menően foglalkozunk a versenyszabályozás kérdésével. A versenyszabályozást tágan értelmezve ide sorolható minden olyan jogszabályon alapuló beavatkozás vagy intézkedés, amelynek szándéka a piaci résztvevők közötti verseny pozitív befolyásolása.

Ennek egyik elkülöníthető szegletének kell tekintenünk az ágazati szabályozást, amely alapvetően hálózatos iparágak⁵³ sajátja. A hálózatos iparágakhoz tartozó piacokon a piac kudarcai miatt nem elegendő csupán a versenyszabályozás klasszikus eszközeire hagyatkoznunk. Ezen szektorokban a szabályozás a piacteremtést helyezte előtérbe az utóbbi időszakban, így a liberalizált piaci környezetre vonatkozó szabályok egybekapcsolódnak a versenyszabályozással. Azokon a területeken, ahol a természetes monopóliumok megmaradtak az ágazati szabályozás érvényesül, még azokon a piaci szegmenseken, ahol a monopol társaságok feloszlottak, és többszereplős piacok kialakítása, a verseny bevezetése hatékonysági előnyökkel járt a versenyjogi szabályok alkalmazása kerül előtérbe. Fontos kiemelni azt az alapvető különbséget e két szabályozási megközelítés között, hogy az ágazati szabályozás ex ante jellegű, míg a versenyszabályozásnak ex post eszközei vannak, ami alól csak a fúziókontroll jelent kivételt.

A versenyszabályozás általános célja a piacgazdaság hajtóerejét jelentő szabad és tisztességes piaci verseny megteremtése és érvényre jutásának biztosítása a fogyasztók érdekeinek szem előtt tartásával. A verseny elősegíti az árak csökkenését, a választék bővülését. A Gazdasági Versenyhivatal (továbbiakban GVH) saját szerepfelfogása⁵⁴ szerint *a piacgazdaság működésében betöltött szerepe annak elősegítése, hogy a piacok jól, vagyis versenyző módon és a fogyasztók hasznára működjenek. Ez a verseny szabadságával kapcsolatosan azt igényli, hogy a GVH a köz érdekében, a hosszú távú fogyasztói jólétet és így a versenyképességet is növelő módon érvényt szerezzen a hatáskörébe tartozó versenyjogi rendelkezéseknek, valamint, hogy a rendelkezésére álló eszközökkel általában is támogassa a versenyt, illetve ahol a verseny jelenleg nem lehetséges, elősegítse a versenyt megteremteni vagy pótolni hivatott állami szabályozás kialakítását.*

A GVH esetében annak függvényében, hogy eljárást a magyar verseny törvény alapján, vagy a Római Szerződés vonatkozó cikkeire hivatkozva folytatja-e le a magyar ill. az európai fogyasztók hosszú távú jólétét kell szem előtt tartania.

Jelen tanulmánynak nem célja, hogy részletekbe menően leírja az egyes versenyszabályozási eszközök alkalmazásának lehetőségeit, ill. feltételezi, hogy az olvasó tisztában van a versenyhatósági beavatkozás alapeseteinek hátterével. Tehát a szabad és tisztességes verseny érdekében az Európai Bizottság és a tagállami versenyhatóságok is fellépnek a kérelemre induló, ex ante jellegű összefonódás-ellenőrzési eljárásokban, a piackorlátozó megállapodások, kartellek felderítésekor, valamint az erőfölénnyel való visszaélés eseteiben.

⁵³ A közgazdaság klasszikus értelemben hálózatos iparágaknak azokat az iparágakat tekinti, melyekben pozitív hálózati externáliák keletkeznek. Hálózati externálián azt a külső gazdasági hatást értjük, ami szerint egy jószágegységhez a fogyasztó által rendelt hasznosság növekszik, ha ezt a fajta, vagy ezzel kompatibilis jószágfajtát (hálózatot) egyre többen fogyasztják. (Bara (2008) foglalja egybe Tirole, Economides, Katz ill. Shapiro meghatározait.

⁵⁴ GVH(2007a)

E kifejezetten versenyfelügyeleti tevékenységek mellett a versenyhatóságok versenypártolási tevékenységet is ellátnak, melynek révén a piaci folyamatokról szerzett ismereteiket, valamint a versenypolitikai alapelveket a versenybarát illetve versenysemleges gazdasági szabályozási beavatkozás megteremtése érdekében hasznosítják. Újabban vált kifejezett tevékenységé a versenykultúra fejlesztése, amely elsősorban tájékoztatási, kutatási programok támogatásával, segítségével a versenybarát gondolkodás elterjesztésért felel.

A versenyfelügyeleti illetve a versenypártolási tevékenység egymás mellettisége abban a kontextusban is különleges jelentőséget kap, hogy a versenypolitikai gondolkodás a piaci kudarcok esetén, tehát amikor a verseny nem a legjobb eredményt adja, nem támogatja öncélúan a versenyt, hanem tapasztalatait a megfelelő szabályozás szolgálatába állítja.

Az antitörst szabályozáshoz szorosan kapcsolódik a fogyasztóvédelmi tevékenység, valamint az állami támogatások felülvizsgálata, azonban ezek a tevékenységek nem feltétlenül egy szervezethez tartoznak az egyes országok intézményi struktúrájában.

3.4.1 Versenyszabályozási intézmények a vizsgálatba vont országokban

A tanulmány, illetve a kutatási munka célja áttekinteni a közép-kelet-európai országokban a verseny, versenyszabályozás és versenyképesség kapcsolatát a multinacionális vállalatok hálóján keresztül, ezért fontosnak tartjuk, hogy az alábbiakban felvázoljuk a vizsgált körbe vont államok versenyjogi szabályozásának néhány fontosabb jellemzőjét is.

Az OECD által a versenyjogi intézményekkel kapcsolatban legutóbb folytatott vizsgálat „fiatalnak” tekinti mindazon versenyhatóságokat, melyek működésüket 1990-ben, vagy azt követően kezdték meg, és ez minden kelet-közép-európai ország versenyhatóságára igaz. Emellett minden ilyen országban elmondható az is, hogy a versenyhivatalok működésük kezdeti időszakában gyenge vagy alig létező versenykultúrával szembesültek.

Az egyes országok versenyjog alkalmazásának bemutatására nem térünk ki, hiszen mivel az EU tagja mindegyik vizsgálatba vont ország, ezért a versenyjogi intézmények összhangban vannak az EU előírásaival, és általános sztenderdet jelenítenek meg.

Az elemzésbe vont országokat tekintve Magyarország, Szlovákia, Csehország és Lengyelország ugyanakkor csatlakozott az Európai Unióhoz. A csatlakozást megelőzően a társulási szerződések aláírására 1994-95 során került sor, amit követően versenyjogi szabályozásuk beépítette illetve harmonizálta az EK-jog vonatkozó rendelkezéseit.

Versenyt érintő jogalkotás Közép-Kelet Európában		
	Az első versenytörvények elfogadása az adott országokban	Nagyobb módosítás/ új törvény éve
Ausztria	2002	2005, 2006
Csehország	1991	1996, 1999
Lengyelország	1990	1995, 2007
Magyarország	1990	1996
Szlovákia	1991	1995, 2001
Románia	1996	2003

Forrás: Bara(2005), Valentiny(2007)

Bara (2005) tanulmányában – a 2004-ben az EU-hoz csatlakozó országok mintáján - négy szakaszt különített el az egyes országok versenyjogi fejlődését tekintve: első szakasz, mely időszakban elfogadott versenyszabályok (versenytörvények) nem az EU-csatlakozással közvetlen összefüggésben váltak a nemzeti jog részévé. Talán nem meglepő módon e korai versenytörvények az amerikai, angol, német és az EU versenyjogi rendelkezéseinek több intézményét vették át az egyes országokban; megtalálhatóak voltak bennük a versenykorlátozó megállapodásokkal, a kartellekkel, vagy a piaci hatalommal rendelkező vállalkozások erőfölénnyel való visszaélésével szembeni hatósági fellépést lehetővé tevő szabályok, azonban a fúziókontroll intézménye nem nyert valódi teret.

Versenyszabályozás intézményeinek függetlensége		
	Versenyhatóság függetlensége	Állami támogatásokat vizsgáló hatóság függetlensége
Ausztria	Gazdasági Minisztérium alá tartozik, nem független	
Csehország	Független	Független, a versenyhivatal feladata
Lengyelország	Független	Független a versenyhivatal feladata
Magyarország	Független	PM alá tartozik
Szlovákia	Független	Nem független
Románia	Független	

Forrás: Bara (2005)

A visegrádi országok esetében a gazdasági és politikai átalakulás kezdetén a privatizációra versenyjogi rendelkezések többnyire nem terjedtek ki. A második szakaszban történt az EU-csatlakozás előkészítését szolgáló versenyszabályozási jogharmonizáció.

Harmadik szakaszban kerültek megteremtésre azok a szabályok, melyek révén az EU versenyjogi szabályai közvetlenül alkalmazhatóvá váltak az egyes tagállamokban, és az utolsó szakasz, amikor a nemzeti és az EU versenyjogi szabályai párhuzamosan alkalmazásra kerülhettek.

2004. május elseje az Európai Unió versenypolitikájában is fontos dátum, mivel ettől kezdve a tagállamok jogot kaptak arra, hogy a Római Szerződés 81. és 82. cikkének rendelkezéseit közvetlenül alkalmazzák. Emellett az 1/2003/EK rendelet értelmében az uniós versenyszabályok alkalmazása egyben kötelezettség is, ha a feltételezett jogsértések (EK-Szerződés 81. ill. 82. cikke alá tartozó magatartások) érintik a tagállamok közötti kereskedelmet.

A lengyel versenyhatóság az antitröszt-ügyek vizsgálatán túl fogyasztóvédelmi feladatokat is ellát, illetve felelős az állami támogatások versenytorzító hatásának ellenőrzéséért is.

Magyarországon a tervgazdasági rendszerből a piacgazdaságba való átmenettel a korábbi árhivatalból alakult át/ki a versenyhivatal. A magyar versenyszabályozás a szociális piacgazdaságot megvalósító jogállamiság célkitűzéseinek megfelelően a gazdasági verseny szabadságának biztosításával volt korai összhangban, és az antitröszt feladatok mellett megalakulásától kezdve foglalkozik fogyasztóvédelemmel is. A magyar versenyhatóság 1991 és 1999 közé teszi működése kezdeti időszakát, mely időszakot a gazdasági átmenet és recesszió jellemezte a gazdaságban. A 2000-től kezdődő időszak már érettebb periódus, melyben a nemzetközi integráció

általában és különösen az EU-hoz való csatlakozás valamennyire eltérő és annál fontosabb hatása jellemzett.

A Szlovák Köztársaságban a versenyhatóság kezdeményezője volt a privatizációs folyamathoz vagy egyes piacok megnyitásához kapcsolódó jogszabályi változtatásoknak. A szlovák versenyhatóság hitvallása szerint olyan központi állami hivatal, amely a piaci verseny védelméért felelős. A fogyasztók hasznát szolgálja a jól-működő verseny, mert a hatásos verseny nyomást teremt a nyújtott szolgáltatások és termékek minőségének javítására, valamint az árak csökkentésére és a vállalkozásokat innovációra sarkallja.

Romániában 1996-ban született meg az első versenytörvény, amely csak a 2003-ban kezdődő módosításokat követően vált olyan jogforrássá, mely lehetővé tette egy erős versenyhatóság működését, és a román funkcionális piacgazdaság egyik pillérévé vált.

3.4.2 Fogyasztóvédelem

A fogyasztóvédelmet tágran értelmezve odáig terjedhetne, hogy az állami szabályozás a piacok vonatkozásában a fogyasztók érdekeit tartsa szem előtt és képviselje a termelők érdekei helyett.

A GVH által követett alapelvek hitvallása szerint a fogyasztói döntések szabadsága hozzájárul a verseny hatásosságához. A fogyasztói döntés akkor nem tekinthető szabadnak, ha az információkeresési folyamatot egy vállalkozás tisztességtelenül befolyásolja. A GVH a versenytörvény felhatalmazása alapján a fogyasztói döntés teljes folyamatát védi. A GVH abból indul ki, hogy a fogyasztó nincs abban a helyzetben, hogy megkérdőjelezze a vállalkozások által közzétett információ valóságát.⁵⁵ Ezen okból kifolyólag a vállalkozásokkal szemben elvárás, hogy kommunikációs anyagaikban megjelenített tájékoztatásaik valósak és pontosak, valamint kiegyensúlyozottak legyenek, ha nem is lehetnek teljeskörűek.

A GVH a vállalati tájékoztatást, a fogyasztók felé irányuló kommunikációt a vállalkozások piaci stratégiájának részeként tekinti, és csak azokra reagál, amelyek a vállalkozás részéről általános tájékoztatási gyakorlatnak minősíthetőek, amelybe nem tartoznak bele az eseti, egyedi fogyasztói tájékoztatások, hiszen azok önmagukban a versenyfolyamatot nem képesek befolyásolni.

A GVH a tartalmilag nem megfelelő tisztességtelen tájékoztatásra, valamint a fogyasztó választási szabadságának indokolatlan korlátozására vonatkozó tilalmat hivatott ellenőrizni a közjog eszközeivel.

Fontos megjegyeznünk, hogy az 2007. végétől hatályba lépett a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv⁵⁶, amely megalkotásával az EU kifejezett célja volt az egységes és magas szintű fogyasztóvédelem megalkotása, mely az implementálás során a tagállamokban is módosította és az egységesség irányába indította el az egyes fogyasztóvédelmi jogintézményeket és jogrendszereket.

3.5 Ágazati szabályozás

⁵⁵ GVH (2007b) A fogyasztó és a vállalkozás között információs aszimmetria áll fenn, amely elkerülhető és elkerülhetetlen információhiányból áll a fogyasztó számára, a GVH az előbbi csökkentésére törekszik.

⁵⁶ A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/28/EK irányelv. (Unfair Commercial Practices Directive – UCP)

A tanulmánynak nem célja, hogy átfogó képet adjon az egyes nemzetgazdasági ágazatok ex ante szabályozásának mibenlétéről, azonban fontosnak tartottuk megemlíteni, hogy a versenyképesség és a verseny kapcsolatában az Európai Unió által sarkallt piacnyitási és deregulációs törekvések a verseny minél szélesebb körű bevezetésének és térnyerésének céljait szolgálja. E törekvéssel együtt jár a versenyszabályozás eszközrendszerének és módszertanának térnyerése is, gondoljunk csak itt a JPE (jelentős piaci erejű vállalkozás) szabályozás hatásosságára az infokommunikációs szektorokban.

A későbbiekben bemutatásra kerülő energiaszektorban még nem nőttek ki ezek a törekvések a gyerekcipőjükből, hiszen a politikai ellenállás sok esetben gátolja az EU elhatározásait az egyes tagállamokban, azonban az infokommunikációs szektorokban óriási fejlődésnek és a verseny valódi térnyerésének lehetünk tanúi. Elég csak a mobiltelefonálás minél szélesebb körű elterjedését, valamint a szélessávú internet nyújtotta lehetőségeket említeni, melyekhez a hozzáférési díjak mind a technológiai fejlődésnek, mind az átgondolt szabályozásnak köszönhetően folyamatosan csökkennek.

A közlekedési szektorok közül a légit közlekedésben is mérföldkövet jelentett az egységes európai szabályozás, valamint a diszkonttársaságok megjelenése, mely nem mehetett volna végbe a korábbi történelmi hagyományokkal való szakítás nélkül. A vasúti szektorban érvényesülő ágazati szabályozás eredményei még váratnak magukra, de hamarosan a vasúti személyszállításban is a légit közlekedéssel rokon piacnyitási folyamat kezdődik meg.

3.6 Iparpolitika - egyéb közpolitikák

„Az iparpolitika fő szerepe Uniós szinten, hogy proaktívan biztosítsa a vállalatfejlesztés és az innováció helyes keretfeltételeit annak érdekében, hogy az EU-t vonzóvá tegye az ipari befektetés és a munkahelyteremtés számára, figyelembe véve azt, hogy a vállalkozások többsége kis- és középvállalkozás (kkv-k).”⁵⁷

Az alábbiakban az iparpolitika sikerességéhez szükséges tényezőkkel kapcsolatos legfontosabb állami beavatkozási területeket vesszük sorba, és elsősorban Magyarországra vonatkozóan fogalmazunk meg kritikai illetve elemző észrevételeket.

3.6.1 Makrogazdasági stabilitás

Az adott ország államháztartási deficitjének és államadóságának mértéke, a költségvetési fegyelem, az adminisztrációs terhek szintje, valamint átláthatósága jelentős versenyhátrányt vagy versenyelőnyt jelenthetnek. A dolgozatnak jelen formájában nem célja ennek mélyreható kifejtése, de az köztudomású, hogy a makrogazdasági instabilitás Magyarország versenyképességét negatívan befolyásolja, ugyanezt a nézetet támasztották alá a WEF által megkérdezett érintettek is, akik a kormányzati intézkedések instabilitását rendkívül hátrányosnak ítélték az ország versenyképessége szempontjából.

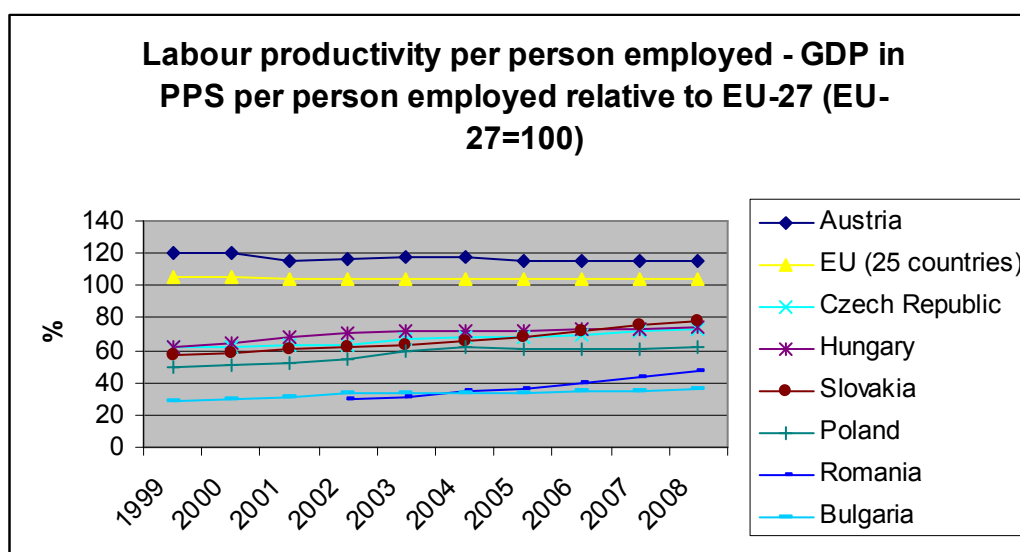
⁵⁷

COM(2007)

3.6.2 Adóterhelés

Magyarországon jellemző az adórendszer kiterjedtsége és az adóztatás magas mértéke, a nem bérjellegű munkaerőköltségek magas szintje. Az ország üzleti környezete és versenyképessége szempontjából leginkább problematikusnak az adórendszert érintő szabályozásokat, az adóztatás szintjét, valamint a nem kellően hatékony állami bürokráciát emelték ki a WEF által megkérdezett érintettek. A rendelkezésre álló 2006. évi adatok szerint a GDP-arányos adó- és járulékbetételek Magyarországon 37%-ot tettek ki, amely némileg alacsonyabb érték az EU-27-ek 39,9%-os átlagánál, ám a rangsort tekintve csupán a 16. legkedvezőbb volt. Míg egyes adónemek esetében a hazai adókulcsok regionális összevetésben is alacsonyak (pl. társasági adó), addig más adónemek (pl. iparűzési adó) és általában az élőmunka adó- és járulékkerhei negatívan befolyásolják Magyarország versenyképességét. Míg a visegrádi országokban az átlagkereset teljes bérköltségéből 38,5-43,7%-ot tesznek ki a közterhek, addig Magyarországon ugyanez az arány 51%, vagyis már az átlagkereset szintjén is relatíve magas az adóék. (Magasabb jövedelemszint mellett az összes elvonás különbségei csökkennek, ám még mindig hazánkban a legmagasabb a közterhek aránya.)

(2005-2006)	Magyarország	Lengyelország	Csehország	Szlovákia
Közterhek aránya a teljes munkaerőköltségen belül ⁵⁸	51,0%	43,7%	42,6%	38,5%
Társaság adó ⁵⁹	16,0%	19,0%	24,0%	19,0%



Forrás: Eurostat⁶⁰

3.6.3 Infrastruktúra fejlettsége

A megfelelő infrastruktúra megléte alapvetően fontos az innováció ösztönzéséhez. Magyarország javulást mutatott az infrastrukturális ellátottság terén a WEF által végzett felmérés szerint.⁶¹

⁵⁸ OECD Taxing Wages 2005-2006

⁵⁹ Forrás: KPMG, összehasonlításként a társasági adó mértéke 38,34 % Németországban, míg az Egyesült Királyságban 30,0 %.

⁶⁰ A 2008. évre vonatkozó értékek még nem véglegesek.

3.6.4 Támogatáspolitiká

A régió országai illetve azok beruházásösztönző szervezetei a működőtökéért folyó versenyben eszközként tekintik, hogy a leendő beruházók számára különböző támogatási konstrukciókat ígérnek. Az EU csatlakozás előtt különböző adókedvezmények, adómentesség alkalmazása lehetővé tette a multinacionális vállalatok megjelenésének direkt támogatását, azonban az Európai Unió szabályozása révén⁶², ez egyes EU tagállamok által használható támogatási konstrukciók behatároltak, mivel a támogatások a versenyt torzíthatják.

Jelenleg a következő támogatási formák fordulhatnak elő a befektetők vonzására:

- A. A közvetlen készpénztámogatás, azaz a vissza nem térítendő támogatás a legcsalogatóbb támogatási forma. A vissza nem térítendő támogatás alapvetően két forrásból származhat, vagy 100%-ban az ország költségvetési forrásából vagy az EU által társfinanszírozott pályázatokból. Természetesen a közvetlen támogatási programokat minden esetben jóváhagyja az Európai Unió, így a környező országok közvetlen pénztámogatásai között szignifikáns különbségek nem alakulhatnak ki.
- B. A támogatások másik fajtája az adókedvezmények, mely konstrukcióban a befizetendő adóból bizonyos mértékű kedvezmény, azaz vissza nem fizetési kötelezettség lehetséges. Magyarországon a leggyakoribb a helyi iparüzési adó elengedése vagy csökkentése, azonban támogatási értéküket tekintve a fejlesztési adókedvezmények a legjelentősebbek. Fejlesztési adókedvezményre akkor számíthat egy vállalat, ha bizonyos feltételeknek (beruházás helyszíne, nagysága, létrehozott munkahelyek száma, stb. alapján) támogatandó beruházást valósít meg, mely alapján a beruházó például mentesülhet a társasági adó 80%-ának megfizetése alól a beruházás üzembe helyezését követő 10 adóévben. Az adókedvezmény összege az EU által meghatározott maximális támogatási intenzitás figyelembevételével kerül kiszámításra.
- C. A támogatási csomagok további elemei lehetnek még a képzési támogatás, valamint a munkahelyteremtő támogatások. Ezen prioritások az EU által kiemelt területek, így azok kombinálhatóak a korábbi két támogatással.

3.7 Versenyszabályozás és a gazdaságssabályozás kapcsolata

A tanulmány jelent formájában viszonylag gyenge fókuszot helyezett a gazdaságssabályozási intézkedések és a versenyszabályozás kapcsolatára, hiszen a multinacionális vállalatok szempontjából a két terület kapcsolódásának általánosságban azokon a területeken lehet szerepe, ahol beruházásösztönző vagy egyéb jellegű állami támogatások megjelenhetnek. Ezek az EU-szintjén a versenysemlegesség szempontjait figyelembe véve kerültek szabályozásra, így hatásuk az adott nemzetgazdaság versenyképességének fokozásában elenyésző

⁶¹ World Economic Forum *Global Competitiveness Report 2007*

⁶² Az Európai Közösséget létrehozó Szerződés 87. és 88. cikkének a nemzeti regionális beruházási támogatásokra való alkalmazásáról szóló 1628/2006/EK bizottsági rendelet és a 2007-2013 közötti időszakra vonatkozó nemzeti regionális támogatásokról szóló Iránymutatás (2006/C54/08).

esetben (szinte soha) nem ütközhet a versenyjogi normákba, ha a vonatkozó rendelkezéseket megfelelően alkalmazták.

4 Globális versenypiaci dimenziók

Az előző két fejezetben bevezettük a verseny, versenyszabályozás és versenyképesség elméleti kereteit és fogalmait. Ebben a fejezetben nemzetközi vállalatgazdaságtan elméleti megfontolásait is szükségesnek tartjuk ismertetni, mielőtt a nemzetközi illetve azon belül a multinacionális vállalatok magyarországi szerepének ismertetésére rátérnénk.

4.1 Vállalatok nemzetközivé válása

A nemzetközi üzleti gazdaságtan fókuszában a multinacionális vállalatok⁶³ állnak, melyek meghatározására számos definíció született. E definíciók közös jellemzője, hogy olyan vállalatot értünk multinacionális vállalat alatt, amelynek „külföldön többségi érdekeltségű leányvállalatai vannak, és határokon átnyúlóan szervezi meg működését. A leányvállalat(ok)ban⁶⁴ az anyavállalat teljes körű koordinációt és integrációt lehetővé tevő menedzsment ellenőrzéssel rendelkezik.”⁶⁵

4.1.1 Nemzetközivé válás típusai

A nemzetközi üzleti gazdaságtanban ez idáig viszonylag kevés figyelmet fordítottak a vállalatok nemzetközivé válásával kialakult új vállalati formáknak, holott a gazdaságban betöltött szerepüket és a vállalati kihívásokat és képességeket nagyban befolyásoló tényezőkről beszélhetünk.

Az alábbiakban egy lehetséges csoportosítást mutatunk be Czakó(2008)⁶⁶ tipizálását továbbgondolva:

Vállalatok nemzetközivé válásának típusai	<i>Nemzetközi vállalat</i>	<i>Nemzetközivé váló vállalat</i>
<i>Vállalat tulajdonlása szerint</i>	Multinacionális vállalat (MNE)	
	MNE leányvállalata (subsidiary)	
<i>Vállalat piacai szerint</i>	Exportorientált vagy importra építő vállalat	MNE helyi és külföldi leányvállalatának beszállítója
		Nemzetközi piaci réseket célba vevő vállalat

Multinacionális vállalat például a Tesco plc., a Volkswagen Group, a Deutsche Lufthansa AG, E.On, ezen társaságok nem anyaországbeli érdekeltségeit tekintjük

⁶³ Multinacionális vállalat - multinational enterprise, MNE, melyekre a nemzetközi tőkebefektetéseket (FDI) vizsgáló UNCTAD a transznacionális vállalat (transnational enterprise/corporation) elnevezést is használja.

⁶⁴ subsidiary

⁶⁵ Czakó (2008) 3-4. o.

⁶⁶ Czakó (2008a) 5-6. o.

leányvállalataiknak, például a Tesco Global Áruházak Zrt., Audi Hungária Motor Kft., az E.On Földgáz Trade Földgázkereskedő Zrt. személyében. E vállalatok a multinacionális vállalatok menedzsment kontrollja alatt állnak, működésükre jelentős befolyással van az anyavállalat, ami a leányvállalatok felső vezetésének stratégiai irányultságában és személyi összetételében is tetten érhető.

Az exportorientált vállalatok árbevételének több mint 50 %-a külföldi piacokról származik. A multinacionális vállalatok beszállítóiról még kevés rendszerezett tanulmány készült, de ezen vállalatok közvetett módon szembesülnek a globális versenypiacok kihívásaival.

A nemzetközi piaci réseket megcélzó vállalatokat a nemzetközi irodalomban „born global” néven említik. A Graphisoft kezdeti időszakát is ez a vállalati forma jellemezte, kétségtelen, hogy a vállalat jelenleg multinacionális vállalatnak tekinthető, hiszen több országban nyitotta meg irodáit.

4.1.2 Multinacionális vállalatok

A magyar vállalatokra tekintve elmondható, hogy meghatározó a multinacionális vállalatok jelenléte, és már nemcsak azokról a szereplőkről beszélhetünk, amelyek esetében Magyarország befogadó ország, hanem a MOL Nyrt., vagy az OTP Nyrt., a Richter Gedeon Nyrt. terjeszkedését tekintve Magyarország az anyaország.

Általánosan megállapítható, hogy az üzleti és a politikai befolyásolás a nemzetközi szinten egymástól élesen elválik a globalizáció előrehaladtával. A nemzetközi gazdaságban a multinacionális vállalatok által képzett hálószerű rendszer a piaci koordinációs mechanizmusok új tereit nyitja meg. Ennek a hálós rendszernek legfőbb csomópontjai a vállalati központok (anyavállalatok és leányvállalatok), amelyek jelentős befolyással lehetnek gazdasági környezetükre, köztük leginkább a hozzájuk csatlakozó beszállító vállalatokra, amelyek részben méretükből fakadóan is (a kkv-ra gondolunk) passzívabb alakítói a gazdasági folyamatoknak.

Chikán (2008) összefoglalásában rámutat arra, hogy a globalizáció nyomán a gazdaság szereplői feletti állami ellenőrzés csökken a piaci kontroll erősödése következtében, és véleménye szerint a multinacionális vállalatok a mozgásformát teremtették meg az egyes országok közötti nemzetközi tőkeáramlásban és kereskedelemben kialakult munkamegosztáshoz és kölcsönös függőséghez.

4.2 Országok közötti verseny

A multinacionális vállalatok versenyelőnye a globális versenyben két forrásból származik⁶⁷: vállalat-specifikus és ország-specifikus előnyökből.

A jelen tanulmányban nem foglalkozunk részletesen az egyes vállalatok versenyképességéhez hozzájáruló vállalat-specifikus előnyök mibenlétével, de általános megállapításunk, hogy a vállalatok megfelelő belső működése révén lesz a fogyasztói értékteremtés nyereséges a vállalat számára, amely (jelentős) részben a termékpiacokon való megmérettetés sikerességéből származik. Egy vállalat akkor nevezhető sikeresnek, ha kimagasló és tartós pénzügyi teljesítményt produkál, mely egyfelől indokolható kedvező termékpiaci pozíciójával (Porter, 1980), másfelől felhalmozott (egyedi) erőforrásainak járadéktermelő jellemzőivel (Barney, 1995),

⁶⁷

Czakó(2008b) hivatkozik Rugman – Verbeke (2001) tanulmányára.

valamint azokkal a képességekkel, melyekkel a vállalat belső folyamatait alakítani képes (Porter, 1996.)

Az ország-specifikus előnyöket lokációs előnyöknek is szokták nevezni, melyekre a nemzetközi vállalatok anyaországukban, illetve a telephelyenként választott országokban tesznek szert. Az ország-specifikus előnyök feltérképezése és kiaknázása a vállalat-specifikus előnyök része, és a szerzők felhívják arra a figyelmet, hogy a nemzetközi vállalatoknak leányvállalataikon keresztül szerepe van és lehet a befogadó országaik lokális előnyeinek megújításában.

4.3 FDI vonzó képesség

Az a tény, hogy a multinacionális vállalatok létrejötte és működése együtt jár a külföldi tőkebefektetéssel egyben a makrogazdasági szinten mért tőkemozgásokhoz kapcsolja a területet. A külföldi közvetlen tőkebefektetés, FDI⁶⁸ esetében a kiáramló tőkebefektetés (outward FDI) a nemzetközi üzleti gazdaságtan nyelvén annyit tesz, hogy az országban bejegyzett vállalatok vállalat alapítás révén tőkét fektetnek be külföldön, a beáramló (inward FDI) pedig azt, hogy a külföldön bejegyzett vállalatok alapítanak cége(ke)t a befogadó ország(ok)ban⁶⁹.

Az FDI és a multinacionális vállalatok nem feleltethetők meg egymásnak, azonban annak vizsgálata, hogy a tőkebefektetések milyen vállalati döntések alapján születnek, és a döntésben milyen tényezők játszanak szerepet, olyan kérdések, amelyekre részben a tanulmány korábbi fejezetében található versenyképességi rangsorokban elemzett tényezők alapján lehet válaszolni.⁷⁰

Az elméleti kutatások szerint az FDI a kutatás-fejlesztésen (K+F) vagy a humántőkére gyakorolt hatásán keresztül befolyásolhatja a növekedés ütemét. Az FDI együtt járhat olyan externáliákkal, mint a helyi gazdaságba a leányvállalaton keresztül „kiszivárgó tudás” (szervezeti formák, a humántőke minőségének javítása, az állótőke minőségének javítása), másrészt a leányvállalatok helyi vállalatokkal való különféle kapcsolatain keresztül érkező hatások (vegyes vállalatok, technikai-technológiai kapcsolatok, technológiatranszfer, megrendelések, köztes termékek eladása, piacra jutás, finanszírozási feltételek javulása, leányvállalatok jelenléte révén keletkező intenzívebb verseny, stb.).⁷¹

Egy gazdaság FDI vonzó képességét három nagy tényezőcsoport befolyásolja: a gazdaságpolitikai tényezők, (mint kiszámítható és stabil gazdasági, politikai és társadalmi környezet), az üzleti környezet és a gazdaságossági tényezők.

4.3.1 FDI a visegrádi országokban

A közép-kelet-európai nemzetgazdaságok közötti verseny egyik mutatószáma az FDI⁷² azaz a külföldi közvetlen tőkebefektetés. Magyarország piacmérete miatt

⁶⁸ Foreign direct investment, FDI.

⁶⁹ Host country

⁷⁰ Czako (2008a)

⁷¹ Sass (2003)

⁷² FDI (közvetlen külföldi tőkebefektetés, külföldi működőtőke beruházás) olyan befektetés, amely révén a befektető gazdaságán kívül tartós érdekeltséget szerez egyes vállalkozásokban. FDI esetén a befektető célja, hogy jogosultságot is szerezzen a vállalkozás irányításában, ami általában 10 %-ot meghaladó tulajdoni hányaddal párosul.

A külföldi működőtőke beruházásokon belül négy csoport különböztethető meg:

kevésbé jellemző a piac vezérelte FDI, hiszen 10 millió lakos nem számít jelentős piaci méretnek, hazánkban inkább az erőforrás és a hatékonyság vezérelte működő tőkebefektetések a meghatározók⁷³

A WEF (2008) felmérése szerint Szlovákiában a legkedvezőbb a szabályozás a külföldi működőtőke vonzására, és az összes többi közép-kelet-európai ország erős lemaradásban van. Az FDI megítélése szempontjából mind Szlovákia, mind Csehország, mind Magyarország megkérdőjelezett vállalatvezetői a technológiatranszfer fontos forrásának tekintik, addig a többi országban ennek lényegesen kisebb a jelentősége.

Országok közötti verseny a befektetőkért WEF 2008 részmutatóinak tükrében

	Ausztria	Magyarország	Csehország	Szlovákia	Lengyelország	Románia
FDI szabályozásának üzleti hatása ⁷⁴	31.	40.	25.	5.	99.	89.
FDI és a technológia transzfer ⁷⁵	53.	16.	13.	3.	64.	62.

Az UNCTAD és az IMD felmérésének egyes FDI-hoz kapcsolódó mutatóit a 4. mellékletben foglaltuk össze a közép-kelet-európai országok vonatkozásában. A mutatók között érdemes megjegyezni, hogy a visegrádi országok között Magyarországon és Lengyelországban mondható el, hogy a külföldi működőtőke be- és kiáramlása egyaránt jelentős. Azaz e két ország már nemcsak célországként, hanem befektetőként is megjelent a nemzetközi piacon. A képet tovább árnyalja, hogy a gazdaság méretéhez ez a tőkeállomány Magyarországon lényegesen jelentősebb, mint Lengyelországban. Az FDI állomány nagyságát tekintve Lengyelországot és Csehországot Magyarország követi a visegrádi országok között. Emellett figyelemreméltó adat, hogy az UNCTAD felmérése szerint hazánkban és Lengyelországban volt a zöldmezős FDI tőkeáramlások száma a legmagasabb az utóbbi öt évet tekintve a közép-kelet-európai országok között.

Az FDI struktúráját tekintve Magyarországon már csak csak kevés szektorban beszélhetünk a privatizációhoz kapcsolódó FDI beáramlás lehetőségéről, a beruházások jelentős része a járműiparhoz, az információkommunikációs szektorokhoz (ICT-Information and communication technologies), biotechnológiához, a szolgáltatóközpontokhoz (SSC -shared service center) és a logisztikai területekhez kapcsolódik.

- Új vállalat létesítése, (zöldmezős beruházások),
- Akvizíció: meglévő vállalatok részbeni vagy teljes felvásárlása,
- Nyereség visszaforgatása, újrabefektetése,
- Vállalaton belüli hosszúléjratú kölcsön nyújtása.

⁷³ Czako (2003) 36.o.

⁷⁴ Az országban a külföldi működőtőke befektetésekre vonatkozó szabályok 1- elrejtették a külföldi működőtőkét, 7 – bátorítja a FDI-t, Szlovákia 6,2, Csehország 5,7, Ausztria 5,6, Magyarország 5,5, Románia 4,8, Lengyelország 4,6.

⁷⁵ Az FDI 1- kevés új technológiatranszferrel jár együtt, 7- fontos forrása az új technológiáknak. Szlovákia 6,0, Csehország 5,5, Magyarország 5,5, Ausztria 5,1, Románia 5,0, Lengyelország 4,9.

Korábban a közép-kelet-európai országoknak jelentős bérköltség-előnye volt a nyugat-európai országokkal szemben. Mára kevésbé jellemző az alacsony bérszínvonal, hiszen lassú folyamatban ugyan, de folyamatosan emelkedik az emberi erőforrás költsége ebben a régióban is. A Nemzeti Fejlesztési és Gazdasági Minisztérium (NFGM) számításai szerint⁷⁶ a hozzáadott érték alapján számított ipari fajlagos munkaerőköltség alakulását tekintve a magyar munkaerőköltségek lényegesen kisebb mértékben emelkedtek az elmúlt évben Magyarországon, mint a többi visegrádi országban.

4.4 Telephelyek versenye

A nemzetközi nagyvállalatok új gyáregység, telephely létrehozása vagy új gyártósorok telepítése során versenyre kényszerítik a lehetőségként felmerült országokat, vagy amennyiben a vállalatcsoport a világon már eddig is több diverzifikált telephellyel rendelkezett, akkor a különböző országokban működő telephelyek kerülnek versenypozícióba. A vállalatok ekkor különböző objektív kategóriák alapján megvizsgálják a felmerült területeket, a minősítés alapjául több tényező szolgálhat, mint a logisztikai helyzet, a pénzügyi környezet, a beszállítói ellátottság, a rendelkezésre álló humánerőforrás, a szabályozási környezet és még sorolhatnánk. Bár a telephelyek közötti verseny leginkább – főleg a jelenlegi gazdasági válságra tekintettel – a működési költségeken illetve hatékonysági számításokon alapulnak a 2. számú melléklet táblázata bemutatja, hogy egyes beruházók, mennyi objektív változót vizsgálnak meg a tényleges beruházási döntés megszületése előtt. Ezt egyfajta versenyképességi felmérésként is értelmezhetjük.

Az egyik legújabb kutatás, mely jól tükrözi egyes vállalatok korábbi és jövőbeli telephely-választási döntéseit a Német-Magyar Ipari és Kereskedelmi Kamara felmérése, melyet 1995 óta minden évben elkészít.⁷⁷ Magyarország szempontjából jó jel, hogy a felmérésben részt vevő 143 cég 80 % úgy nyilatkozott idén, hogy ma újra Magyarországra hozná a beruházását. Ezt a kedvezőnek mondható képet árnyalja, hogy a hazánkban működő német vállalatok vezetői szerint régióinkban továbbra is Szlovákia, Csehország és Szlovénia a leginkább vonzó beruházási célország; míg Magyarország jelenleg a középmezőnyben foglal helyet. A tavalyi felméréshez képest sikerült két helyet javítania hazánkunk, így jelenleg a térség 18 országának⁷⁸ rangsorában a hetedik helyen áll.

A konjunktúrajelentésben sorban megjelennek az első bekezdésben már ismertett kritériumok rövid jellemzése. A jelentés is kiemeli, hogy Magyarországon gyorsítani kell a szerkezeti reformokat, és mérsékelni kell a magas adóterheket, melyek főként az élő munkára rakódnak rá. A felmérésből az is kiderül, hogy a hazánkban jelen lévő befektetők a magyar munkaerőpiacra vonatkozóan pozitívan nyilatkoztak - nagyfokú az elégedettség minden vonatkozásban -, kiemelik a magyar munkaerő teljesíteni akarását, a munka termelékenységét és a képzettséget, ami fontos

⁷⁶ Magyar Gazdaság – 2008/4. 19. o.

⁷⁷ Konjunktúrajelentés (2009)

⁷⁸ Albánia, Bosznia-Hercegovina, Bulgária, Montenegró, Csehország, Észtország, Horvátország, Magyarország, Litvánia, Lettország, Macedónia, Lengyelország, Románia, Szerbia, Oroszország, Szlovénia, Szlovákia, Ukrajna

tényező egy magasabb hozzáadott termelési értéket szolgáltatni képes beszállítói háttérpar kialakulásával.⁷⁹

A beszállítói hálózat rendelkezésre állása szintén kritikus feltétele lehet egyes vállalatok letelepedésének. Ez alól a feltétel alól bizonyos szinten ugyan függetlennedni tudnak a nagy autógyárak, akik a piaci befolyásuknak köszönhetően saját beszállítói holdudvart tudnak kiépíteni maguk körül. Az autópiaci szereplőknek, beszállítóknak meg kell felelni az autógyárak által támasztott minőségi követelményeknek. Példaként említhető, hogy az autóipar területén a 1990-es években történt multinacionális cégek megjelenése óta kiemelkedő mértékben növekedett a magyarországi autó- és autóalkatrész termelés is. Az ágazat folyamatosan növekedett és a feldolgozóiparnak egyre jelentősebb hányadát adja, ezek a tendenciák arra utalnak, hogy a háttérpar fejlődése követi a nemzetközi vállalatok megjelenését⁸⁰, azaz egy öngerjesztő folyamat jön létre: az első autógyárak letelepedése után kialakulnak a beszállítói kapcsolatok, és megjelennek a piacon a beszállítói kapacitások, amik azonban újabb beruházásokat vonzanak az adott térségben. E folyamatspirál is jól jellemzi, hogy miért is folyik akkora harc a külföldi beruházók kegyeiért.

A 90-es évek nagy boom-ja a közép-európai régióban lecsengett, jelenleg az újrabefektetések szerepe nőtt meg. A német jegybank működő tőke-befektetésekre vonatkozó legfrissebb adatai alapján 2008-ban a német vállalatok közel egymilliárd eurót ruháztak be Magyarországon, melynek felét a már jelen lévő vállalatok visszaforgatott beruházásai adták.⁸¹

Erre az adatra az egyik legjobb példa az árbevétel adatok alapján 2. legnagyobb hazai vállalatnak, az AUDI⁸²-nak a magatartása, az AUDI saját adatai szerint 2008-ban 309 millió eurót ruházott be a győri telephelyén (2007-ben ez az érték 214 millió eurót tett ki).⁸³ Azonban a BOSCH vállalatcsoport sem marad el az újrabefektetésekkel 2008-ban 79 millió eurót fektettek be Magyarországon (2007-ben ez az összeg 82 millió euró volt).

4.5 Versenyjog és a nemzetközi vállalatok

A külföldi tőkebefektetések kapcsán is szükséges a versenyjogi szabályok érvényre jutása. A befektetésekhez kapcsolódóan elsősorban a fúziókontroll kapcsolódik a versenyjogi jogalkalmazás területei közül, hiszen előfordulhat olyan eset is, hogy a külföldi tőkebefektetés egy olyan hazai vállalat megvásárlása révén megy végbe, amely piac erővel rendelkezik. Ha a tranzakciónak önmagában nincs is érdemi hatása a versenyre, attól függetlenül is szükséges az antitröszt normáknak való megfelelés. Gyakran előfordulhat az is, hogy két egymástól független, és elkülönült nemzetközi vállalkozás egyaránt beruház a célországban, majd anyavállalataik egyesülnek, így a vállalatok közötti függetlenség mindegyik piacukon megszűnik.

⁷⁹ <http://www.gepjarmuipar.hu/UserFiles/Image/mgsz%20kiadvany2005.pdf>, 36. oldal

⁸⁰ Czakó (2003) 15.o.

⁸¹ Konjunktúrajelentés (2009)

⁸² X. melléklet – a legnagyobb árbevételű hazai vállalatok nemzetközi kitekintésben

⁸³ http://www.audi.hu/hirek/hir.php?hir_id=170 (letöltés: 2009-05-10)

Az FDI vonzóképeség szempontjából elmondható, hogy adott ország gazdasága jobb helyzetben van, ha már megfelelően implementálta a versenyjogi rendelkezéseket, hiszen ezzel biztosítottak tekinthető a versenyzéshez megfelelő „játéktér” is a hazai és a külföldi vállalatok között. Általánosságban elmondható, hogy a kiszámítható szabályozói és gazdasági környezet fontos vonzó tényező a külföldi tőkebefektetések esetében is.

Más szempontból előfordulhat olyan versenyellenes helyzet, amikor bizonyos tőkebefektetők nagyobb beruházás révén olyan piacokat is megszereznek, melyet utána akár állami segítséggel, de le tudnak zárni a versenytársak, a verseny előtt. Ilyenkor a versenyből származó, illetve az adott tőkebefektetés által realizált előnyök kerülnek egymással szembe.⁸⁴

5 Multik az egyes ágazatokban

A tanulmány ezen fejezetében négy gazdasági szektort ragadtunk ki, amely a multinacionális vállalatok jelenléte szempontjából eltérő tanulságokkal szolgál, ám talán éppen ezért közelebb is vihet minket e vállalkozások hazai jelenléte, és a verseny, versenypolitika, adott esetben fogyasztóvédelmi politika dimenziójában szerepük megértéséhez.

A szektorok kiválasztását az a szempont vezette, hogy az iparági sajátosságokra tekintettel is olyan szeleteit mutassuk be a közép-kelet-európai gazdaságoknak, amelyek esetében a piacok földrajzi dimenziójára való tekintettel is eltérő versenyszituációban vannak jelen a vállalkozások. Gondolunk itt arra, hogy a kiskereskedelmi piacok esetében a nemzetközi láncok szerepe minden általunk figyelembe vett országban⁸⁵ jelentős, azonban a kiskereskedelmi szegmensben a fogyasztási szokások alapján a nemzeti piacok elkülöníthetőek.

Tehát az egyik általunk kiválasztott szektor a kiskereskedelmi, pontosabban az élelmiszer-kiskereskedelmi piac, amely jelentős részét hazánkban illetve a többi kelet-európai országban is külföldi tulajdonban lévő áruházláncok uralják. E multinacionális vállalatok megjelenése egyben új iparági megoldásokat is hozott magával, melyek nagyobb értéket, és hasznosságot jelentenek a fogyasztóknak, mint a szektorban hagyományosan kialakult szolgáltatások.

A második kiragadott iparág az autógyártás. Az autógyártás egyik fő végterméke a személyautó. A személyautó piaca globális, a termékek és márkák az egész világon versenyeznek, melyet az autógyárak minden kontinensen megtalálható gyártóközpontjai is bizonyítanak. A pénzügyi válságból kibontakozó gazdasági visszaesés a hétköznapi emberek számára jelenleg leginkább az autóipar területén látható. A három legnagyobb regionális piac (Amerika, Ázsia és Európa) közül a Kelet-Európában megtalálható autógyártókra koncentrálunk, tekintettel arra, hogy az elmúlt 15 évben jelentős autóipari övezet alakult ki a Magyarország – Szlovákia – Csehország tengely mentén.

Kevesebb figyelmet fordítunk az energiaszektorra, amely a piacnyitás kezdeti fázisában van minden európai országot tekintve, azonban Magyarországon jelentős a szektoron belüli külföldi tőke befolyása is. A rövid áttekintés bepillantást nyújt abba,

⁸⁴ Lásd még UNCTAD (2004).

⁸⁵ Az elemzések egyfajta közép-kelet-európai körképet kívánnak nyújtani az adott szektorok vonatkozásában, így Magyarország mellett Szlovákia, Csehország, Lengyelország és Románia gazdaságának egy-egy szeletébe is betekintést kívánnak nyújtani.

hogy a multinacionális vállalatok jelenléte ellenére a szektor strukturális jellemzőiből fakadóan a versenynek kevés tér marad.

Sajátos jellemzői miatt mutatjuk be a szolgáltató központok⁸⁶ magyarországi és regionális szerepét. Ezen belső szolgáltatóközpontok adott nagyvállalat tevékenységeinek optimalizálásához járulnak hozzá azáltal, hogy egyes tevékenységeket, mint pl.: pénzügyi tevékenység, HR adminisztráció, beszerzési tevékenység, IT szolgáltatás, stb., egy központba helyezi, ahelyett, hogy azokat a vállalat egyes elkülönült részlegeinél külön-külön működtetné. Tehát ebben az esetben nem egy konkrét ágazatban nézzük meg az egyes iparági szereplők teljesítményét, hanem e humán erőforrás-igényes struktúrák munkahely-teremtési lehetőségeit mutatjuk be. Fontos megjegyezni, hogy ezek a részlegek nem az egyes vállalkozások kulcsterületei, ám hatékony működésük jelentősen hozzájárulhat a nyereségességhez.

5.1 Verseny a kiskereskedelem lokális piacain

Magyarország példájából kiindulva a rendszerváltást követően a privatizációs folyamatok is alakították a szektorbeli piaci viszonyokat, azonban ennél sokkal jelentősebb hatása volt már a kilencvenes évek elején néhány külföldi tulajdonú cég megjelenésének. A külföldi cégek közül is többen részt vettek a privatizációban – pl.: Tengelmann, Delhaize, Julius Meinl, de a Tesco, Spar és Penny Market áruházak inkább új üzleteket nyitottak már kezdetben is. Nagy alapterületű hipermarkettel elsőként 1994-ben a Metro jelent meg Budapesten, majd 1996-ban a Tesco⁸⁷ is megnyitotta első üzletét. Ez az üzletforma újfajta vásárlói szokások kialakulását kívánta meg a fogyasztóktól, azonban vonzó is volt számukra, mivel óriási árubőség mellett viszonylag alacsony árakon kínálták/kínálják a termékeket. Mindezt ezen üzletformák racionalizált beszerzési tevékenysége, a korábban elkülönült nagy- és kiskereskedelmi funkció integrálása, a termelőkkel és beszállítókkal szemben kialakított vevői alkuerő (buyer power) tette számukra lehetővé.

A hazai tulajdonban lévő kereskedelmi egységek emellett képesek voltak abban a szektorban „erősíteni”, ahol kevésbé versenyeztek az új vásárlási szokásokat megkívánó hipermarketekkel. Tulajdonosi egyesülések, beszerzési társulások alakításával helyt tudtak állni az új belépők gerjesztette árversenyben.

Míg Magyarországon 2000-ben csak 14 %-kal⁸⁸ részesedtek a hipermarketek a napi fogyasztási cikkek (élelmiszer, háztartási vegyi áru és kozmetikum) értékesítéséből, addigra mára ez az arány 30 % körülinek mondható. A Nielsen Piackutató vállalat 2007-2008. során végzett felmérése alapján Magyarországon 90 élelmiszer kategória kiskereskedelmi forgalmából a hipermarketek és a hazai tulajdonban lévő láncok közel azonos mértékben részesednek (30-29 %-kal), őket a diszkont kategória (19 %) követi, majd az önálló üzletek és a szupermarketek (12-11 %-kal).

A GVH kutatása szerint⁸⁹ „a kiskereskedelmi verseny az ár, a földrajzi terület, a termékválaszték és a nyújtott kereskedelmi szolgáltatás dimenziójában valósul meg”.

⁸⁶ Shared Service Center (SSC) – megosztott szolgáltató központok

⁸⁷ A Tesco ma már 92 hipermarkettel, 28 szupermarkettel, 5 expressz áruházzal és 26 S-Markettel van jelen Magyarországon. (<http://www.tesco.hu/aboutus.php> letöltés: 2009-04-23)

⁸⁸ GfK Piackutató Intézet 2000. évi felmérése alapján.

⁸⁹ GVH (2000)

E verseny a termékpiacon valósul meg, azonban háttérben a vállalatok belső működési jellemzői is megtalálhatóak, melyek lehetséges hatékonyságnövelő tényezőként azonosíthatóak. Ezek között említhető többek között a méret- és tevékenységi körből fakadó gazdaságosság megléte, a jobb tárolási és raktározási kapacitások, illetve azok hatékonyabb kihasználása, az üzleti kockázat csökkentésének és megosztásának lehetőségei, a fejlett logisztikai és beszerzési rendszerek, és egyéb speciális szakismeretből fakadó többlet lehetőségek.

A kiskereskedelem átalakulásáról általánosságban elmondható, hogy hatékonyságnövekedéssel és hatékonyságnövekedési kényszerrel jár a piaci szereplők számára, amely a piacon keresztül a fogyasztók számára az árakban, a választékban, a szolgáltatás színvonalában megjelenő előnyökkel, azaz fogyasztói jólét-növekedéssel jelentkezik.

A magyar kiskereskedelem változásának egyik motorja a hipermarket. Jelenleg kb. 127 hipermarket működik Magyarországon, és számuk az utóbbi években is növekedett. A bolttípus az elmúlt tizenöt év során látványosan fejlődött: élelmiszernél 30, háztartási vegyiárúnál és testápoló szerekénél 38 százalékos, kimagasló piaci részesedést ért el a Nielsen 2008. első félévre vonatkozó adatai szerint. A következő három év során várhatóan lassul a növekedés. Újabb hipermarketek nyílnak, de az egy üzletre jutó forgalom valószínűleg kisebb lesz.⁹⁰ A hazai bolthálózat legfontosabb jellemzője a folyamatos koncentrálódás. Egyrészt csökken az üzletek száma, ugyanakkor viszont terjeszkednek a modern csatornák, és az összes kiskereskedelmi eladótér folyamatosan növekszik. A hazai láncok jelentős piaci részesedése Közép- és Kelet-Európában ritkaságnak számít, ami azt jelentheti, hogy a hipermarketek mellett a hazai láncok képviselte csatornák a közeljövőben is fontosak maradhatnak.

2. Táblázat **Az élelmiszer és háztartási vegyiáru, valamint kozmetikum kis- és nagykereskedelmi vállalatainak forgalom szerinti rangsora 2008-ban. (forgalom milliárd forintban)**⁹¹

Sorszám		Boltlánc	Üzletek száma		Forgalom
2008.	2003.		2008.	2003.	2008.
1.	(1.)	Tesco	151	60	602,0
2.	(3.)	CBA	3 038	2866	545,0
3.	(2.)	Coop	5 250	3575	500,0
4.	(6.)	Spar	391	153	374,2
5.	(5.)	Reál	2 310	1998	348,0
6.	(4.)	Metro	13	12	262,1
7.	(9.)	Auchan	11	8	221,7
8.		Lidl	105	-	164,7

⁹⁰ AC Nielsen (2008)

⁹¹ AC Nielsen közlése alapján. További információk: a Spar 2008. nyarán megvette a Plus diszkontláncot (172 üzletével), illetve a Hélikor, mely Észak-Kelet Magyarországon volt jelen a Coop részévé vált. A német Lidl Magyarországon 2004-ben kezdett el terjeszkedni, még a szintén német Aldi 2008-ban lépett be a magyar piacra. A korábbi listának nem voltak részei a drogériák (dm, Rossmann), azonban a háztartási vegyi áru és kozmetikum szegmensben jelentőségük megnőtt. A Profi és a Match korábban Csemege-Ker-ként szerepelt, akkor boltjaik együttes száma 213 volt, ami együttesen kismértékben csökkent.

9.	(7.)	Penny Market	169	136	161,5
10.	(11.)	Cora	7	6	105,5
11.		Dm-Drogerie Markt	233	-	62,0
12.		Match	124	-	54,4
13.		Rossmann	181	-	42,9
14.		Profi	73	-	33,0
15.		Aldi	45	-	20,1
16.		Hélikar	53	-	9,0

A táblázat adataiból is látszik, hogy a magyar kiskereskedelmi forgalomban erőteljes a külföldi láncok jelenléte. Ugyan a Tesco piaci részesedése önmagában sem éri el az élelmiszer kiskereskedelmi piac 20 %-át, mégis talán az ő beszállítóival való kapcsolatát említve merül fel a legtöbbet vevői erő kifejezés, amely arra a jelenségre utal, hogy a vevők jelentős hányadát vonzó leginkább nagy eladó-területű láncok beszállítóikkal szemben úgy viselkednek, mint egy domináns helyzetű vevői monopólium. A helyzetet tovább árnyalja, hogy sajátmárkás termékeikkel részben beszállítóik versenytársai is, valamint eladóként nemcsak a termékeket értékesítik a vevők felé, hanem bizonyos marketing szolgáltatásokat (reklámmegjelenési lehetőségek, értékes polchelyek) is a beszállítók felé is értékesítenek.

A környező országok kiskereskedelmi piacáról csak kevésbé részletes elemzések állnak rendelkezésünkre, de a szektor átalakulása a multinacionális vállalatok megjelenése mindenhol kéz a kézben járt egymással.

A **lengyel kiskereskedelmi piacon** is az egyik első külföldi befektető a német Metro AG volt⁹², mely első Reál hipermarketét 1997-ben nyitotta meg, és ma már 49 hipermarkete van országszerte. A hipermarket illetve a nagyterületű supermarket szegmensben jelentek meg a külföldi tulajdonú láncok, ahol a lengyel láncok kezdetben egyáltalán nem voltak jelen. A lengyel versenyhatóság 2005. évi ágazati vizsgálata szerint a lengyel piacon 6 kiskereskedelmi lánc van francia tulajdonban (Carrefour-csoport – Champion, Carrefour, Casino-csoport – Geant, Leader Price, Auchan, Intermarché) valamint holland, dán, brit, német és portugál tulajdonú láncok vannak jelen, a kereskedelmi márkaneveket tekintve a Tesco, Savia, az Ahold-csoporton belül az Albert, Hypervnova, valamint a Lidl és a Kaufland.

Lengyelországban a diszkontláncok rendkívül elterjedtek, a legnagyobb ilyen lánc a Biedronka, aminek több mint 1300 üzlete van Lengyelország szerte, a piaci részesedésük folyamatosan nő, köszönhetően hatékony működési formájuknak, és kedvező árainak.

A lengyel kiskereskedelmi piac sokszereplős, ahol a legnagyobb szereplőknek is viszonylag alacsony a piaci részesedése. A magyarhoz hasonló módon a hagyományos kis üzletek számára az jelenthet túlélést, ha csatlakoznak valamelyik nagyobb franchise hálózathoz. A legfőbb kiskereskedelmi üzletláncok a Biedronka mellett, mely a Jeronimo Martins portugál társaság tulajdonában lévő diszkontlánc, a Carrefour, a Tesco, és néhány további hipermarket lánc, mint az Auchan, Kaufland. Fontos megemlíteni a Lidl, az Eurocash és Emperia társaságokat is.

Csehországban a 10 legnagyobb kiskereskedelmi szereplő több mint 80 %-át uralja a piacnak, míg Lengyelországban a 20 legnagyobb csak valamivel több, mint a piac

⁹²

Michalak (2001)

40 %-át éri el.⁹³ A közép-kelet-európai országok kiskereskedelmi szektorai közül a lengyel piac a legkevésbé koncentrált, ennek részben az lehet a magyarázata, hogy a lengyel piac méretében a legnagyobb, és a népesség is kevésbé koncentrálódik az egyes nagyvárosokban illetve vidéken.

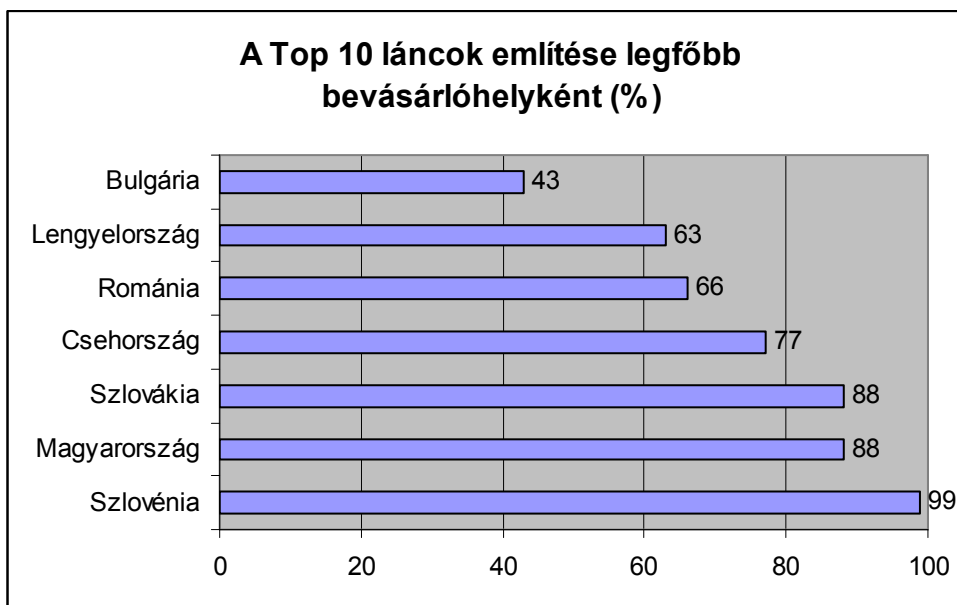


Forrás: GfK Incoma

A GfK Incoma 2008-ban a kelet-közép-európai régió országaiban (Csehország, Lengyelország, Magyarország, Szlovákia) végzett közvélemény-kutatása alapján a fogyasztók vásárlási szokásait mérte fel. Ennek egyik érdekes eredménye, hogy a legkedveltebb fmcg (fast-moving-consumer-good – napi fogyasztási cikkek, élelmiszerek, kozmetikai cikkek, háztartási vegyi- és papíráruk) vásárlási hely a lengyel Biedronka (16 %), míg a második a Tesco (11 %) és harmadik helyen végeztek a helyi társulások üzletei. A Biedronka sikere azzal magyarázható, hogy jelentős expanzióba kezdett 2008-ban, és talán a gazdasági válság beköszöntével is sokkal népszerűbbé váltak az általa működtetett diszkont üzletek. A második helyezett Tesco mind a négy ország piacán jelen van.

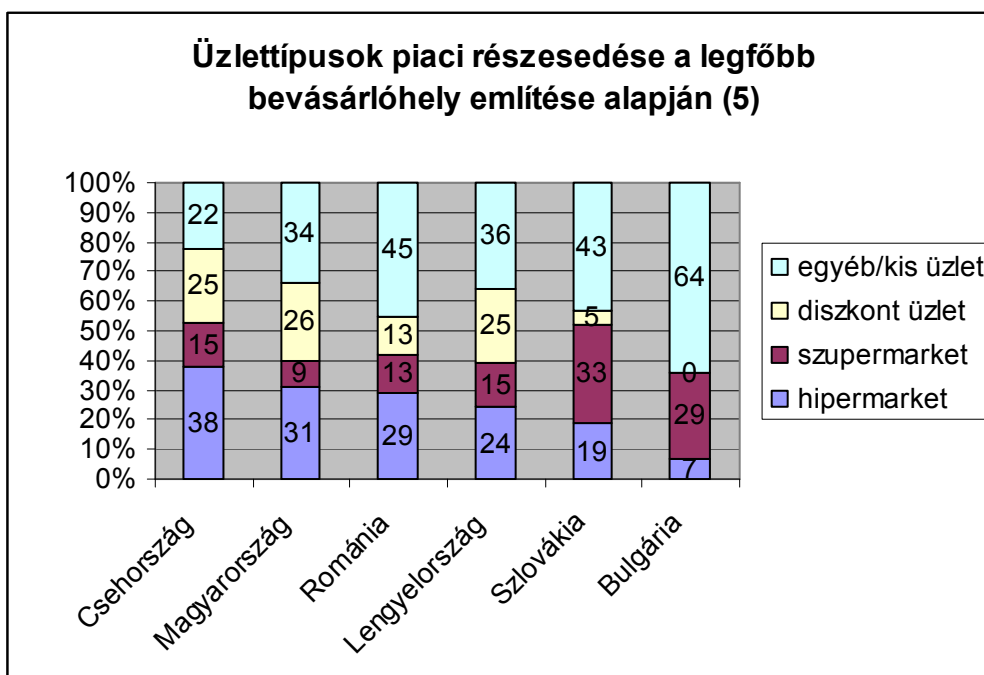
Szintén a GfK Incoma felmérése alapján a koncentráció mértékét jól jellemzi az egyes országokban az a felmérés, ahol a fogyasztók legfőbb bevásárlóhelyüknek a 10 legnagyobb részesedésű lánc valamelyikét említették:

⁹³ <http://www.melontoday.com/Interview.aspx?id=e0ce5835-d648-4389-9a79-f2e0952c9ae8>
(letöltés: 2009-05-02)



Forrás: Shopping Monitor CEE 2009

Nem az egyes társaságok, hanem az üzlettypusok szerint differenciált a Shopping Monitor CEE 2008 felmérés, ahol az a kép rajzolódik ki, hogy a hipermarket láncoknak valamint a diszkontláncoknak egyre erősödik a szerepe, míg egyes országokban a kisüzletek is jelentősek még, figyelembe véve azt is, hogy Magyarországon például a CBA vagy Coop hálózat is ebbe az üzlettypusba sorolandó:



Forrás: Shopping Monitor CEE 2008

A GfK Incoma felmérése külön kiemelte a román kiskereskedelmi piac fejlődését, ahol a koncentráció, egyben a külföldi láncok megjelenése csak az utóbbi öt évben indult meg. 2003-ban a kisboltok részesedése még 80 % körüli volt, mely 2007-re közel felére csökkent, emellett a hipermarketeket 2003-ban csak 4 % említette, addig 2007-re 29 % tekintette legfőbb bevásárló helyének.

Általánosan elmondható Közép-Kelet-Európában, hogy a hipermarketek közel másfél évtizedes jelenlétük alatt jelentős piaci részesedést szereztek az egyes országok kiskereskedelmi piacain, ahol a hagyományos üzlettípusok szerepe csökkent, illetve vagy a hálózatosodás irányába mutató átalakulásukkal tartható fenn. Üzletpolitikai válaszuk megfelelő válasznak tűnik a hipermarketek által generált új piaci viszonyok között, hiszen hasonló pozíciókat tudnak kiharcolni beszállítóikkal szemben, másrészt minőségi szolgáltatásokkal igyekeznek kielégíteni a fogyasztói igényeket.

5.2 Versenyteremtés a regionális piacokon az energia szektorban

Az **energia** minden szintéren különösen fontos(sá váló) gazdasági tényező, mely felismerésből fakad az a közös érdek, hogy az EU és a tagállamok versenyképes, biztonságos és fenntartható energiapolitikát fejlesszenek ki. Az EU ezt úgy fogalmazza meg, hogy versenyképes energiapiacot kell kialakítani az EU-n belül és támogatni kell a fenntartható, hatékony és diverzifikált energiamixet. Emellett az Unión kívül törekedni kell harmadik országok vonatkozásában az energiaágazatban az átláthatóság, az irányítás és a kereskedelem javítására nem diszkriminatív árutovábbítási feltételek révén, valamint annak biztosításával, hogy harmadik felek hozzáférhessenek az exporthoz használt csővezeték-infrastruktúrához.⁹⁴

Tehát a „verseny bevezetése az Unió gáz- és villamosenergia-piacain azon európai energiapolitika szerves része, amely három szorosan összefüggő célkitűzés: a versenyképes és hatékony energiaágazat, az ellátás biztonsága, valamint a fenntarthatóság megvalósítására irányul.”⁹⁵

Energiaszektor Magyarországon⁹⁶

A már korábban is hivatkozott HVG TOP 500 legnagyobb árbevételű magyarországi vállalat közül 52 db cég tevékenykedik az energiaipar területén, a részesedésük a top 500 összárbevételből kiemelkedően jelentős 25,1%. Az export aránya az árbevételben belül 20%. A szektorral való foglalkozást az EU célkitűzéseivel kapcsolódóan nemcsak az energia mind egyik legfontosabb erőforrás, hanem a külföldi és jelentő árbevételt realizáló vállalkozások hazai jelenléte is indokolja.

Az alábbiakban áttekintést adunk a szektor fejlődéséről, és szerkezetéről, kitérve a szabályozás változásának jelentősebb állomásaira.

Az erőművi szektor 1995-1997 között lezajlott privatizációja során a vertikálisan integrált állami vállalathoz (Magyar Villamos Művek Tröszt) tartozó erőművek jelentős része különböző külföldi stratégiai befektetők (Electrabel, RWE, AES) tulajdonába került. A magyar villamosenergia-ipar külföldi-hazai tulajdonosok szerinti szerkezetéről (2007) lásd részletesen az 6. mellékletet. A három legnagyobb termelő együttes részesedése beépített kapacitások szerint 61 %-ot, termelés szerint 59 %-ot tett ki, azonban a HHI (Herfindahl-Hirschman Index) a számítási módtól függően 1400-1800 közötti értéket venne fel, ami normális körülmények között kevésbé koncentrált, sokszereplős piacot jelez.

A nagykereskedelemben ennél magasabb koncentráció figyelhető meg, mivel a közüzemi nagykereskedő (MVM) a végfogyasztók ellátásához szükséges kapacitások többségét az erőművi szektor privatizációjának éveiben (1995-1997)

⁹⁴ COM(2006) 567 6-7.o.

⁹⁵ COM(2006)

⁹⁶ MEH (2007) tájékoztatója alapján.

aláírt hosszú távú megállapodásokkal (HTM-ekkel) kötötte le. A HTM-eken keresztül az MVM a hazai erőművek összes rendelkezésre álló kapacitásának hozzávetőlegesen 60-80 %-a felett rendelkezik, ami a gyakorlatban az eredményezi, hogy a hazai erőművek nettó termelésének 70-80 %-ához egyetlen szereplőn, az MVM-en keresztül lehet hozzájutni.

Az MVM a hazai kapacitásokra kötött HTM-ek mellett hosszú távú importszerződésekkel is rendelkezik, aminek következtében a határkeresztesző kapacitások közel a felén szintén az MVM szállíthat(ott) energiát. A hazai bruttó fogyasztás kielégítéséhez szükséges elsődleges (importból és hazai erőművi forrásból történő) villamosenergia-beszerezések közel 80 %-a az MVM csoporton belül bonyolódott, amely ezzel 2007-ben is a nagykereskedelem domináns szereplője volt.

A szektor szabályozását tekintve a versenyképes energiapiac kialakítása és a verseny bevezetése összefonódik Magyarország Európai Unióhoz való csatlakozásával, hiszen ahogyan azt az előzőekben is említettük 2003-ig a magyar piacon a korábbi vertikálisan szervezett állami trösztökből létesített társaságok kizárólagosan uralták a piacot. 2003-ban a fokozatosság jegyében elsőként a kiválasztott nagyfogyasztók számára nyílt meg a lehetőség, hogy a szabad árampiacról jussanak hozzá villamosenergia igényeikhez. A piacnyitás e kezdeti időszakában a piaci mechanizmusok nem tudtak beindulni, és jótékony hatásaik sem érződhettek, aminek egyértelmű következménye volt, hogy több feljogosított szereplő visszalépett a hatóságilag szabályozott rendszerbe.

2007-ben a villamosenergia-iparra még az ún. „kettős piac” (közüzem és szabadpiac) szerinti működés volt a jellemző, ahol az árszabályozás a 2005. február 1-jén hatályba lépett rendeletek szerint működött.

A kettős rendszerben a közüzemi fogyasztók a terméket (energiát) és a rendszerhasználatot egyaránt magába foglaló „komplex szolgáltatás” hatósági árainak (közüzemi árak) megfizetésével vásárolták a villamosenergiát, a szabad piacra kilépő feljogosított fogyasztók pedig nem-szabályozott áron jutottak hozzá a villamosenergiához, mint termékhez, míg a rendszer használatáért ők is hatósági árat fizettek.

A kiskereskedelmi piacon a lakossági fogyasztók számára csak 2007. július elsejével nyílt meg a piac.

A közüzemi szolgáltatók⁹⁷ három multinacionális vállalatcsoport - E.ON, RWE, EdF - tulajdonában állnak, amelyek nem csak a közüzemi szolgáltatók révén láttak el fogyasztókat, hanem a szabadpiaci tevékenységek végzésére létrehozott kereskedő társaságokon keresztül is. A teljes hazai kiskereskedelmi piacon így részesedésük igen jelentős, megközelítőleg 85%-os volt 2007-ben. Az erős piaci koncentráció dacára a piacon olyan kereskedők is megjelentek, amelyek a piacnyitással párhuzamosan hazai nagykereskedelmi tevékenységük mellé fogyasztók ellátását is vállalták. Közöttük megtalálhatók a régióban több leányvállalattal rendelkező multinacionális vállalatok is.

⁹⁷ A közüzemi szolgáltatói engedéllyel rendelkező társaságok – az E.ON Dél-dunántúli Áramszolgáltató Zrt., az E.ON Tiszántúli Áramszolgáltató Zrt., a Budapesti Elektromos Művek Nyrt., az Észak-magyarországi Áramszolgáltató Nyrt. és a Dél-magyarországi Áramszolgáltató Zrt. – valamely módon keresztül az elosztó hálózatok fölött is rendelkeznek.

A 2007-es év nagykereskedelmi piaci áralakulások alapvetően meghatározták a kiskereskedelmi piaci mozgásokat is. Mivel a regionális nagykereskedelmi árak megemelkedtek, a közüzemben elérhető árak versenyképesebbé váltak az addig olcsóbb szabadpiaci áraknál. Éppen ezért a három vezető - az E.ON, RWE, EdF - társaságnál az volt megfigyelhető, hogy a szabadpiaci fogyasztók visszavándoroltak az azonos tulajdonosú közüzemi szolgáltatóhoz.

A kiskereskedelmi piaci árakat alapvetően a hatóságilag szabályozott közüzemi árak határozták meg. Mivel a fogyasztó szabadpiaci szerződésének lejártával bármikor visszaléphetett a közüzembe, a közüzemi fogyasztói tarifák gyakorlatilag felső korlátot szabtak a szabadpiaci árképzésnél.

A hazai árak európai uniós összehasonlításban mind a lakossági, mind az ipari fogyasztói szegmensben a középmezőnyben foglaltak helyet 2007-ben.

Ország	Fogyasztás (TWh/év)	Kiskereskedő cégek száma (>= 5% piaci rész)	Éves váltási arány a kisvállalkozások és a háztartások körében (%)	Átlagos fogyasztói energia ár ⁹⁸ (euro/MWh)
Ausztria	61,7	7	1,50	67,00
Bulgária	34,7	3	0,00	29,00
Csehország	72,0	3	0,80	42,49
Magyarország	37,3	4	n.a.	57,17
Lengyelország	154,2	6	0,00	40,56
Románia	54,1	5	0,07	33,58
Szlovákia	29,6	3	0,00	n.a.
Szlovénia	13,9	7	0,40	43,42

Forrás: CEER – ERGEG 2008 Annual Report

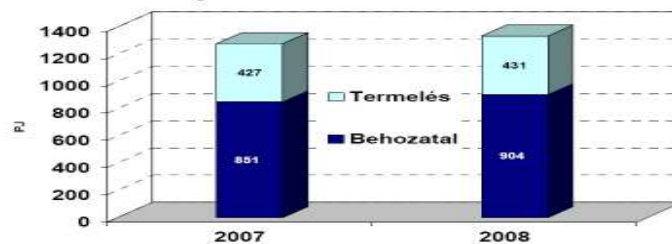
Fontosnak tartjuk megemlíteni, hogy 2005 novemberében a DG Competition (Európai Bizottság Verseny Főigazgatósága) vizsgálatot kezdett a befagyott költségekhez kapcsolódó kompenzációs rendszerre vonatkozóan. A DG Competition első megállapításai szerint az MVM és a termelők által aláírt hosszú távú szerződések (HTM) állami támogatást tartalmaznak a termelők javára. A vizsgálat során a DG Competition komoly kételyeinek adott hangot a HTM-ek közös piaci elveknek és az uniós versenyjog szabályainak való megfelelését illetően. 2007-ben a magyar kormány kezdeményezésére az MVM tárgyalásokat indított a termelőkkel annak érdekében, hogy a HTM-eket összhangba lehessen hozni az EU-s szabályozással. A szerződések újratárgyalásában elért előrehaladás ellenére 2007-ben sem került sor a meglévő HTM-ek felbontására (sem a szerződések felbontásához adott esetben kapcsolódó kompenzációs rendszer elfogadtatására), így az Európai Bizottság 2008 folyamán meghozta a tiltott állami támogatások megállapítására és visszafizetésére vonatkozó határozatát.

Tehát a villamos energia piacon elvben már 2003. január elsejét követően is kifejthették volna a piaci erők hatásukat, azonban a gyakorlatban nagyon kevés eredménye volt az akkori részlegesnek nevezhető piacnyitásnak az energiapiacra. Sőt még ma is a piacnyitás kezdeti fázisáról beszélhetünk, hiszen az eredetileg meghirdetett piacnyitási időponthoz képest is fél éves késéssel 2008. január 1-jétől beszélhetünk az energiapiac teljes liberalizációjáról. A piacnyitás feltételei jelentős

⁹⁸ Átlagos fogyasztó Eurostat kategória Dc= éves fogyasztás 3500 kWh, ebből 1300 éjszaka
⁹⁹ Energia ár = Teljes ár – Hálózati díjak – Adók - Illeték

részben a villamos energia törvényben¹⁰⁰ kerültek lefektetésre. Köztük is fontos megemlíteni a közüzemi rendszer megszüntetését, az éves aukciók bevezetését, ahol a 20 MW feletti termelők, valamint a termelői kapacitás vagy energia felett rendelkezők vesznek részt, emellett a hazai szabályozásban bevezetésre került a jelentős piaci erővel rendelkező (JPE) piaci szereplők kezelése az infokommunikációs szektorban alkalmazott koncepció mintájára.

6. ábra **A hazai energiatermelés és az energiabehozatal alakulása – Forrás: Energia Központ Kht.**¹⁰¹



A hazai energiatermelés és az energiabehozatal alakulását szemléltető ábra is jól mutatja, hogy az energiapiac vonatkozásában a nemzeti piacnál tágabb regionális piacnak van létjogosultsága, amelyen csak akkor tudnak a piaci erők az árak csökkenésére hatni, ha a „szűk keresztmetszeteket” jelentő iparági csomópontok megszüntetésre, vagy megfelelően szabályozásra kerülnek, és az egyéb vertikális szegmensekben kibontakozó versenyt nem akadályozzák.

5.3 Verseny a globális piacokon

5.3.1 Verseny az exportorientált autógyártásban

Az autógyártás világpiacának méretét jól szemlélteti, hogy 2007-ben az egész világon összesen 60.447.891 db személygépkocsit gyártottak¹⁰², és ebből a mennyiségből összesen 19.471.936 db készült Európán belül (a világtermelés 32,2%-a) illetve ezen belül 17.284.053 db az EU 25 tagországában (Németországban összesen 5.709.139 db, 9,45%).

Ebben a részben Közép-Európa autóiparára koncentrálunk, bemutatva a multinacionális vállalatok szerepét és hatását a régiós országok versenyképességére, köztük elsősorban hazánkéra.

Az autógyártás ágazati sajátosságai

Az autóipar vállalatai az ún. beszállítói piramis különböző szintjein helyezkednek el.¹⁰³ A piramis legfelső szintjén található az autógyártó cégeket (Magyarországon ilyen vállalat az AUDI és a Suzuki). Alattuk találhatóak az első beszállító cégek az ún. TIER 1 vagy integrátor vállalatok, ilyen vállalat például a Bosch, a Knorr-Bremse vagy a ZF csoport tagjai. Ezek a cégek jellemzően komplex részegységeket gyártanak az összeszerelő autógyárak számára. Az első beszállító cégek száma 20-ra tehető és a többségük multinacionális cégek leányvállalatai. Azaz a külföldi

¹⁰⁰ 2007. évi LXXXVI. törvény

¹⁰¹ IN: Magyar Gazdaság - 2008/4. 27. o.

¹⁰² <http://www.gepjarmuipar.hu/index2.php?lang=hu>

¹⁰³ Czakó, 2003 17. o.

tulajdon meghatározó a piramis ezen két szintjén, ahol többnyire exportorientált vállalatokat találunk.¹⁰⁴

Az integrátorok erős iparági kapcsolatokkal, és versenyképes know-how-val bírnak, emellett jelentős a K+F kapacitásuk (pl. a Knorr-Bremse folyamatosan fejleszti K+F kapacitását nemcsak Budapesten, hanem Kecskeméten is). Megfigyelhető az a folyamat az iparágon belül, hogy ahogy a kapcsolat a vertikum szereplői között egyre szorosabbá válik, úgy erősödik az integrátor vállalatok szerepe az iparágon belül, mert az autógyárak egyre több tevékenységet engednek át a beszállítóknak, és ezzel párhuzamosan támaszkodnak beszállítóik képességeire és tudására. (Czakó, 2003)

Az integrátor vállalatok alatt a piramis harmadik szintjén helyezkednek el a második körös beszállítók, ún. TIER 2-es vállalatok. Ezek a cégek már az összetettebb részegységek egyes elemeit állítják elő. A külföldi tőke szerepe még a beszállítói piramis harmadik szintjén is jelentős, azonban itt már a magyar tulajdonban lévő vállalatok aránya is erősebb. A piramis további alsóbb szintjein találjuk a második, harmadik és sokadik körös beszállítókat. Ezek a cégek a legegyszerűbb alkatrészeket állítják elő az egyre bonyolultabb elemekhez, a hazai vállalatokat tekintve a magyar tőke részaránya ezeken az alsóbb beszállítói szinteken a legnagyobb. (Czakó, 2003)

A kisebb beszállítók folyamatosan tökehiánnyal küszködnek és ezért nehezen képesek fejleszteni technológiájukat és kapacitásukat, amelyek megléte nélkül nem tudnak a piacon beszállítói partnerként megjelenni. Ezek az alsóbb beszállítók legtöbbször bémunkát végeznek és pótalkatrészeket gyártanak a TIER 1 vagy TIER 2 vállalatoknak. (Czakó, 2003)

Autógyártás Közép-Kelet-Európában

Jelenleg 15 autógyár található Budapest 500 km-es környezetében, ezek révén Közép-Kelet Európa a világ gépjárműgyártásának fontos alközpontjává vált az elmúlt évek folyamán. Közép-Európában elsősorban kicsi, gazdaságos üzemeltetésű gépkocsik gyártása folyik, ahol az autógyárak betelepülésének hatására fokozatosan megerősödött a régiós beszállítói hálózat. A térség járműipari beruházásainak értéke 2007-ben meghaladta a 20 milliárd eurót. Az autóipar a gazdasági világválság kirobbanásáig az egyik leggyorsabban növekvő szektor volt a közép-európai régióban, ahol a 2007-ben gyártott 2,9 millió gépjárművel jelentős helyet foglal el az Európai Unió piacán, sőt 2007-ben a térségben gyártott gépkocsik száma kiemelkedően növekedett. A gazdasági válság ellenére is valószínűsíthető, hogy ez a szám nem fog hosszútávon és jelentősen csökkenni, hiszen újabb telephelyek létrehozása is folyamatban van a régióban.

¹⁰⁴

Czakó, 2003 17. o.



Forrás: ITD Hungary & az egyes társaságok

Szlovákia sebes növekedését a 2000-es évtized közepén kiépült autógyártó kapacitás táplálta. A német Volkswagen, a francia PSA Peugeot Citroen és a dél-koreai Kia Motors beruházásai révén Szlovákia, egy lakosra számolva, a világ legnagyobb autógyártó országa lett.¹⁰⁵ A szlovák autógyárak 2007-ben ezer lakosra már 105,7 autót gyártottak, hiszen 2007-ben a három gyár együttesen 572.000 járműt bocsátott ki. A 2008-as tervekben a PSA 200.000 db, a Volkswagen 250.000 db és a KIA 225.000 db autó kibocsátását jelezte.¹⁰⁶ 2007-ben a járműipar a szlovák export 40 százalékát adta, és mind a három autógyártó vállalat az első tíz szlovák exportőr között van, köztük is kiemelkedik a Volkswagen, amely az export 15%-át adja.

Csehországban az autóipar szintén nagyon jelentős, 2007-ben autógyártás tette ki a cseh ipar mintegy 20%-át¹⁰⁷, az exporton belül 25%-t képvisel. Az iparágban közel 130.000 fő dolgozik¹⁰⁸. Csehországban szintén három autógyár található, a régi idők Skoda gyára, mely a Volkswagen konszern tagjaként újult meg, a Hyundai és a TPCA – Toyota Peugeot Citroen Automotive csoport gyárai. 2007-ben a legnagyobb cseh járműgyártó, a Skoda Auto 623 529 autót gyártott, míg a TPCA 320 000 darabot¹⁰⁹. A Hyundai 2008 év végén kezdte meg a termelést. 2007-ben tehát

¹⁰⁵ <http://www.autoipari-klaszter.hu/2008/04/09/szlovak-autoipar-csucsos-a-szlovakiai-autogyartas/>

¹⁰⁶ <http://www.reuters.com/article/rbssConsumerGoodsAndRetailNews/idUSL2690596620080226>

¹⁰⁷ <http://www.origo.hu/uzletinegyed/hirek/vilaggazdasag/20080604-skoda-csehország-autoipar-rekord-hyundai-tpca.html>

¹⁰⁸ <http://www.czechinvest.org/data/files/automotive-97-en.pdf>

¹⁰⁹

http://autohirek.hu/tart/cikk/i/0/25983/1/auto/Csehországban_es_Szlovakiában_jobb_az_autogyartok_helyzete

majdnem egymillió gépkocsit gyártottak Csehországban és ha ez a szám tovább nő – márpedig a Hyundai gyár felfutása ezt feltételezi, akkor Csehország átveheti a vezetést Szlovákiától az egy főre eső legyártott gépkocsik versenyében.

Románia két fő autógyára a Ford üzeme Cralova-ban és a már Renault csoporthoz tartozó Dacia gyár Pitestiben. 2008-as adatok alapján Romániai autógyárak 350 000 db autót gyártottak és exportáltak.

Lengyelországban öt autógyár található: az Opel - General Motors (Gliwice), a Volkswagen (Poznan), két Fiat gyár (Tychy és Bielsko-Biata) és a PSO/Chevrolet (Warsaw) gyára. 2009 márciusában 102 244 db járművet állítottak elő a FIAT, az Opel, a Volkswagen és a Chevrolet autógyárai. Az autógyártás teszi ki a lengyel feldolgozóipar 10%-át.¹¹⁰

A jelenleg rendelkezésre álló adatok alapján a vizsgált országok autó-kibocsátása az alábbi:

2008	Magyarország	Szlovákia	Csehország	Lengyelország	Románia
Gyártott autók száma	274.269	572.000*	943.529	Kb.800.000	350.000

* 2007-es adat

A kelet-közép-európai régióban az új autógyárak termelésbe állásával és a régiók továbbfejlesztésével Európa legnagyobb intenzitású autógyártási potenciálja jött és jön létre, közel 3 millió db/év kapacitással.

Autógyártás Magyarországon

A rendszerváltozás után a kilencvenes évek az autóipar területén is jelentős változásokat hoztak. A magyar gazdaságban jellemző haszongépjárművek korábbi piacain a kereslet jelentősen lecsökkent és így a kiterjedt járműipari gyártási kapacitások hasznosításában új fejezet kezdődött. Már ebben az időben is több multinacionális személyautógyár jelentős magyarországi beruházásról határozott, döntésüket új költséghatékonyabb gyártóhelyek létesítése és új piacok megcélzása motiválta. Igényeiknek megfelelt, hogy Magyarország fejlett és kihasználatlan járműipari gyártókapacitással és infrastruktúrával rendelkezett volt, amihez megfelelő képzettségi szintű munkaerő is párosult, és a további fejlesztéseknek sem volt akadálya.¹¹¹

A következő tíz év alatt telepített gyártási kultúra jól szolgálta a személyautók, a motorok és főegységek, hajtóműalkatrészek, valamint a speciális haszonjárművek előállítását. Az 1990-es évek végére a magyar gépjárműgyártás és ezáltal az autóipar a működőtőke-befektetésekkel megtelepedett multinacionális vállalatoknak köszönhetően a magyar gazdaság meghatározó ágazatává vált, egyben jelentősen befolyásolva a magyar gazdaság fejlődési és növekedési ütemének változását. A működő tőkebefektetések következtében a járműiparban a külföldi tulajdon részaránya 2000-ben 74,8% volt.¹¹²

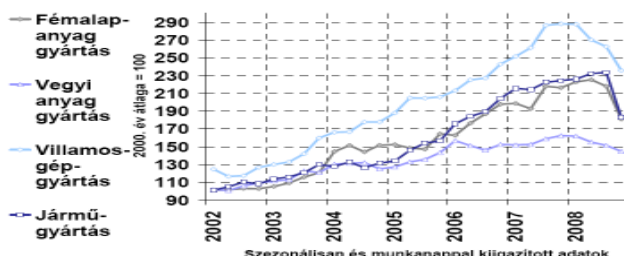
¹¹⁰ <http://www.mno.hu/portal/635974>

¹¹¹ <http://www.gepjarmuipar.hu/UserFiles/Image/mgsz%20kiadvany2005.pdf>

¹¹² Knáb, 2002

A járműipari szektor Magyarországon a teljes export 20%-át reprezentálja.¹¹³ Tőkevonzó képessége alapján a leginkább húzó ágazat, melyben a Magyar Nemzeti Bank becslése szerint 2008-ig összesen 6,5 milliárd euro FDI-t realizálhatott az ország. Az ágazatban 600 vállalkozás működik, 100.000 főt foglalkoztatva.¹¹⁴

7. ábra A legfontosabb feldolgozóipari ágazatok exportértékesítésének alakulása –



forrás: KSH¹¹⁵

Magyarországon jelenleg két nagy autógyárban végeznek autó-összeszerelést, a Suzuki gyárban, Esztergomban és az AUDI gyárban, Győrben. Korábban 2005-ig Szentgotthárdon is volt autógyártás, azonban a General Motors Powertrain végül a magyar autó-összeszerelést megszüntette és ez a telephely jelenleg már „csak” autóalkatrész-gyártásra és különösen motorgyártásra fókuszál. 2011-től Kecskeméten a Mercedes új gyára is megkezdte működését.

2008-ban az AUDI összesen 41.789 db¹¹⁶ autót készített, a Suzuki termelése 2007-ben 232.480 db jármű, míg 2008. első felében 149.438 db jármű volt.¹¹⁷

Magyarország nem az autógyártásban, hanem a motorgyártásban tekinthető piacvezetőnek a régió országai között. 2008-ban az AUDI 1,9 millió (pontosan 1.900.333) db¹¹⁸, a General Motors pedig 400 ezer motort gyártott¹¹⁹, ezzel Magyarország Európa negyedik legnagyobb motor exportőre volt. (A General Motors európai autógyárait kizárólag a szentgotthárdi gyár látja el középkategóriás, benzinüzemű motorokkal.)

Az első és második körös beszállítók száma folyamatosan emelkedik: a 90-es évek eleje óta számos autóalkatrész-gyár követte az AUDI, SUZUKI, valamint a General Motors új telephely választását, és jelenleg a világ 20 Tier 1 (azaz ún. első körös) beszállítójából 14 telepedett meg hazánkban: Robert Bosch, ThyssenKrupp, Denso, Michelin, Valeo, Bridgestone, Borg Warner, Visteon, Delphi, Continental, Lear, Siemens, Sumitomo.

A régió kedvező adottságainak köszönhetően számos multinacionális cég nemcsak gyártási, hanem K+F tevékenységét is a régióba, ezen belül Magyarországra szervezte ki. Továbbá a kedvező földrajzi elhelyezkedésnek köszönhetően a

¹¹³ http://www.itdh.com/engine.aspx?page=Itdh_Priority_Sectors_Automotive

¹¹⁴ http://www.itdh.com/engine.aspx?page=Itdh_Priority_Sectors_Automotive

¹¹⁵ In Magyar Gazdaság – 2008/4

¹¹⁶ http://www.audi.hu/hirek/hir.php?hir_id=170

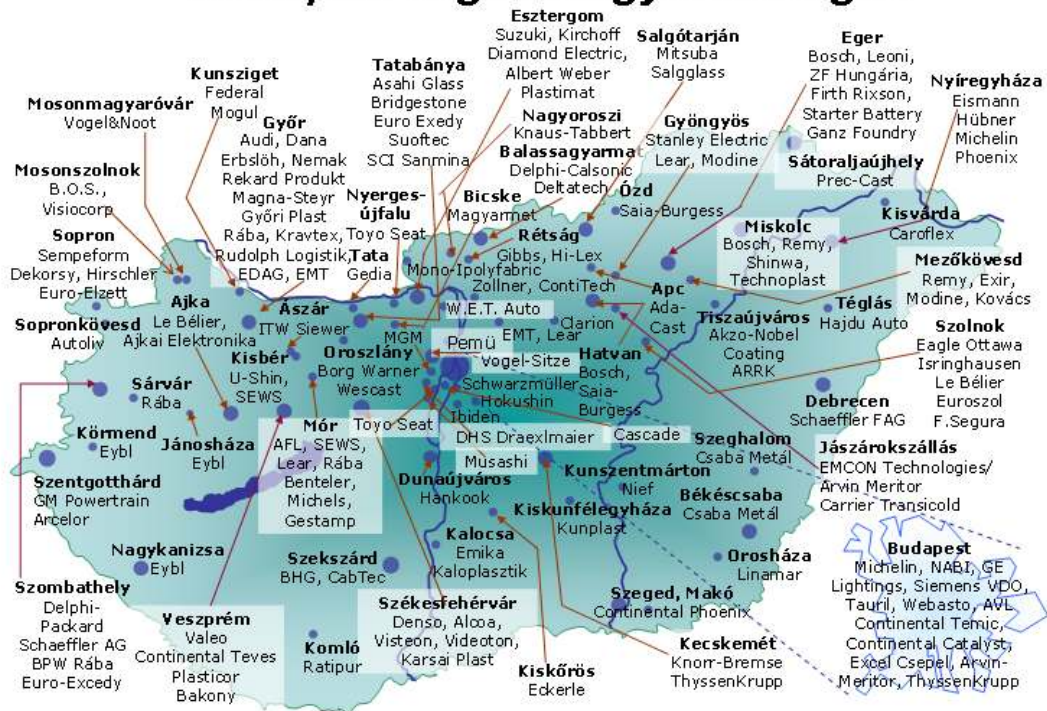
¹¹⁷ http://www.suzuki.hu/pages/display/magyar_suzuki_zrt/cikk/cikk:2008_szeptember_4._magyar_suzuki_bovulo_termeles_rekordmerteku_export

¹¹⁸ http://www.audi.hu/hirek/hir.php?hir_id=170

¹¹⁹ <http://gm-press.com/2006/HU/site/article.php?aid=3383>

Renault-Nissan, a General Motors és a Porsche alkatrészbázist telepített hazánkba, melyek nemcsak a közép-kelet európai régiót, hanem Ukrajnát, Oroszországot és a Balkánt is kiszolgálják.

Autóipari cégek Magyarországon



Forrás: NFGM

Fontos kiemelni, hogy a magyar autóipar teljesítménye nagymértékben függetlennek látszik a magyar gazdaság egészétől és a GDP-től, részben azért mert az iparág termelése igen koncentrált. Egy-egy nagyobb és ezáltal meghatározó piaci szereplő megjelenése vagy országból való távozása döntően befolyásolja a teljes autógyártó-ágazat termelését.¹²⁰ A legfőbb piaci szereplők – jelen esetben egyes multinacionális vállalatok magyar telephelyei - cselekedetei határozzák meg a termelés alakulását és a magyar piac versenyképességét is, így a munkaerő megfelelőségét és a beszállítói hálózat kialakulását.

A HVG minden évben közzé teszi a TOP 500 listát, mely igen jó képet mutat egy adott iparági szegmens erősségéről. Így elemeztük az 500 legnagyobb árbevételű hazai cégek között a járműipar helyzetét.(3. sz. melléklet táblázata). A top 500 cégből 42 foglalkozik autó- és autóalkatrész, jármű- és járműgyártási tevékenységgel (két cég a vasúti iparban tevékenykedik). Ezen cégek részesedése a top 500 összárbevételéből 10,5%-ot tett ki. Amennyiben a 40 olyan cég adatait vesszük, amelyek az autógyártás területén tevékenykednek, akkor láthatjuk, hogy árbevételük jelentős hányada, 85,62% exportból származik, tehát a magyar autóipar exportfüggő, és a belföldi eladás változásai nincsenek tényleges befolyással az ágazat értékesítésére.

¹²⁰

Czakó, 2003 8. o.

A 2006-os év adatai alapján a legfontosabb export-célország Németország volt, amelyet Csehország és Spanyolország követett. A közúti gépjárműmotorok jelentősen bővülő exportjának köszönhetően Szlovákia és Kína felé, valamint Lengyelország felé bonyolítottuk az exportforgalom további jelentős részét.¹²¹

Az autóiapi szereplőknek meg kell felelni az autógyárak által támasztott minőségi követelményeknek. Az autógyárak és külföldi beszállítók megjelenése a háttérpar fejlődésével is együtt járt, azaz nekik köszönhetően Magyarországon is nőtt a technológiai tudás. Az autóiipar megtelepedésének pozitív hatása a gazdaság egészére, hogy a szakképzett munkaerő is folyamatosan fejlődött szektorban a betelepülő multinacionális vállalatoknak köszönhetően.

Know-how és a tudástranszfer

Az autóiipari vállalatok letelepedése a régióban és hazánkban azzal járt, hogy még jelenleg is igen jók a mérnökök és autóiipari szakemberek elhelyezkedési lehetőségei, sőt bizonyos térségekben és településeken (például Miskolc és Győr környéke) már mérnökhány is felfedezhető.

A már letelepedett és jelentős know-how-val rendelkező autóiipari szereplők hatással vannak a magyar oktatásra, a gyakorlati igényekhez igazodó szakképzési rendszerre, a felsőoktatásra, hiszen folyamatosan szükségük van szakképzett munkaerőre. A betelepített vállalatok igen kritikusan nyilatkoznak a magyar szakképzésről¹²², amit egyértelművé is tesznek, hiszen lobbiznak a szakképzési reform mellett egy gyakorlatorientált képzés megvalósításának érdekében. A központi intézkedések lassúsága miatt a vállalatok a környezetükben lévő oktatási intézményekkel veszik fel a kapcsolatot és kötnék együttműködést a megfelelő képzés érdekében. A legismertebbek talán az AUDI és a Győri Egyetem, vagy éppen a Bosch és a Budapesti Műszaki Egyetem, illetve a Bosch és a Miskolci Egyetem közötti együttműködések.

3 példa - a multinacionális autóiipari szereplők a magyar oktatásban

A Knorr-Bremse cégcsoport kutatásfejlesztési tevékenysége Magyarországon 1995-ben indult és 1999-ben a multinacionális vállalatok között elsőként hozott létre fejlesztőintézetet hazánkban. Jelenleg már több mint kétszáz, magasan képzett mérnök foglalkozik Budapesten az elektronikus rendszerek, Kecskeméten pedig a pneumatikus, elektro-pneumatikus berendezések fejlesztésével, tervezésével és vizsgálatával. A Knorr-Bremse csoport a hazai műszaki felsőoktatással szoros és szerteágazó együttműködést folytat, amely kiterjed az oktatás, a közös kutatás és fejlesztés és egyéb kapcsolatokra is. Közös kutatólaboratóriumok létesítéséről írt alá megállapodást a cég a budapesti és a szegedi egyetemmel, illetve a Knorr-Bremse tagja a járműipari Regionális Egyetemi Tudásbázisnak is.

Az AUDI Hungaria szorosán együttműködik a győri Széchenyi István Egyetemmel, illetve 2003 óta áll kapcsolatban a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetemmel is, ahol hallgatói és oktatói ösztöndíjat alapított, valamint kutató laboratóriumokat szerelt fel mérőműszerekkel. Az AUDI a képzési koncepcióját a győri Lukács Sándor Szakképző Iskolával együttesen fejlesztette ki. „A 2001 januárjában indított gyakorlati képzésen a tanulók a hathónapos gyakorlati idő alatt

¹²¹ Magyar Autóiipar, 2007. február 8. o.

¹²² <http://www.ahkungarn.hu/hu/publikationen/konjunkturbericht/>

innovatív technológiát képviselő ipari berendezéseken fejleszthetik gyakorlati tudásukat, továbbá megismerhetik egy modern vállalat munkafolyamatait. A diákok oktatását az Audi Hungaria speciálisan képzett szakoktatói végzik.” A szoros együttműködésen túl a vállalat számítógép-felszerelésekkel, iskolai oktatótermek és tanműhelyek modernizálásával, valamint laborfelszerelések beszerzésével is támogatja az intézményt.¹²³

A Bosch csoport a főiskolákkal és az egyetemekkel több éves együttműködést alakított ki, és kiemelt figyelemmel kezeli a műszaki felsőoktatásban tanulók szakmai felkészültségét. „A BME mellett a Budapesti Műszaki Főiskolával is erősítette kapcsolatát, ahol egy „Intelligens kisautó” fejlesztésre kötött megbízást az intézménnyel. Idén újabb autóelektronikai laboratórium megnyitását tervezi a BME-n. A Bosch Budapesti Fejlesztési Központja a vállalat hatvani és miskolci gyáraival együtt indította útjára a „Bosch Éltre Tervezve Díjat” Magyarországon. A kezdeményezés keretében első ízben pályázhattak a hallgatók konkrét fejlesztési feladatokra a cég honlapján, melyhez konzultációs lehetőséget, komoly nyereményeket, valamint ösztöndíjprogramokat ajánlott a cég.”¹²⁴

5.3.2 SSC-k, azaz a szolgáltató központok megjelenése

Az ún. shared service center (SSC), azaz megosztott szolgáltató központ (röviden szolgáltató központ) alatt elsősorban olyan szervezeti egységet értünk, amely belső szolgáltatásokat nyújt – jellemzően az informatika, a HR és a gazdasági adminisztráció például számvitel területén – a vállalat többi szervezeti egysége vagy kis részben külső vevők számára.

Az SSC-k főbb típusai a következők: BPO (business process outsourcing – üzleti folyamatok kiszervezése) szolgáltatás, pénzügy, számvitel, adatközpont szolgáltatás, dokumentum menedzsment, call center, CRM (customer relationship management – vevői kapcsolatok menedzsmentje), customer care center - vevőszolgálat, IT (információs technológiai) támogatás, HR (human resource – emberi erőforrás kezelés), helpdesk, stb.

Az SSC-k megjelenését a főként észak-amerikai majd a nyugat-európai multinacionális vállalatok egyes tevékenységének racionalizálása indította el. A nemzetközi folyamatok optimalizálása érdekében egyre több multinacionális vállalat hozott és jelenleg is hoz létre olyan központokat, amelyek egy-egy speciális területen kínálják szolgáltatásaikat.

E térségi szolgáltató központok közös jellemzője, hogy viszonylag kis tőke elegendő a létesítésükhöz és alacsony költséggel beindítható a tevékenységük. Ennek okai, hogy az irodabérlet és a tevékenység végzéséhez szükséges informatikai infrastruktúra kiépítése nem eredményez nagy beruházási költséget az outsourcingot megvalósítók számára.

A közép-európai régiót tekintve ez a fajta szolgáltató szektor az 1990-es évek közepén jelent meg és azóta egyre nagyobb hangsúlyhoz jutott. Nagyon jellemző, hogy míg Nyugat-Európában a munkavállalók 8-10%-a dolgozik szolgáltató központokban addig Magyarországon ez a szám „csupán” 1%, így világ-, illetve

¹²³ <http://www.audi.hu/gyorben/tarsadalom.html>

¹²⁴ <http://www.bosch.hu/sajto/presstext.phtml?id=606>

nyugat-európai összehasonlításban még gyengén szerepelünk, ám régiókon belül Magyarország pozíciója stabilnak mondható. 2002-ben és 2003-ban a közép-európai térségben az UNCTAD felmérése szerint 91 SSC központot létesítettek, és ennek közel harmadát, 26-ot Magyarországon.¹²⁵ Ez a trend 2007 után megakadni látszik, amiben szerepet játszhat Bulgária és Románia EU-csatlakozása is.

A szolgáltató központok piacainak vizsgálata során az **A.T. Kearney tanulmányára**¹²⁶ hivatkozunk, amely összesen 50 országban vizsgálja az SSC-k szerepét. Az A.T. Kearney Global Services Location Indexe (GSLI) összeállításához az alábbi három fő tényezőcsoportot elemzi és hasonlítja össze:

- pénzügyi attraktivitás (társasági költségek, infrastrukturális költségek, adók és szabályozói költségek), (40 %-os súllyal szerepel),
- elérhető munkaerő, szaktudás (információs-technológiai és üzleti folyamatok kiszervezésének piaca, SSC and IT minőség, munkaerő elérhetősége, oktatás és nyelvtudás, munkanélküliség aránya), (30 %-os súllyal szerepel),
- gazdasági környezet (infrastruktúra, beszállítói háttér), (30 %-os súllyal szerepel).

A. T. Kearney Global Services Location Index (2007-2009)

Országok	Rangsor	
	2009.	2007.
India	1.	1.
Kína	2.	2.
Malajzia	3.	3.
Thaiföld	4.	4.
Brazília	12.	5.
...
Bulgária	13.	
Románia	19.	
Csehország	32.	16.
Magyarország	37.	24.
Lengyelország	38.	18.
Szlovákia	40.	12.

3. Táblázat, Forrás: A. T. Kearney

Bár Magyarország a 2007-es évhez képest mindhárom főtényezőben javult, azonban így is több pozíciót esett vissza, ami részben az erős nemzetközi versennyel magyarázható. Ez a fajta „pozícióvesztés” az SSC-k területén nemcsak Magyarországon, hanem a régió többi országában is bekövetkezett némely esetben, nagyobb mértékben is.

Ha az alindexeket is tekintjük, akkor a 2009-es elemzésben mind Bulgária, mind Románia előkelő helyezése elsősorban a pénzügyi tényezőkkel kapcsolatos kedvező értékelésnek köszönhető, hiszen a szaktudásra és az üzleti környezetre vonatkozó részértékelésük alapján az összes visegrádi ország megelőzné őket. A visegrádi országok között viszonylag csekélynek nevezhető különbségek fedezhetőek fel, de a részmutatókat tekintve a pénzügyi attraktivitás területén Szlovákia vezetné az alrangsorot, míg Lengyelország és Csehország az elérhető munkaerő

¹²⁵ ITD Hungary (2006)

¹²⁶ A. T. Kearney (2009)

vonatkozásában, addig az üzleti környezet Csehországban és Magyarországon a legvonzóbb.

SSC-k Magyarországon

Magyarországon 2000 táján jelentek meg az első regionális szolgáltató központok, de az ún. „SSC-boom” a 2006-os évre tehető. Ettől az időponttól kezdve jelentek meg az elsősorban a pénzügyi, HR, és IT tevékenységet végző, több nyelven szolgáltatást nyújtó cégek. Az ITD Hungary Zrt. kimutatása alapján eddig kb. 50 szolgáltató központ telepedett le hazánkban. A közel teljesnek tekinthető magyarországi SSC lista a 4. számú mellékletben található.¹²⁷ Elsőként az EDS és az Accenture cégek jelentek meg a magyar piacon, majd az ExxonMobil, az IBM, a Sykes, a GE, a Morgan Stanley, és a Vodafone vállalatok, amelyek egyenként 500-1.700 munkahelyet teremtettek, és tevékenységüket folyamatosan bővítik. Ezeken túl mintegy tucatnyi multinacionális vállalat is létesített 50-600 fős regionális szolgáltató központot: például a Diageo, az Avis Europe vagy a Cisco-Getronics.

Általában a tulajdonos saját leányvállalatait kiszolgáló központok létesülnek Magyarországon (ún. captive center), amelyek ügyfeleit zömmel a vállalatcsoporthoz tartozó, közép-európai régió belüli cégek képezik.

Az üzleti szolgáltatások jelentőségét Magyarországon jól szemlélteti, hogy az abból származó exportbevételek 1608, és az exportkiadások 1857 milliárd forintot tettek ki 2008-ban.¹²⁸ A KSH jelentése alapján 2008-ban az üzleti szolgáltatások közel felét tették ki a teljes szolgáltatási szektor bevételeinek. 2007-ről 2008-ra 22%-os volt a számítástechnikai és információs szolgáltatások exportnövekedése, főként a német relációnak köszönhetően. Továbbá jelentősen emelkedett a vállalatcsoporton belüli szolgáltatások exportja (32%) elsősorban holland és lengyel viszonylatban. Ennek az adatnak a hátterében az áll, hogy nagyon sok multinacionális vállalat központja Hollandiában található és az őket kiszolgáló SSC-k generálják a jelzett forgalmat.)

Esettanulmány

SSC központok szerepe Magyarországon – az IBM példa

Korábban az IBM-nél globális szinten 300 irodájában foglalkoztak a beszerzés adminisztrációjával. Ma már csak három városban végzik ezt: Sanghajban, Bangalore-ban és Budapesten.

Az IBM Budapesten létrehozott nemzetközi szolgáltató centrumában végzik a háttérmunkát a cég és több ügyfele globális tevékenységéhez a beszerzési adminisztráció, a humán erőforrás, a könyvelés területén, emellett pénzügyi szakemberek Magyarországról nyújtanak teljes körű szolgáltatást az IBM finanszírozási részlegének.

Az IBM magyarországi cégcsoportja több ezer embert foglalkoztat üzleti tanácsadási és szolgáltatási, valamint mérnöki, szoftver- és hardver szakértői és gyártási területeken. Az IBM ISSC szolgáltatási központ hazai és külföldi megbízói üzleti folyamatait támogatja HR, beszerzési, számlakezelési és pénzügyi területen, és jelenleg két budapesti helyszínén több mint 1.400 fő dolgozik. Továbbá az IBM ISC

¹²⁷

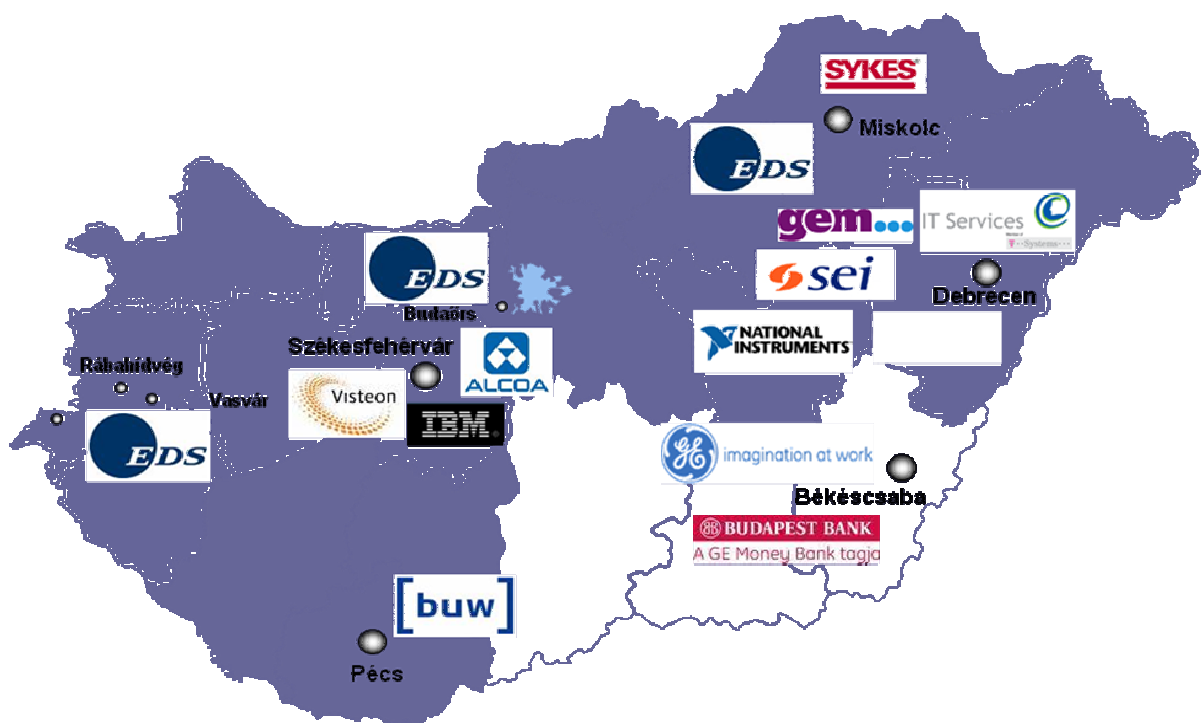
A lista az ITD Hungary Zrt. adatszolgáltatásából került összeállításra.

¹²⁸

KSH – Statisztikai tükör

Hungária az informatikai erőforrás-kihelyezésben (informatikai rendszereinek üzemeltetésében) nyújt segítséget és az IBM informatikai szolgáltató-bázisa az IBM DSS rendszerfelügyeletet és helpdesk szolgáltatásokat nyújt több száz fővel. A cég üzleti tanácsadás formájában értékesíti is a megosztott szolgáltatásokkal kapcsolatos tapasztalatait. Ez nem azt jelenti, hogy az IBM leányvállalatoknál nincsen például hr-osztály, de az adminisztrációt elvégzik Budapesten.¹²⁹

A Magyarországon található szolgáltató központok jelentős része, majdnem háromnegyede, sőt a nagy munkaerőt foglalkoztatók mindegyike Budapesten található az Accenture-től a Vodafone-ig. A budapesti SSC piac lassan telítődni látszik, ezért fontos, hogy a külföldi befektetők számára a szolgáltató központok fővároson kívüli megtelepedésének lehetősége is reális alternatívát jelentsen. A következő ábra a jelenlegi vidéki SSC központok elhelyezkedését mutatja:



Forrás: ITD Hungary

Az SSC szektor szerepének erősödését mutatja, hogy a HVG TOP500-as árbevételi listáján 2008-ban már öt szolgáltató központ szerepel: a Genpact International Kft. az 58., az ExxonMobil Üzletsegítő Központ Kft. a 298., az EDS Kft. a 368., az IBM Hungary ISSC Kft. a 420., a SAP Hungary Kft. a 479. helyen. Továbbá az árbevétel adatok alapján az exportárbevétel aránya átlagosan 78%-ot tesz ki a fenti cégek esetében.

Az ITD Hungary által hivatkozott 2007-es Ernst&Young kutatás szerint 2002 és 2006 között Magyarország érte el a legnagyobb SSC beruházásokat. Ez a siker alapvetően az alacsony költségeknek köszönhető. Míg Budapesten egy

¹²⁹

http://www.fn.hu/hetilap/ceg_piac/20080923/centerbe_veluk/

munkaállomás éves költsége 3.006 EUR-t tesz ki, addig ez az összeg Nyugat-Európában meghaladja a 10.000 EUR-t is.¹³⁰

Összehasonlításképpen ez a költség Prágában 3.289 EUR, azaz bár kis mértékben meghaladja a budapesti költségeket szintén alacsonynak tekinthető. Csehország szintén a régió SSC piacvezető szerepére tör, és az SSC-k régióbeli megjelenésének nyertese Budapest mellett Prága. Csehország is hamar észlelte a piaci lehetőséget és számos szolgáltató központ helyezte főhadiszállását hozzájuk, a Csehországban található SSC-k listáját szintén a 4. számú melléklet tartalmazza.

Bár főleg a budapesti piac telítettsége miatt a költségelőny fokozatosan olvad el Magyarország szempontjából a régió többi városához viszonyítva, addig a költségelőny továbbra is fenn áll a nyugat-európai és az amerikai központokhoz képest. A jelenlegi gazdasági körülmények pedig erős nyomást gyakorolnak a vállalatokra, hogy a költségeket minél jobban csökkentsék és növeljék hatékonyságukat. A további sikereket jelzi, hogy a British Petrol a közelmúltban jelentette be újabb 1.000 fős SSC telepítését Budapestre.¹³¹

SSC-k hatása a munkaügyi piacra és szabályozásra

Magyarországon, azon belül is koncentráltan Budapesten az SSC-k több ezer kvalifikált munkahelyet hoztak és hoznak létre, és elsősorban felsőfokú végzettséggel és idegennyelv-tudással rendelkezőket, többségében pályakezdőket alkalmaznak. Az SSC-k megjelenése új munkapiaci keresletet generált, ahol elsősorban egy idegen nyelv középfokot meghaladó szintű ismerete a felvételi kritérium, illetve részben a szükséges szakmai tudás, melyre a munkáltató több hónapos tréningek során a saját igényeinek megfelelően képezi tovább naprakésszé munkavállalóit. Sajnálatos, hogy idegen nyelveket jellemzően csak a felsőoktatásból kikerült munkavállalók beszélnek megfelelő szinten Magyarországon, akik azonban sok esetben „túlképzettek” a szolgáltató központokban elvégzendő feladatok jelentős részéhez.

A szektor már most is több mint 20.000 főt foglalkoztat, magyarországi növekedési potenciálja a gazdasági válság ellenére (vagy éppen miatta) igen magas, különös tekintettel a nagyobb vidéki egyetemi nagyvárosokra. Kiemelkedő gazdasági érdek, hogy a jövőben is vonzó célpont maradjon Magyarország, szükséges ezért a munkaerőigényt kielégítő, akár középiskolai képzési formák elindítása, ide értve az alapvető szakmai ismeretek biztosítását.

A munkaerőpiaci szabályozás vonatkozásában a Munka Törvénykönyve módosításainak szükségessége kapcsolódik a szektorhoz. Az SSC-knél felmerülő igények, mint a távmunka, részmunkaidős munkavégzés szabályainak egyszerűsítése, járulék-csökkentés, munkaerő-kölcsönzés, oktatás, átképzés területeinek megfelelő szabályozása a munkavállalói és a munkáltatói oldal számára is jobb helyzetet teremthet. A módosítási igény jelzése, illetve a társadalompolitikai egyeztetések a jelzett területeken sok esetben kifejezetten a hazánkba letelepedő multinacionális vállalatok kezdeményezéseire, és nyomására kezdődtek meg.

¹³⁰

http://www.itdh.com/engine.aspx?page=Itdh_Priority_Sectors_Service

¹³¹

<http://www.vg.hu/index.php?apps=cikk&cikk=266118>

Az elmúlt 10 évben kb. 50 multinacionális vállalat hozta Magyarországra szolgáltató központját, és a hatékonyság szempontjából rendkívül negatívan hatott az a szabályozás, mely nem tette lehetővé a hétvégi és nemzeti ünnepnapokon történő munkavégzést. Számos hazai munkaszüneti nap az országhatárokon kívül – ahova a szolgáltatások nyújtása csaknem 100%-ban irányul – munkanap. Mindennek kiküszöbölése többletterhet ró egy vállalatra, sőt, a regionális szolgáltató központ koncepciójának előnyeit is csökkenti, amely ezen a területen jelentősen rontotta hazánk versenyképességét. A Munka Törvénykönyvének vonatkozó módosítása értelmében azonban ezen vállalatok a folyamatos munkavégzés szabályozása alá kerültek, ezáltal működésük hatékonyabbá vált.

A munkaügyi változások másik példája, hogy az ún. kulcsszemélyzet kategóriába sorolható munkavállalók esetében további túlórákra vonatkozó jogszabályváltozások jöttek létre. (Kulcsszemélyzet kategóriába olyan munkavállalók tartoznak, akik magas szintű vagy kivételes ismereteket igénylő munkára, szakmára rendelkeznek képesítéssel, vagy egyébként olyan kivételes tudás birtokában vannak, amely a munkáltató működéséhez szükséges, nagyon nehezen pótolható a munkaerőpiacon, illetve található a munkaerőpiacon.)

A gyakorlatban egyre gyakrabban jelentkező probléma, hogy a munkáltatóknak olyan szakemberigénye merül fel, amely nem pótolható megfelelő időn belül a munkaerőpiacon. Erre az esetre kínál rugalmas megoldást a törvénymódosítás, amely lehetővé teszi, hogy a munkáltató és a munkavállaló legfeljebb egy éves határozott időre írásban megállapodjon az Mt. alapján kollektív szerződés nélkül elrendelhető kétszáz óra rendkívüli munkavégzés helyett legfeljebb háromszáz óra időtartamú elrendelhető rendkívüli munkavégzés lehetőségéről. Ebben az esetben tehát kollektív szerződés nélkül is lehetővé válna a rendkívüli munkavégzés éves keretének háromszáz órára való felemelése. Ezt a megoldást is elsősorban a multinacionális vállalatok kezdeményezték, mert a piacon felmerülő keresletingadozást leginkább a kiképzett és a speciális tudással már rendelkező munkaerő beállításával tudja megoldani.

Az egyes foglalkoztatási jogviszonyokat szabályozó törvények munka- és pihenőidőre vonatkozó rendelkezéseinek módosításáról szóló 2007. évi LXXIII. törvény, 2007. július 1-jei hatállyal iktatta be e szakaszt. Az új szabályok rendkívül szigorú korlátok mellett lehetőséget teremtenek arra, hogy az egyébként a munkavállaló számára éves szinten elrendelhető 200 óra túlóra felett, további 100 óra legyen elrendelhető - a munkavállalóval kötött megállapodás alapján. Ennek lényege, hogy csak olyan esetben kerüljön sor a megállapodásra, ha az adott munkakört más munkavállaló foglalkoztatásával nem tudja a munkáltató megoldani.

6 Multinacionális vállalatok és a versenyszabályozás, a helyi verseny – az empirikus kutatások alapjai

Tanulmányunk zárásaként összefoglaljuk, hogy az elméleti anyag áttekintése után hogyan látjuk a kutatási program következő fázisában elvégzendő empirikus kutatások alapjait.

Úgy ítéljük meg, hogy az általunk választott négy szektor alkalmas az empirikus vizsgálatokra. Mindegyiknek sajátos jellemzői vannak, amelyek az általunk kutatott témakör különböző aspektusainak feltárására alkalmasak.

A multinacionális vállalatok hatása az általunk bemutatott szektorok közül az élelmiszer kiskereskedelemben és az autógyártásban egyértelműen fellelhető és pozitívnak mondható.

Az élelmiszer kiskereskedelemben az új iparági megoldások meghonosítása, egyben a szektoron belüli fokozódó versenynyomás a multinacionális vállalatok megjelenésének köszönhető, amiből közvetve vagy közvetlen módon a fogyasztók is hasznot húzhatnak.

Az autóiparnak köszönheti a nemzetgazdaság termelőképességének jelentős részét, és a beszállítói kapcsolatokon keresztül befolyásolja a kapcsolódó szektorok (beszállítók) versenyképességét, termelékenységét.

Az energia szektor vonatkozásában a piacnyitás kezdeti fázisa még kevés értékelhető eredményt mutat a külföldi tulajdonlással kapcsolatban, hiszen az örökölt jogosultságok még mindig kötik az iparági szereplőket.

Az SSC szektor által teremtett munkahelyek száma egyáltalán nem elhanyagolható sem a térség egészét, sem Magyarországot tekintve, másrészt az SSC-k bekapcsolódása a multinacionális hálózatok belső rendszerébe további érdekes tanulságokkal szolgálhat a nemzetköziesedés és hálózatosodás összefüggéseiről.

6.1 A multinacionális versenyszabályozás és a helyi verseny

Az Európai Unióban a versenyszabályozás területén jelenik meg a legtisztábban a nemzetközi jelleg, azaz a versenyszabályozás intézményrendszere megfelelni látszik a globális gazdaság emelte kihívásoknak, hiszen az Európai Bizottság mellett az egyes tagállamok is alkalmazhatják a közösségi jogforrások versenyjogi intézkedéseit, és az ügyallokáció elsődleges szempontja, hogy az a hatóság járjon el, amely a legjobb helyzetben van az eset megítélését illetően.

Magyarország nyitott gazdaság, amit a nemzetközi tőkepiaci befektetők is sorra próbálnak megregulázni, hiszen ha az alacsony termelékenység miatt a beruházások megtérülési rátája is alacsony, akkor kiviszik a tőkésüket a gazdaságból. A magyar kormányzat feladat kijelölése során egységes elvek mentén határozta meg a vállalkozóbarát környezet kialakításához szükséges kezelendő területeket: „A magyar gazdaság versenyképességének a vállalkozások versenyképessége az alapja. A vállalkozóbarát környezet megteremtésének részét képezi a hazai és külföldi tőkebefektetések elősegítése, az adórendszer átalakítása és a bürokrácia terheinek csökkentése.”¹³² Véleményünk szerint azonban ez csak a problémák egy részét kezeli, hiszen a megfelelő iparági struktúrák ösztönzése, ahol a verseny valódi teret tud nyerni, vagy a piaci kudarcok adekvát kezelése éppolyan fontos összetevője a vállalkozások tevékenysége révén kialakuló teljesítménynek, eredményességnek. A példánkban szereplő iparágak közül a helyi verseny csupán az élelmiszer kiskereskedelmi szektorban volt jelentős, hiszen az SSC-k és az autóipar esetében a nemzetközi verseny azt dominálta, és ahhoz viszonyítva beszélhettünk a társaságok eredményességéről, vagy ki sem tudott igazán alakulni, mint az energiaszektorban, ahol a verseny hiánya érzékelhető ám a multinacionális vállalatok jelenlétének externális hatásai eddig nem érzékelhetőek.

6.2 A további kutatások kérdésfeltevései

A Reformszövetség által készített egyik dokumentum a magyarországi vállalati szektor néhány jellemzőjét foglalta össze az APEH 2006. évre vonatkozó adatai

¹³² <http://www.nfgm.gov.hu/feladataink/kkv/gazdf.html>

alapján. Az összeállításban szereplő termelési és értékesítési adatok megerősítik a 100 %-ban, vagy többségben külföldi tulajdonú nagyvállalatok fontosságát: hiszen a foglalkoztatottak 14 %-ával, a személyi jellegű ráfordítások 24 %-ával és az összes eszköz 39 %-val érik el az árbevétel 28 %-át, az export 54 %-át, a kibocsátás 40 %-át, és a bruttó hozzáadott érték 34 %-át.

A multinacionális vállalatok magyarországi szerepének jelentőségével kapcsolatosan még egyértelműbb képet ad a következő adat: 2006-ban az exportértékesítés nettó árbevétele 14775,8 milliárd forint volt, amelyből 9109,1 milliárd forint külföldi értékesítés a 100 %-ban külföldi jegyzett tőkés vállalkozásokhoz kötődik, és 2173,5 milliárd forint a többségben külföldi jegyzett tőkés társaságokhoz.

Azt következtethetjük ebből az adatból, hogy a Magyarországon bejegyzett külföldi vállalkozások révén méretődnek meg a „magyar” termékek, szolgáltatások a nemzetközi versenyben, míg a hazai tulajdonú vállalkozások külpiazi jelenléte ennél lényegesen gyengébbnek mondható. Ezt támasztja alá, hogy a 100 %-ban vagy többségében hazai tulajdonú vállalkozások éves árbevételének csupán tizedét teszi ki az export értékesítés nettó árbevétele, míg a külföldi tulajdonú vállalkozások esetén ez az arány több mint 30 %.

Az empirikus kutatások keretében az alábbi kérdéseket kívánjuk megválaszolni:

- A vállalkozások hogyan értékelik a gazdaságpolitikai célkitűzéseket illetve akciókat, egyáltalán vannak-e véleményük szerint a kormányzatnak olyan célkitűzései, amit az egyenlő versenyfeltételek, az átlátható piaci és szabályozási viszonyok megteremtése érdekében fogalmazott meg?
- A gazdaságpolitika mivel tudja leginkább segíteni a vállalkozások versenyképességét? Milyen sajátos szerepe van ebben a versenyszabályozásnak?
- Segíti, vagy gátolja-e az európai illetve hazai versenyszabályozás a magyar gazdaság versenyképességét? Mi a szerepe a multiknak a magyar gazdaság versenyképességében, s hogyan befolyásolja ezt a versenyszabályozás?
- A hatásos-e versenyszabályozás, azaz az európai szinten egységesnek tekinthető versenyszabályozás végrehajtása milyen társadalmi hasznokat generál? Tudják-e ezt azonosítani a vállalkozások? (Kognitív disszonancia felmerülése, szerepe: a gyengébb verseny rövid távon valószínűleg magasabb profitot eredményez, azonban hosszú távon csak a hatásos versenyben életképes vállalkozások maradnak meg.)
- Hogyan lehet jellemezni a multinacionális vállalatok és a hazai tulajdonú kkv-k között a vertikális iparági kapcsolatokat? Befolyással lehet-e ennek fejlesztésére a versenyszabályozás?

7 Hivatkozások

A. T. Kearney (2009): The Shifting Geography of Offshoring – The 2009 A. T. Kearney Global Services Location Index. Forrás: http://www.atkearney.com/images/global/pdf/Global_Services_Location_Index_2009.pdf (letöltés: 2009-05-20)

A Bizottság közleménye a Tanácsnak, az Európai Parlamentnek, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának – Globális Európa: Nemzetközi Versenyképesség – Hozzájárulás az EU növekedési és munkahelyteremtési stratégiájához. COM(2006) 567 végleges, Brüsszel, 4.10.2006

A Bizottság közleménye a Tanácsnak, az Európai Parlamentnek, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának – Az iparpolitika féldős felülvizsgálata – Hozzájárulás az EU növekedési és munkahelyteremtési stratégiájához. COM(2007) 374 végleges, Brüsszel, 4.7.2007

Bara Zoltán (2005): Az újonnan csatlakozott országok versenyszabályozási intézményeinek összehasonlító elemzése, In: Európai Tükör 2005. 7-8. szám, A Miniszterelnöki Hivatal és a Nemzeti Fejlesztési Hivatal folyóirata

Bara Zoltán (2008): A hálózati externáliák/hatások közgazdaságtanáról. In: Infokommunikáció és jog. HVG Orac Kft. 2008. november

Barney, J.B. (1995): Looking inside for competitive advantage. Academy of Management Executive, Vol. 9 No. 4

Bork, Robert, H. (1993): The Antitrust Paradox. A Policy at War with Itself. The Free Press, New York.

Carlton, Dennis W. – Perloff, Jeffrey (2003): Modern Piacelmélet. Panem Kiadó, Budapest.

Chikán Attila (2008): A globális gazdaság – Az üzleti tevékenység kerete. n: Czakó E. (2008): Nemzetközi vállalatgazdaságtan. Budapesti Corvinus Egyetem – Vállalatgazdaságtani Intézet, Budapest.

Chikán Attila – Czakó Erzsébet – Lesi Mária (2006): Állami szerepvállalás a vállalatok versenyképessége nézőpontjából, IN: Vértés A. – Viszt E. (szerk.): Stratégiai kutatások – Magyarország 2015, Tanulmányok Magyarország versenyképességéről (2006) http://www.gki.hu/docs/gki_mo2015_versenykepesseg.pdf (letöltés: 2009-03-17)

Chikán Attila (2007): Társadalmi koordinációs mechanizmusok és a közszféra, IN: Pénzügyi Szemle [http://www.asz.hu/ASZ/titkarsagi.nsf/0/FD8F53368893AF1CC125740F0039132E/\\$File/Pu_szemle_07_3-4.pdf](http://www.asz.hu/ASZ/titkarsagi.nsf/0/FD8F53368893AF1CC125740F0039132E/$File/Pu_szemle_07_3-4.pdf) (letöltés: 2009-03-18)

Chikán Attila (2005): Nemzeti versenyképesség és versenyszabályozás: barátok vagy ellenségek? – "Versenypolitika és növekedés - a verseny mint a versenyképesség és a gazdasági növekedés fő hajtóereje egy dinamikus gazdaságban" c. konferencia. Budapest, 2005. szeptember 26.

Coase, Ronald H. (2004): A vállalat, a piac és a jog. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.

Competition, Competitiveness and Development: Lessons from Developing Countries. United Nations – New York and Geneva, 2004.

http://www.unctad.org/en/docs/ditccpl20041_en.pdf (letöltés: 2009-05-01)

Czakó Erzsébet (2008a): Nemzetközi üzleti gazdaságtan és a nemzetközi vállalatgazdaságtan, In: Czakó E. (2008): Nemzetközi vállalatgazdaságtan. Budapesti Corvinus Egyetem – Vállalatgazdaságtani Intézet, Budapest.

Czakó Erzsébet (2008b): Vállalatok nemzetközi stratégiájának területei, In: Czakó E. (2008): Nemzetközi vállalatgazdaságtan. Budapesti Corvinus Egyetem – Vállalatgazdaságtani Intézet, Budapest.

Czakó Erzsébet, Gáspár Judit, Jenei István, Martits Gábor, Németh Angéla, Pintér Angéla, Szántó Richárd (2003): Magyarország autóiparának helyzetéről az Európai Unióhoz való csatlakozást megelőzően - a csatlakozás okán várható változások. Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem 30. sz. Műhelytanulmány, 2003. január

Deák Szabolcs (2000): A Porter-féle rombusz-modell főbb közgazdasági összefüggései, in: Farkas B. – Lengyel I. (szerk.) (2000): Versenyképesség – regionális versenyképesség. SZTE Gazdaságtudományi Kar Közleményei. JATEPress, Szeged, 67-87. o.

www.eco.u-szeged.hu/tudkozlemeny/2000_Deak.html (letöltés: 2009-04-02)

European Regulators Group for Electricity and Gas (EREG) – Council of European Energy Regulators (CEER) (2008): Annual Report of the European Energy Regulators

Eurostat

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tsieb030> (letöltés: 2009-05-10)

Facing the challenge: The Lisbon strategy for growth and employment, Report from the high level group chaired by Wim Kok, 2004. november
http://ec.europa.eu/growthandjobs/pdf/kok_report_en.pdf (letöltés: 2009-05-10)

Gelei Andrea (2006): Beszállító típusok a hazai autóipari ellátási láncban – kompetencia alapú megközelítés; Budapesti Corvinus Egyetem, Vállalatgazdaságtan Intézet 74. sz. Műhelytanulmány, 2006. július

GVH (2000): A Gazdasági Versenyhivatal versenypolitikai álláspontja a nagyméretű kiskereskedelmi láncokkal kapcsolatban. Versenyhivatali Füzetek, 3. szám, 2000. augusztus

GVH (2007a): A verseny szabadságával kapcsolatos, a GVH által követett alapelvek (2007) – Gazdasági Versenyhivatal
http://www.gvh.hu/domain2/files/modules/module25/pdf/elemzesek_gvhtanulmanyok_antitrosztpolicy_2007_05.pdf (letöltés: 2009-03-17)

GVH (2007b): A fogyasztói döntések szabadságára vonatkozó, a GVH által követett alapelvek (2007) – Gazdasági Versenyhivatal
http://www.gvh.hu/domain2/files/modules/module25/pdf/elemzesek_gvhtanulmanyok_fogyvedpolicy_2007_05.pdf (letöltés: 2009-03-17)

Heyne, Paul; Boettke, Peter; Prychitko, David (2004): *A közgazdasági gondolkodás alapjai*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.

IMD(2008): World Competitiveness Yearbook, Institute for Management Development, Lausanne, Switzerland.

ITD Hungary (2006): Outsource tendenciák a világban és Magyarországon. Forrás: http://www.hoa.hu/download/upload/60/html/Outsource_Trends_2006_Feb.pdf (letöltés: 2009-05-20)

Lewis, Williams W. (2008): A termelékenység ereje – Gazdagság, szegénység és a globális stabilitás fenyegetettsége. Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központ, Budapest.

McCarthy, R. M. [1964]: Basic Marketing: a Managerial Approach. Irwin, Homewood.

Magyar Energia Hivatal: Tájékoztató a Magyar Energia Hivatal 2007. évi tevékenységéről
http://www.eh.gov.hu/gcpdocs/200901/tajekoztato_20071.pdf

Magyar Gazdaság 2008/4 – Nemzeti Fejlesztési és Gazdasági Minisztérium 2009. március
<http://www.nfgm.gov.hu/data/cms1949901/MG2008Q4.pdf> (letöltés: 2009-04-02)

Michalak, Wieslaw Z. (2001): Retail in Poland: An Assessment of Changing Market and Foreign Investment Conditions -
<http://www.lib.unb.ca/Texts/CJRS/Autumn01/pdf/michalak.pdf> (letöltés: 2009-04-05)

Motta, Massimo (2007): Versenypolitika – Elmélet és gyakorlat. Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központ, Budapest.

Az iparpolitika féldős felülvizsgálata – Hozzájárulás az EU növekedési és munkahelyteremtési stratégiájához (A Bizottság közleménye a Tanácsnak, az Európai Parlamentnek, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságának és a Régiók Bizottságának) – COM(2007) 374, Brüsszel, 2007-07-04

http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/industry/com_2007/com_2007_374_HU.pdf (letöltés: 2009-04-05)

Konjunktúrajelentés, Magyarország 2009 A Német-Magyar Ipari és Kereskedelmi Kamara befektetői felmérésének eredményei 15. évfolyam; Budapest 2009. április, <http://www.ahkungarn.hu/hu/publikationen/konjunkturbericht/> (letöltés: 2009-05-10)

KSH - Statisztikai Tükör 2009/18: Szolgáltatások külkereskedelmi forgalma, 2008 III. évfolyam 18. szám, 2009. március 6. Összeállította: Központi Statisztikai hivatal, forrás: <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/idoszaki/szku/szku0812.pdf> (2009-05-30)

OECD(2009): Challenges Faced by Young Competition Authorities – Note by the Secretariat
<http://www.oecd.org/dataoecd/2/53/42073659.pdf> (letöltés: 2009-05-10)

Porter, M. E. (1980): Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Free Press, New York, NY

Porter, M. E. (1996): What is Strategy? Harvard Business Review, Nov-Dec., pp. 61-78.

Porter, M. E. (1998): The Competitive Advantage of Nations. Free Press, New York, NY

Porter, M. E. (1998b): On Competition. Harvard Business School Press, Boston.

Reformszövetség (2008): A vállalati szektor néhány jellemzője: Teljesítmény, bérek és bérjárulékok, társasági és különadó létszám- és tőketulajdoni kategóriákban
http://www.kopint-tarki.hu/reform/rsz_mellekletek.pdf (letöltés: 2009-05-10)

Sass Magdolna (2003): Versenyképesség és a közvetlen külföldi működőtőke – befektetésekkel kapcsolatos gazdaságpolitikák – „Gazdasági versenyképesség-helyzetkép és az állami beavatkozás lehetőségei” című kutatás résztanulmánya. 2003. szeptember

Valentiny Pál (2007): A verseny és szabályozása – Az Európai Unióban várható változásokról. In: Külgazdaság, LI. Évf., 2007. július-augusztus. (18-36. o.)

UNCTAD (2004): Competition, Competitiveness and Development: Lessons from Developing Countries. United Nations, New York – Genova. 2004.

UNCTAD (2008): World Investment Report. Forrás: www.unctad.org (letöltés: 2009-05-10)

World Bank (2008): Doing Business 2009. Publication of the World Bank, the International Finance Corporation, and Palgrave Macmillan. Forrás: http://www.doingbusiness.org/Documents/FullReport/2009/DB_2009_English.pdf (letöltés: 2009-04-30)

World Economic Forum (2008): Global Competitiveness Report. Forrás: <http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm> (letöltés: 2009-04-10)

Honlapok

AC Nielsen (2008): Javult a szuper- és hipermarket, valamint diszkont piaci pozíciója. Koncentrálódik a bolthálózat, növekszik az eladótér
<http://hu.nielsen.com/site/20080828.shtml> (letöltés 2009-03-31)

AC Nielsen: Boltláncok rangsora: Tesco az élen, utána két magyar lánc, CBA
http://www.news4business.hu/kozlemenyek/press_release.php?id=4206&no_results_total=468&lstresults=4# (letöltés 2009-05-03)

Share of Hypermarkets and Discount Stores Continue to Grow in Central Eastern Europe
http://www.gfk.com/imperia/md/content/gfk_hungaria/pdf/press_eng/press_20080515_eng.pdf

A magyarországi FDI helyzete
http://www.itdh.com/engine.aspx?page=itdh_Foreign (letöltés 2009-04-07)

Sikeres üzleti év az Audi Hungariánál (2009-03-10)
http://www.audi.hu/hirek/hir.php?hir_id=170 (letöltés: 2009-04-30)

Az AUDI Hungária Győrben, CSR
<http://www.audi.hu/gyorben/tarsadalom.html> (letöltés 2009-05-03)

Szolgáltatási szektor
http://www.itdh.com/engine.aspx?page=itdh_Priority_Sectors_Service (letöltés: 2009-05-10)

Automotive
http://www.itdh.com/engine.aspx?page=itdh_Priority_Sectors_Automotive (letöltés: 2009-05-10)

A legkedveltebb FMCG kiskereskedelmi láncok a Visegrádi országokban – 2009. március
<http://fmcgkereskedok.blogspot.com/2009/04/legkedveltebb-fmcg-kiskereskedelmi-lancok.html> (letöltés: 2009-04-27)

Retail market in Poland – 2009 February
<http://www.melontoday.com/Interview.aspx?id=e0ce5835-d648-4389-9a79-f2e0952c9ae8> (letöltés: 2009-05-02)

Shopping Monitor CEE 2009
<http://www.retail21.cz/rsummit/sessions/2009/cs/Lib/SM%20CEE%202009%20press%20release%20-%20CONCENTRATION%20-%20Eng.pdf> (letöltés: 2009-05-02)

Shopping Monitor CEE 2008

http://www.gfk.com/imperia/md/content/gfk_hungaria/pdf/press_eng/press_20080515_eng.pdf (letöltés: 2009-05-02)

Centerbe velük! – Regionális központok

http://www.fn.hu/hetilap/ceg_piac/20080923/centerbe_veluk/ (letöltés: 2009-05-20)

Magyar Gépjárműipari Szövetség MGSZ évkönyv 2004-2005, Budapest 2005

<http://www.gepjarmuipar.hu/UserFiles/Image/mgsz%20kiadvany2005.pdf>, Kiadó: X-Meditor Kft., Győr 2005

<http://www.gepjarmuipar.hu/index2.php?lang=hu>

Magyar Autóipar, 2007. február;

<http://www.gepjarmuipar.hu/UserFiles/File/autoipar0702net.pdf> (letöltés: 2009-05-02)

Szlovák autóipar – Csúcson a szlovákiai autógyártás

<http://www.autoipari-klaszter.hu/2008/04/09/szlovak-autoipar-csucson-a-szlovakiai-autogyartas/> (letöltés: 2009-05-15)

Slovak car industry set to boost output in 2008

<http://www.reuters.com/article/rbssConsumerGoodsAndRetailNews/idUSL2690596620080226> (letöltés: 2009-05-15)

Hasít a cseh autóipar

<http://www.origo.hu/uzletinegyed/hirek/vilaggazdasag/20080604-skoda-csehország-autoipar-rekord-hyundai-tpca.html> (letöltés: 2009-05-03)

<http://www.czechinvest.org/data/files/automotive-97-en.pdf>

Nem állnak annyira csehül

http://autohitek.hu/tart/cikk/i/0/25983/1/auto/Csehországban_es_Szlovakiában_jobb_az_autogyartok_helyzete (letöltés: 2009-05-03)

Nagyot esett a lengyel autógyártás

<http://www.mno.hu/portal/635974> (letöltés: 2009-05-03)

Magyar Suzuki: Bővülő termelés, rekordmértékű export

http://www.suzuki.hu/pages/display/magyar_suzuki_zrt./cikk/cikk:2008_szeptember_4._-magyar_suzuki_bovulo_termeles_rekordmerteku_export (letöltés: 2009-05-10)

Insignia motorok Szentgotthárdról

<http://gm-press.com/2006/HU/site/article.php?aid=3383> (letöltés: 2009-05-03)

Gazdaság

<http://www.bosch.hu/sajto/presstext.phtml?id=606> (letöltés: 2009-05-10)

Ezer munkahelyet teremt Budapesten a British Petrol (2009-03-24)

<http://www.vg.hu/index.php?apps=cikk&cikk=266118> (letöltés: 2009-05-10)

Kiskereskedelemhez kapcsolódó honlapok

[http://fmcgkereskedok.blogspot.com/search/label/láncok](http://fmcgkereskedok.blogspot.com/search/label/l%C3%A1ncok) (letöltés: 2009-05-10)

<http://fmcgkereskedok.blogspot.com/search/label/Csehország> (letöltés: 2009-05-10)

<http://fmcgkereskedok.blogspot.com/search/label/Szlovákia> (letöltés: 2009-05-10)

<http://fmcgkereskedok.blogspot.com/2009/03/hipermarketek-piaca-elemzes-2009.html> (letöltés: 2009-05-10)

Mellékletek

1. sz. melléklet

A legjelentősebb magyar érdekeltségű nemzetközi vállalatok a HVG TOP 500 (2007. évi adatok alapján) illetve a Forbes magazin által összeállított The Global 2000 rangsorok alapján

Társaság neve	Helyezés a ranglistán		Értékesítés nettó árbevétele	
	Magyar TOP 500	The Global 2000	Magyarország (millió HUF)	Global (milliárd USD)
MOL csoport (MOL)	1.	525.	3 323 372,0	15,18
MOL Magyar Olaj- és Gázipari Nyrt.	1.	-	2 593 951,0	-
Tiszai Vegyi Kombinát Nyrt.	15.	-	337 646,0	-
Moltrade - Mineralimpex Zrt.	17.	-	296 483,0	-
FGSZ Földgázszállító Zrt.	99.	-	75 130,0	-
Mol-Lub Kft.	329.	-	20 162,0	-
E. On csoport: (E.On)	(2.)*	27.	2 014 412,0	94,04
E. On Földgáz Trade Zrt.	4.	-	784 012,0	-
E. On Hungária Energetikai Zrt.	9.	-	576 003,0	-
E.On Energiaszolgáltató Kft.	49.	-	162 495,0	-
E.On Észak-dunántúli Áramszolgáltató Zrt.	53.	-	146 548,0	-
E.On Tiszántúli Áramszolgáltató Zrt.	79.	-	93 885,0	-
E.On Dél-dunántúli Áramszolgáltató Zrt.	88.	-	85 432,0	-
E.On Energiakereskedő Kft.	108.	-	65 302,0	-
E.On Földgáz Storage Földgáztároló Zrt.	144.	-	50 364,0	-
E.On Közép-dunántúli Gázzolgáltató Kft.	220.	-	33 647,0	-
E.On Energiatermelő Kft.	390.	-	16 724,0	-
AUDI Hungária Motor Kft. (Volkswagen Group)	2.	36.	1 484 811,0	149,00
Nokia Komárom Kft. (Nokia)	3.	69.	1 261 013,0	74,54
Philips Industries Magyarország Kft. (Royal Philips Electronics)	5.	133.	727 357,0	39,11
T-Mobil csoport (Deutsche Telecom)	6.	172.	724 595,0	91,26
Magyar Telekom Távközlési Nyrt.	6.	-	676 661,0	-
[origo] Média és Kommunikációs Zrt.	234.	-	31 093,0	-
T-Kábel Magyarország Kft.	385.	-	16 841,0	-
GE csoport (General Electric)	(5.)**	2.	783 502,0	172,74
GE Hungary Ipari és kereskedelmi Zrt.	7.	-	642 725,0	-
Genpact International Kft.	58.	-	140 777,0	-
Magyar Villamos Művek Zrt.	8.	-	627 800,0	-
Magyar Suzuki Zrt. (Suzuki Motor)	10.	509.	557 691,0	26,92
Tesco-Global Áruházak Zrt. (Tesco)	11.	116.	534 213,0	83,61
Samsung Electronics Magyar Zrt. (Samsung)	12.	59.	511 790,0	92,26
MVM Trade Kft.	13.	-	494 209,0	-
Panrusgáz Magyar- Orosz Gázipari Zrt.	14.	-	468 671,0	-
Sanmina-SCI Magyarország Kft. (Sanmina-SCI)	16.	1801.	336 032,0	10,14
Alcoa-Köfém Kft. (Alcoa)	18.	211.	290 105,0	30,75
Spar Magyarország Kereskedelmi Kft.	19.	-	284 468,0	-

ISD Dunaferri Dunai Vasmű Zrt.	20.	-	278 883,0	-
Budapesti Elektromos Művek Nyrt.	21.	-	277 354,0	-
Jabil Circuit Magyarország Kft. (<i>Jabil Circuit</i>)	22.	1533.	273 582,0	12,43
General Motors csoport (General Motors)	(17.)**	573.	297 421,0	181,12
General Motors Southeast Europe Kft.	23.	-	271 742,0	-
General Motors Powertrain Autóipari Kft.	272.	-	25 679,0	-
Flextronics International Kft. (<i>Flextronics Intl.</i>)	24.	842.	262 552,0	24,46
OMV Hungária Ásványolaj Kft. (<i>OMV Group</i>)	25.	309.	261 626,0	25,03
Denso Gyártó Magyarország Kft. (<i>Denso</i>)	59.	240.	138 754,0	30,72
Lear Corporation Hungary Kft. (<i>Lear</i>)	65.	1322.	120 867,0	16,00
Visteon Hungary Kft. (<i>Visteon</i>)	94.	1530.	79 371,0	11,27
Continental Teves Magyarország Kft. (<i>Continental</i>)	103.	434.	69 872,0	24,26
Ibiden Hungary Kft. (<i>Ibiden</i>)	121.	1488.	57 385,0	3,39
BorgWarner Turbo Systems Kft. (<i>BorgWarner</i>)	126.	1627.	55 650,0	5,33
Delphi csoport (<i>Delphi</i>)	(71.)**	1167.	104 735,0	22,28
Delphi Hungary Kft.	187.	-	39 299,0	-
Delphi Holding Magyarország Kft.	219.	-	33 665,0	-
Delphi Thermal Hungary Kft.	230.	-	31 771,0	-
Valeo Auto-electric Magyarország Kft. (<i>Valeo</i>)	287.	1354.	23 869,0	13,15
Dana Hungary Kft. (<i>Dana Holding</i>)	361.	1656.	18 170,0	8,56
ExxonMobil Üzletsegítő Központ Kft. (<i>ExxonMobil</i>)	298.	5.	22 730,0	358,60
IBM Hungary ISSC Kft. (<i>IBM</i>)	420.	37.	15 700,0	98,79
SAP Hungary Kft. (<i>SAP</i>)	479.	319.	13 412,0	14,96

* Az E.On csoport összes árbevétele meghaladja a TOP 500 lista 2. helyezett AUDI árbevétel adatait

** A csoport összevont árbevételét tekintve a TOP 500-as listában ezt a helyet foglalná el

2. sz. melléklet

Kategóriák						
Logisztika	Általános fekvés	HR	Beszállítói kapacitás	Ingatlan	Állami kiadás	Pénzügyi helyzet
Bejövő szállítási kapcsolatok	Közlekedési infrastruktúra	Munkajog elfogadhatósága	A potenciális beszállítók elérhetősége	Zöldmezős telephelyek érhetősége	Inflációs kockázat	Társasági adózás
Bejövő rakomány elérhetősége a helyi beszállítók részére	Nemzetközi repülőterek elérhetősége	Munkaerő elérhetősége	Potenciális beszállítók képessége és minősége	Zöldmezős terület költsége	Természet es kockázat	Munkaadó adóterhei
Kimenő disztribúció az OEM kapacitások felé	Nyugat-Európa közúti elérhetősége	Munkaerő ára	Összehasonlító költséges a 3 alkatrész összehasonlítása végett	Az elérhető zöldmezős ingatlan alkalmassága	Politikai stabilitás	
Kimenő disztribúció kapacitásai	Nyugat-Európa vasúti elérhetősége	Elérhető munkaerő minősége	A beszállítók hozzáférése az alapanyagokhoz	Barnamezős telephelyek érhetősége	Gazdasági stabilitás	
3PL vállalatok jelenléte		Potenciális munkaerő nyelvtudása		Barnamezős terület költsége	Korrupció relevanciája	
Import szabályozás/ellenőrzés		Unionizáció/Demokrácia/ Potenciális munkaerő rugalmassága		Az elérhető barnamezős ingatlan alkalmassága	Állami támogatások	
		Menedzsment képességek		Építési költségek		
		Menedzsment ára		Építési vállalatok rendelkezésre állása		
		Elérhető menedzsment minősége		Tervezési és szabályozó ellenőrzés		
		Potenciális menedzserek nyelvtudása		Környezetvédelmi ellenőrzés/szabályozás		
		Potenciális menedzserek képzettségi szintje				
		Szociális költségek				
		szociális kötelezettségek				
		Ipari viták kockázata				

3. sz. melléklet

A TOP 500 kiadványban található élelmiszer kiskereskedelmi vállalatok adatai:

Cég neve	Ágazat	Árbevétel 2007-ben (millió Ft)	Export árbevétel 2007-ben (millió Ft)	Export árbevétel aránya (%)	Adózott eredmény (millió Ft)	Helyezés az árbevétel alapján
Metro kereskedelmi Kft.	nagyker. (vegyes)	214 285,0	1 355,0	0,63%	2 206,0	34.
Tisza-Coop Zrt.	nagyker (élelmiszer)	24 476,0	0,0	0,00%	-	281.
Észak-Kelet Pro-Coop Zrt.	nagyker (élelmiszer)	22 008,0	0,0	0,00%	-	304.
CBA Kereskedelmi Kft.	nagyker (élelmiszer)	21 866,0	331,0	1,51%	871,0	308.
Alföld Pro-Coop Zrt.	nagyker (élelmiszer)	20 873,0	0,0	0,00%	-	320.
Tesco-Global Áruházak Zrt.	kiskereskedelem	534 213,0	468,0	0,09%	9 976,0	11.
Spar Magyarország Kereskedelmi Kft.	kiskereskedelem	284 468,0	n.a.	n.a.	-	19.
Auchan Magyarország Kft.	kiskereskedelem	208 782,0	0,0	0,00%	-	36.
Penny-Market Kereskedelmi Kft.	kiskereskedelem	130 841,0	195,0	0,15%	3 683,0	64.
Magyar Hipermarket Kft.	kiskereskedelem	99 022,0	0,0	0,00%	1 464,0	74.
Plus Élelmiszer Diszkont Kft.	kiskereskedelem	97 735,0	0,0	0,00%	3 894,0	77.
Csemege-Match Kereskedelmi Zrt.	kiskereskedelem	51 966,0	0,0	0,00%	-	138.
DM-Drogerie Markt Kft.	kiskereskedelem	46 262,0	0,0	0,00%	2 331,0	159.
Rossmann Magyarország Kft.	kiskereskedelem	36 122,0	44,0	0,12%	-	200.
Profi Magyarország Kft.	kiskereskedelem	31 791,0	157,0	0,49%	-	229.
Unió Coop Zrt.	kiskereskedelem	22 979,0	0,0	0,00%	756,0	295.
Polus-Coop Zrt.	kiskereskedelem	19 417,0	0,0	0,00%	-	343.
Co-op Star Zrt.	kiskereskedelem	16 038,0	0,0	0,00%	-	413.
Coop Szolnok Zrt.	kiskereskedelem	14 743,0	0,0	0,00%	-	437.
Co-op Hungary Zrt.	nagyker (élelmiszer)	12 740,0	767,0	6,02%	-	500.

A TOP 500 kiadványban található energiaipari vállalatok adatai:

Cég neve	Ágazat	Árbevétel 2007-ben (millió Ft)	Export árbevétel 2007-ben (millió Ft)	Export árbevétel aránya (%)	Adózott eredmény (millió Ft)	Helyezés az árbevétel alapján
MOL Magyr Olaj- és Gázipari Nyrt.	energiaipar	2 593 951,0	1 529 435,0	58,96%	262 403,0	1.
E. On Földgáz Trade Zrt.	energia-nagyker.	784 012,0	9 218,0	1,18%	50 726,0	4.
Magyar Villamos Művek Zrt.	energiaszolgáltatás	627 800,0	20 397,0	3,25%	36 325,0	8.
E. On Hungária Energetikai Zrt.	energiaszolgáltatás	576 003,0	0,0	0,00%	25 598,0	9.
MVM Trade Kft.	energia-nagyker.	494 209,0	5 649,0	1,14%	11 377,0	13.
Panrusgáz Magyar-Orosz Gázipari Zrt.	energia-nagyker.	468 671,0	74 910,0	15,98%	749,0	14.
Budapesti Elektromos Művek Nyrt.	energiaszolgáltatás	277 354,0	0,0	0,00%	23 116,0	21.
Tigáz Tiszántúli Gázszolgáltató zrt.	energiaszolgáltatás	250 128,0	0,0	0,00%	-	27.
Fővárosi Gázművek Zrt.	energiaszolgáltatás	190 493,0	0,0	0,00%	8 015,0	40.
EMFESZ Kft.	energiaszolgáltatás	179 476,0	620,0	0,35%	3 378,0	44.
E.On Energiaszolgáltató Kft.	energiakereskedelem	162 495,0	0,0	0,00%	3 465,0	49.
Dél-magyarországi Áramszolgáltató	energiaszolgáltatás	149 209,0	10 414,0	6,98%	8 036,0	52.

Nyrt.						
E.On Észak-dunántúli Áramszolgáltató Zrt.	energiaszolgáltatás	146 548,0	0,0	0,00%	9 004,0	53.
Égáz-Dégáz Zrt.	energiaszolgáltatás	137 952,0	0,0	0,00%	15 050,0	60.
Paksi Atomerőmű Zrt.	energiaszolgáltatás	133 489,0	24,0	0,02%	7 753,0	62.
Észak-magyarországi Áramszolgáltató Nyrt.	energiaszolgáltatás	111 886,0	0,0	0,00%	7 141,0	68.
Dunamenti erőmű Zrt.	energiaszolgáltatás	98 717,0	38,0	0,04%	8 260,0	76..
E.On Tiszántúli Áramszolgáltató Zrt.	energiaszolgáltatás	93 885,0	0,0	0,00%	5 510,0	79.
Mavir Zrt.	energiaszolgáltatás	92 232,0	147,0	0,16%	8 800,0	81.
E.On Dél-dunántúli Áramszolgáltató Zrt.	energiaszolgáltatás	85 432,0	0,0	0,00%	6 090,0	88.
FGSZ Földgázszolgáltató Zrt.	csővezetékes szállítás	75 130,0	13 893,0	18,49%	18 551,0	99.
Mátrai erőmű Zrt.	energiaszolgáltatás	69 671,0	1 184,0	1,70%	11 810,0	104.
E.On Energiakereskedő Kft.	energiaszolgáltatás	65 302,0	12 630,0	19,34%	-	108.
Budapesti Távhőszolgáltató Zrt.	energiaszolgáltatás	54 242,0	0,0	0,00%	-	129.
Budapesti Erőmű Zrt.	energiaszolgáltatás	52 722,0	0,0	0,00%	871,0	133.
E.On Földgáz Storage Földgáztároló Zrt.	energiatárolás	50 364,0	2,0	0,00%	17 848,0	144.
Csepeli Áremtermelő Kft.	energiaszolgáltatás	47 920,0	0,0	0,00%	4 494,0	149.
AES-Tisza Erőmű Kft.	energiaszolgáltatás	47 171,0	0,0	0,00%	2 762,0	156.
EDF Energia Hungária Kft.	energiaszolgáltatás	42 613,0	10 370,0	24,34%	-	169.
System Consulting Zrt.	energia-nagyker.	38 058,0	29 317,0	77,03%	3 122,0	191.
Dél-dunántúli Gázszolgáltató Zrt.	energiaszolgáltatás	37 006,0	0,0	0,00%	-	194.
CEZ Magyarország Kft.	energiakereskedelem	36 621,0	5 661,0	15,46%	-	195.
E.On Közép-dunántúli Gázszolgáltató Kft.	energiaszolgáltatás	33 647,0	0,0	0,00%	-	220.
MVM Partner Energiakereskedelmi Zrt.	energiaszolgáltatás	30 276,0	2 348,0	7,76%	2 092,0	241.
Vértési Erőmű Zrt.	energiaszolgáltatás	21 719,0	10,0	0,05%	-	310.
E.On energiatermelő Kft.	energiaszolgáltatás	16 724,0	0,0	0,00%	-	390.

A TOP 500 kiadványban található autóipari vállalatok adatai:

Cég neve	ágazat	Árbevétel 2007-ben (millió Ft)	Export árbevétel 2007-ben (millió Ft)	Export árbevétel aránya (%)	Adózott eredmény (millió Ft)	Helyezés az árbevétel alapján	Besorolás
AUDI Hungária Motor Kft.	autógyártás	1 484 811,0	1 480 747,0	99,73%	140 920,0	2.	autógyár
Magyar Suzuki Zrt.	autógyártás	557 691,0	474 701,0	85,12%	10 560,0	10.	autógyár
Robert Bosch Elektronika Kft.	autóalkatrész-gyártás	209 853,0	209 700,0	99,93%	22 196,0	35.	TIER 1
Denso Gyártó Magyarország Kft.	autóalkatrész-gyártás	138 754,0	138 166,0	99,58%	7 774,0	59.	TIER 1
Lear Corporation Hungary Kft.	autóalkatrész-gyártás	120 867,0	105 775,0	87,51%	-	65.	TIER 1
Luk Savaria Kuplunggyártó Kft.	autóalkatrész-gyártás	103 264,0	91 557,0	88,66%	9 893,0	71.	TIER 2
Visteon Hungary Kft.	autóalkatrész-gyártás	79 371,0	79 371,0	100,00%	1 123,0	94.	TIER 1
Continental Teves Magyarország Kft.	autóalkatrész-gyártás	69 872,0	68 748,0	98,39%	13 525,0	103.	TIER 1
Hammerstein Bt.	autóalkatrész-gyártás	61 928,0	n.a.	n.a.	-	114.	

Rába Járműipari Holding Nyrt.	vagyonkez. (autógyártás)	58 218,0	35 265,0	60,57%	1 414,0	118.	TIER 2
Ibiden Hungary Kft.	autóalkatrész-gyártás	57 385,0	57 337,0	99,92%	13 687,0	121.	TIER 2
BPW-hungária Kft.	autóalkatrész-gyártás	56 185,0	54 005,0	96,12%	1 061,0	124.	
BorgWarner Turbo Systems Kft.	autóalkatrész-gyártás	55 650,0	30 478,0	54,77%	3 448,0	126.	
ZF Hungária Kft.	autóalkatrész-gyártás	47 313,0	45 731,0	96,66%	2 483,0	155.	TIER 1
Robert Bosch Energy and Body Systems Kft.	autóalkatrész-gyártás	43 326,0	43 291,0	99,92%	1 249,0	167.	TIER 1
Visiocorp Hungary Bt.	autóalkatrész-gyártás	42 525,0	38 466,0	90,46%	-	170.	
ZF Lenksysteme Hungária Kft.	autóalkatrész-gyártás	41 223,0	41 209,0	99,97%	680,0	178.	TIER 1
Delphi Hungary Kft.	autóalkatrész-gyártás	39 299,0	39 276,0	99,94%	-	187.	TIER 1
Rába Futómű Kft.	autóalkatrész-gyártás	35 461,0	29 416,0	82,95%	847,0	204.	TIER 2
BOS Automotive Product Bt.	autóalkatrész-gyártás	34 129,0	34 103,0	99,92%	2 890,0	213.	
Knorr-Bremse Fékrendszerek Kft.	autóalkatrész-gyártás	34 002,0	32 508,0	95,61%	4 278,0	216.	TIER 1
Delphi Holding Magyarország Kft.	vagyonkez. (autóalk. rész. gy.)	33 665,0	29 792,0	88,50%	-	219.	TIER 1
LKH Leoni Kábelgyár Kft.	autóalkatrész-gyártás	33 235,0	18 247,0	54,90%	1 496,0	222.	
Delphi Thermal Hungary Kft.	autóalkatrész-gyártás	31 771,0	31 563,0	99,35%	6 379,0	230.	TIER 1
Emcon Technologies Kft.	autóalkatrész-gyártás	28 000,0	25 206,0	90,02%	-	251.	
Linamar Hungary Nyrt	autóalkatrész-gyártás	27 934,0	21 850,0	78,22%	1 732,0	252.	TIER 2
Suoftec Kft.	autóalkatrész-gyártás	27 143,0	24 017,0	88,48%	1 993,0	257.	
Schwarzmueller Járműgyártó Kft.	autófelépítmény-gyártás	25 966,0	16 214,0	62,44%	1 476,0	269.	
General Motors Powertrain Autóipari Kft.	autóalkatrész-gyártás	25 679,0	25 679,0	100,00%	3 235,0	272.	autógyár
W.E.T. Automotive Systems Kft.	autóalkatrész-gyártás	25 172,0	25 165,0	99,97%	2 886,0	278.	
Modine Hungária Kft.	autóalkatrész-gyártás	24 272,0	23 605,0	97,25%	2 778,0	283.	TIER 2
Valeo Auto-electric Magyarország Kft.	autóalkatrész-gyártás	23 869,0	23 802,0	99,72%	1 713,0	287.	TIER 1
Videoton Autóelektronika Kft.	autóalkatrész-gyártás	20 222,0	18 051,0	89,26%	-	328.	
Westcast Hungary Zrt.	autóalkatrész-gyártás	18 179,0	15 350,0	84,44%	-	360.	
Dana Hungary Kft.	autóalkatrész-gyártás	18 170,0	1 733,0	9,54%	-	361.	TIER 2
Rába Járműipari Alkatrészgyártó Kft.	autóalkatrész-gyártás	16 714,0	4 218,0	25,24%	-	392.	TIER 2
Autóflex-Knott Kft.	autóalkatrész-gyártás	15 494,0	14 372,0	92,76%	-	425.	
Poppe & Potthoff Hungária Bt.	autóalkatrész-gyártás	14 734,0	10 025,0	68,04%	3 099,0	438.	
AFL Hungary Kft.	autóalkatrész-gyártás	13 951,0	13 023,0	93,35%	-	466.	
Prec-Cast Öntödei Kft.	autóalkatrész-gyártás	13 010,0	10 654,0	81,89%	1 065,0	493.	

4. sz. melléklet

Magyarországon lévő SSC-k¹³³

Cég neve	Helyszín	Alapítás éve	Alkalmazottak száma	Szolgáltatás besorolása
Accenture	Budapest	1992	260	BPO services: accounting & finance
Alcoa	Székesfehérvár	2001	350	Finance, Accounting, Billing services, Back-office, Data-centre
Avaya	Budapest	2003	80	IT services
Avis Europe	Budapest	2003	270	CRM, finance, IT support services, administrative
British Telecom	Budapest	2001	365	CRM, Internet Protocol service, security, outsourcing
British Telecom	Debrecen	2007	235	Regional Center of Excellence
Budapest Bank	Békéscsaba	2005	500	Finance
BUW	Pécs	2006	300	Call center
Celanese	Budapest	2007	300	Finance
Cemex	Budapest	2005	300	Finance
Citigroup	Budapest	2005	302	Business Services Centre, IT support, finance
Cognizant	Budapest	2007	250	IT support
Convergys	Budapest	2006	297	Finance & HR
Corning	Budapest	2006	50	Finance
Diageo	Budapest	2001	600	Finance, administration, billing services
EDS	Budapest	1991	1300	BPO services: accounting & finance, IT and Data-processing services, document-management
EDS	Szentgotthárd/Vasvár/Rábahídvég/ Debrecen/Miskolc/Budaörs	1991	400	Outsourcing: Accounting, Finance, IT and Data-processing services, Data-entry, Document-management
Erste Bank	Budapest	2006		Finance
Euroaccount	Budapest	2005	150	Accounting, finance
Exxon Mobil	Budapest	2003	1300	Accounting, IT services, administrative
FAO	Budapest	2007	90	Regional Centre: administrative, finance & HR services
GE / Genpact	Budapest	2002	550	European main-office, accounting and IT support centre
GE / Genpact	Békéscsaba	2002	150	Accounting, European main-office, Back-office and IT support
Getronics	Budapest	2004	140	Support and global system and network integrator, IT support
Hewlett Packard	Budapest	1996	362	IT services
IBM	Budapest	1998	900	Finance & HR, customer service centre
IBM	Székesfehérvár	2007	300	Finance
InBev	Budapest	2006	380	Finance
IT Services	Debrecen	2007	1000	IT support
IT Services (T systems)	Budapest	2006	745	IT outsourcing services, system integration
KLM	Budapest	2006	110	Accounting
Morgan Stanley	Budapest	2006	600	Finance
Nalco	Budapest	2006	120	Finance
National Instruments	Debrecen	2006	52	Finance
NCR	Budapest	2007	160	Customer Care Center and Customer Services University
Nokia	Budapest		600	R&D
Roche	Budapest	2006	200	Financial
SAP	Budapest	2005	250	R&D Centre, software development
Satyam	Budapest	2004	60	IT services

133

Az ITD Hungary Zrt. adatai alapján

SEI Information Technology	Debrecen	2003	306	IT support (software developer: 180, call center: 75, etc.)
Sykes	Budapest	1999	500	Financial & administrative services, IT helpdesk, Call-centre
Sykes	Miskolc	1999	200	Finance, Administrative, IT helpdesk, Call-centre
Tata	Budapest	2001	490	IT outsourcing services
The Gem	Debrecen	2007	250	Outsourcing: Contact center
Transcom	Budapest	2004	200	CRM services
UNHCR	Budapest	2007	150	Finance & HR services, supply management
Unisys	Budapest	2006	70	Finance, IT, Business support
Visteon	Székesfehérvár	2005	80	Accounting, Administrative
Vodafone	Budapest	2007	746	Finance

Csehországban megtalálható SSC-k:¹³⁴

Cég neve	Szolgáltatás besorolása
Accenture	BPO (Business process outsourcing) központ
Ariba	BPO (Business process outsourcing) központ
DHL	IT szolgáltató központ
Exxon Mobil	Pénzügyi, számviteli szolgáltató központ
GE Money Multiservis	Customer support centre
Honeywell	Aerospace global business centre
IBM	IT szolgáltató központ
Icon Communication Centre	Customer support centre
Infosys	BPO (Business process outsourcing) központ
Johnson & Johnson	Pénzügyi, számviteli szolgáltató központ
Johnson Controls	Pénzügyi, számviteli szolgáltató központ
Lufthansa	Customer support centre
PPG Industries	Pénzügyi, számviteli szolgáltató központ
SAP	Pénzügyi, számviteli szolgáltató központ
Schneider Logistics	Pénzügyi, számviteli szolgáltató központ
Siemens	Pénzügyi, számviteli szolgáltató központ
Team Trackers	Customer support centre
TESCO Stores	Pénzügyi, számviteli szolgáltató központ és IT szolgáltató központ
Symbol Technologies	Pénzügyi, számviteli szolgáltató központ

¹³⁴ <http://www.czechinvest.org/en/business-support-services>

5. sz. melléklet

Folyó FDI külföldről/külföldre (millió USD)	Ausztria	Magyarország	Csehország	Szlovákia	Lengyelország	Románia
2005	10784/ 11145	7709/ 2205	11658/ -19	2107/ 157	10363/ 3388	6483/ -30
2006	6187/ 9660	6790/ 3622	6013/ 1467	4165/ 368	19198/ 8888	11366/ 423
2007	30675/ 31437	5571/ 4116	9123/ 1334	3265/ 384	17580/ 3353	9774/ -62

Forrás: UNCTAD (2008)

FDI állomány külföldről/külföldre (millió USD)	Ausztria	Magyarország	Csehország	Szlovákia	Lengyelország	Románia
1990	10972/ 4747	570/ 159	1363/ -	282/ -	109/ 95	-/66
2000	30431/ 24821	22870/ 1280	21644/ 738	4746/ 374	34227/ 1018	6951/ 136
2007	126895/ 126748	97397/ 18282	101074/ 6971	40702/ 1609	142110/ 19644	60921/ 917

Forrás: UNCTAD (2008)

Zöldmezős FDI beruházások száma (Világ mint cél/forrás)	Ausztria	Magyarország	Csehország	Szlovákia	Lengyelország	Románia
2007	245/ 103	29/ 219	28/ 149	2/ 100	39/ 333	13/ 366
2006	294/ 88	21/ 256	39/ 181	3/ 118	41/ 350	13/ 385
2005	230/ 111	12/ 212	22/ 152	-/ 119	31/ 275	13/ 264
2004	210/ 100	26/ 224	17/ 148	5/ 89	25/ 240	9/ 182
2003	152/ 81	26/ 218	20/ 145	2/ 66	14/ 154	5/ 116

Forrás: UNCTAD (2008)

Külföldről FDI állomány a villamosenergia, a gáz iparban és vízi közművekben (m USD)	Ausztria	Magyarország	Csehország	Szlovákia	Lengyelország	Románia
1990	300,2	-	-	-	-	-
1995	25,8	1380,8	400,3	7,4	6,7	-
2000	27,9	1248,4	1425,1	9,2	408,7	-
2006	390,5	2989,1	7159,0	1241,1	2611,3	1671,0

Forrás: UNCTAD (2008)

IMD (2008) FDI-hoz kapcsolódó mutatóinak összefoglalása

	Ausztria	Magyarország	Csehország	Szlovákia	Lengyelország	Románia
Közvetlen tőkebefektetéssel kapcsolatos pénzforgalom külföldre 2007. (Mrd USD)	15. (24,31)	17. (22,85)	41. (1,35)	53. (0,08)	27. (9,32)	47. (0,36)
Közvetlen tőkebefektetéssel kapcsolatos pénzforgalom külföldre 2007. (GDP %-ában)	2. (16,55)	11. (6,51)	38. (0,77)	53. (0,1)	28. (2,22)	51. (0,22)
Közvetlen tőkebefektetések állománya külföldön 2006. (GDP %-ában)	10. (54,58)	13. (42,16)	41. (3,54)	46. (2,29)	39. (4,77)	53. (0,23)
Közvetlen tőkebefektetéssel kapcsolatos pénzforgalom külföldről 2007. (Mrd USD)	18. (22,49)	17. (22,62)	30. (9,12)	49. (2,26)	15. (23,79)	24. (11,75)
Közvetlen tőkebefektetéssel kapcsolatos pénzforgalom külföldről 2007. (GDP %-ában)	15. (6,02)	4. (16,39)	17. (5,20)	32. (3,01)	16. (5,66)	11. (7,08)
Közvetlen tőkebefektetések állománya külföldről 2006. (mrd USD)	19. (192,15)	23. (116,96)	30. (77,46)	45. (30,33)	21. (124,53)	44. (40,69)
Közvetlen tőkebefektetések állománya külföldről 2006. (GDP %-ában)	14. (59,39)	4. (103,64)	18. (54,15)	17. (54,19)	23. (36,45)	30. (33,17)

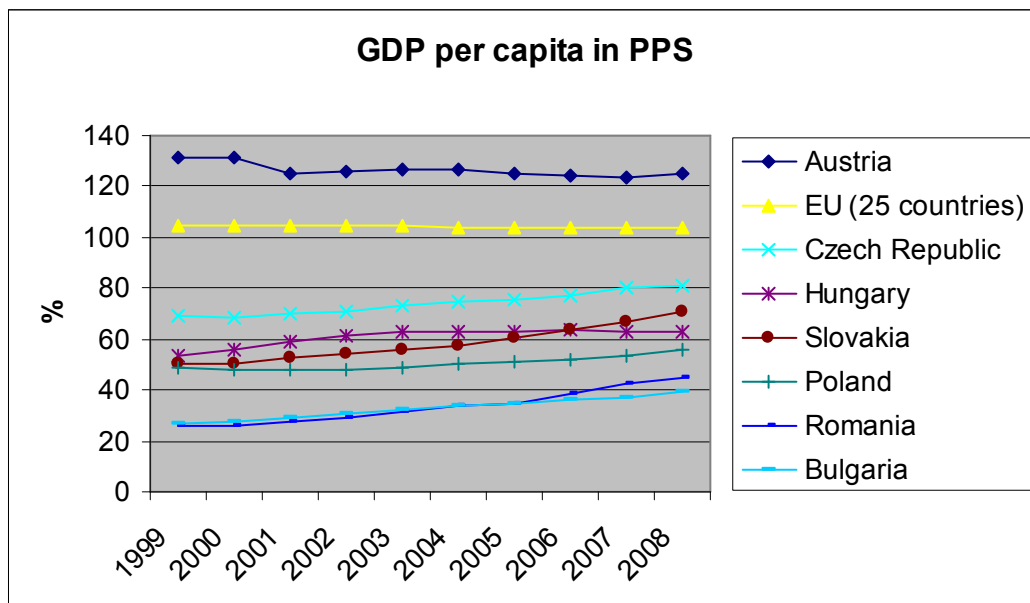
6. sz. melléklet

A magyar villamosenergia-ipar külföldi-hazai tulajdonosok szerinti szerkezete 2007 (a jegyzett tőke arányában, 2007. december 31-én) százalékban

Tulajdonosok	Termelők	Átviteli-rendszer-irányító	Közüzemi nagykereskedő	Elosztók és közüzemi szolgáltatók	Összesen	Kereskedők	Mindösszesen
Állami tulajdon	0,07	0,01			0,03		0,03
Önkormányzatok	0,21			3,07	1,19	1,07	1,19
Egyéb magyar tulajdonosok ebből:	60,79	99,99	100,00	1,85	48,56	52,94	48,64
MVM Zrt.	59,19	99,99	100,00		47,24	4,24	46,49
Magyar tőkeérdekeltség összesen	61,07	100,00	100,00	4,92	49,79	54,00	49,86
Német befektetők	10,34			78,03	24,74	6,79	24,40
Belga befektetők	9,21				3,79	7,42	3,85
Francia befektetők	5,04			15,56	7,67	3,82	7,60
Amerikai befektetők	8,61				3,54		3,48
Ciprusi befektetők	0,88				0,36		0,35
Svájci befektetők	1,81				0,74	0,42	0,74
Egyéb külföldi befektetők	3,03			1,49	9,36	27,55	9,70
Külföldi, ill. külföldi tulajdonú társaságok befektetései összesen	38,91			95,08	50,20	46,00	50,13
Tételesen nem bejegyzett	0,02				0,01		0,01
Összesen	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Forrás: Magyar Energia Hivatal: Tájékoztató a MEH éves tevékenységéről, 2007

7. számú melléklet



Forrás: Eurostat