

# VERSENYPOLITIKA ÉS VERSENYKÉPESSÉG

## Válságkezelés előremeneküléssel

A válság hatása a versenyre a magyarországi autóiipari beszállítói piacokon

ANTALÓCZY KATALIN – SASS MAGDOLNA

*Az autóiipari ágazatba tartozó vállalatok erősen konjunktúraérzékenyek és a leginkább nemzetköziesedettek. Piacukat már a válság előtt is kapacitásfeleslegek, egyre súlyosabb költségnyomás és telített piacok jellemezték. A piaci egyensúly kialakulását a nagy gyártók törekvései és az állami beavatkozás által erősen torzított versenyfeltételek lassították: az iparág stratégiai jellege és jelentős foglalkoztatási hatása miatt sok esetben állami eszközökkel akadályozták meg a felesleges kapacitások leépítését. A piacok telítettségét pedig a különféle hitelek mesterséges keresletnövelő hatásával igyekeztek ellensúlyozni. A válság elsősorban az utóbbi folyamatot szakította meg, miközben újabb állami beavatkozásokat gerjesztett. A költségnyomás tovább gyorsította az iparág nemzetköziesedését, kiszervezések és a termelés területi átrendezése formájában. Az elsősorban beszállítókból álló magyarországi autóiipar erősen beleágyazódott a nemzetközi hálózatokba, így számára adottság a nagyon erős rivalizálás, legtöbbször nemzetközi versenytársakkal. A válság, a regionális átrendeződés hatására a standardizáltabb, egyszerűbb termékeket gyártók piacán a verseny egyre élesebb: a kizárólag olcsó munkaerőre építő előny – és vele az erre alapozó cég is – idővel eltűnik. A válságot sikeresen túlélő vállalatok általában többlétszolgáltatásokat nyújtanak a vevőknek, igyekeznek szorosabb kapcsolatot kiépíteni, illetve olyan bonyolultabb tevékenységekre váltanak, amelyekben a kínai és indiai versenytársak részben a földrajzi távolság miatt nem képesek őket követni. Sikeres stratégia még a kapacitás növelése is azáltal, hogy több vállalat stratégiai partnerségi kapcsolatot alakít ki egymással.\**

Journal of Economic Literature (JEL) kód: D22, L11, L62.

\* A cikk a „Kaleidoszkóp. Versenyhelyzet Magyarországon 2008–2009” (Szerkesztette: Laki Mihály – Voszka Éva, Pénzügykutató Rt. – Palatinus Kiadó, 2010) című kötetben azonos címmel megjelent tanulmány szerkesztett változata. A kutatást a Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központja finanszírozta.

Antalóczy Katalin, a Pénzügykutató Zrt. tudományos főmunkatársa és a Modern Üzleti Tudományok Főiskolája tanszékvezető főiskolai tanára. E-mail cím: antaloczy.katalin@ella.hu

Sass Magdolna, az MTA Közgazdaságtudományi Intézetének tudományos főmunkatársa, e-mail cím: sass@econ.core.hu

A rovat a Gazdasági Versenyhivatal és annak Versenykultúra Központja támogatásával jelenik meg.

Az autóiipari ágazatba tartozó vállalatok (a márkanéveket birtokló nagy autógyártó cégek és beszállítók) a leginkább nemzetköziesedett cégek közé tartoznak, s rendkívül érzékenyen reagálnak az üzleti ciklusokra, válságokra. A 2008 második felétől világméretűvé hatalmasodó válság tehát nagyon súlyosan érintette őket: csökkenő profit, a kihasználatlan kapacitások növekedése, majd hatalmas veszteségek keletkezése, sokszor csőd vagy csőd közeli állapot vált jellemzővé. A jelentős foglalkoztatási szerepből adódó erős politikai alkuerővel az autóiipari óriásvállalatok egy része hatalmas állami mentőcsomagokat, esetenként az állam tulajdonosi szerepvállalását, illetve az autóvásárlást támogató programokat járt ki – jelentős versenytorzító következménnyel. A cégek maguk is különböző válságkezelési programokba kezdtek (költségcsökkentés, elbocsátások, nem stratégiai leányvállalatok eladása). Felpörgött a szerkezetváltás és a konszolidáció is, megszorodtak az egyesülések/felvásárlások az egyik oldalon a csődből való menekülés, a másik oldalon az olcsó cégvásárlási lehetőségek következményeként. A válság következtében tehát átalakul a piaci szerkezet, megváltozik a versenyhelyzet.

A nemzetközi tendenciák természetesen Magyarországon is jelentkeznek, és kiinduló feltételezésünk szerint több csatornán keresztül is befolyásolhatják a hazai beszállítói hálózatok működését. Egyrészt további költségcsökkentésre, kiszervezésre, újabb (olcsóbb, esetleg földrajzilag közelebbi) beszállítók keresésére ösztönözheti a gyártókat, másrészt erősítheti az összeolvadási-felvásárlási hullámot a szerződéses gyártók és beszállítók között.

Kutatásunk *célja* e feltételezések vizsgálata, illetve az, hogy elsősorban a versenyhelyzet alakulása szempontjából feltárjuk a hazai autóiipari beszállítói piacon végbemenő változások jellemzőit. Kutatásunk *módszere* egyrészt a kapcsolódó nemzetközi és hazai szakirodalom feldolgozása, másrészt a releváns hazai és nemzetközi statisztikai adatok összegyűjtése, elemzése, harmadrészt – legfontosabb információforrásként – 15 interjú készítése volt: 13 beszállító vállalat mellett beszélünk az ITDH Hungary és a Magyar Járműalkatrész-gyártók Szövetsége (Majosz) szakértőivel is.<sup>1</sup> A cégek között volt kis- és nagyméretű, külföldi és hazai tulajdonban levő, a beszállítói hierarchia különböző szintjein álló vállalat.

<sup>1</sup> A kutatás keretében *Kokas Tamással* (ITDH) 2010. február 19-én, *Rupp Herberttel* (Majosz) 2010. február 27-én és a 13 vállalatvezetővel a 2010. március 17. és május 21. közötti időszakban készítettünk interjút. Mivel a vállalatok túlnyomó része név nélkül vállalta az interjút, így egyetlen vállalat nevét sem adjuk meg. A minta tulajdonos és nagyság szerinti összetételéről a 8. és 9. táblázatban található információ.

A szerzők ezúton mondanak köszönetet annak a 13 vállalatvezetőnek, akik az interjúzás során segítették a kutatást, valamint *Kokas Tamásnak* és *Rupp Herbertnek*.

## Az autóipari ágazat, a beszállítói hálózatok jellemzői

*Globális jellegzetességek – szereplők, piacszerkezet, verseny*

Az autóipari piac versenyhelyzetét az ágazat elmúlt két évtizedben létrejött szerkezete határozza meg. Ennek két legfontosabb jellemzője: a *termelési hálózatok* kialakulása, stabil működési keretté válása és a *nemzetközi jelleg*.

A termelési hálózatok, *termelési láncok* annak következtében jöttek létre, hogy az egyes márkákat létrehozó nagy autógyártó cégek (*Original Equipment Manufacturer, OEM*) – elsősorban költségtakarékossági okok miatt – egyre több tevékenységüket kiszervezték. Mára gyakorlatilag csak a gépkocsi jellegének kialakítását és gyártásának megtervezését, a piaci márka felépítését, valamint néhány kulcstevékenységet tartottak meg (például a végső összeszerelést vagy a legfontosabb részegységek gyártását). Ennek következtében az elmúlt években jelentősen megnőtt a beszállítók száma, jelentősége, és közöttük is kialakult egy sajátos gyártási, piaci szerkezet.

Megjelentek az úgynevezett integrátor (vagy más kifejezéssel első körös, Tier-1) beszállítók, amelyek egy-egy nagyobb részegység (például fékrendszer, ülésrendszer) összeszerelését és az ehhez szükséges beszállítói hálózat működtetését végzik. E cégek tehát gyártanak, s emellett kiépítik, irányítják, fejlesztik az alattuk lévő, hozzájuk kapcsolódó hálózatot, a második, harmadik, negyedik körös beszállítókat.

Az integrátorcégek jellemzően maguk is multinacionális vállalatok, amelyek nemcsak saját termékük gyártására képesek, hanem ehhez kapcsolódóan komplex egységek összeszerelésére is, továbbá radikális termék- és technológiai innovációkat is meg tudnak valósítani (*Gelei és szerzőtársai, 2009*). Ezeknek a cégeknek a tevékenysége meghatározó a termelési értéklánc működése szempontjából – egy-egy első körös vállalat rossz teljesítménye, minőségi problémái az egész hálózat/márka működésére kihatnak (lásd például: *Toyota's overstretched...*, 2010). Az alattuk lévő második körös (Tier-2) beszállítók a gyártott termék és a gyártási technológia kisebb mértékű innovációira képesek, és nekik is van saját beszállítói hálózatuk, amit maguk építettek ki és amit maguk irányítanak. A harmadik, negyedik körös beszállítókkal szemben támasztott követelmények a következők: a specifikációnak megfelelő magas minőség, nagy gyártási volumen, biztonságos működés (például több lábbon állás), a változások rugalmas kezelése, megfelelő logisztikai színvonal (éppen időre – *just in time* – szállítás), kedvező árszint, folyamatos árcsökkentés vállalása (*Gelei és szerzőtársai, 2009*). Minél hátrább van egy cég a termelési láncban, annál erősebb a verseny. A későbbiekben látni fogjuk, hogy egy-egy vállalat egyszerre lehet első, második, illetve harmadik körös beszállító – a különböző megrendelőkkel szemben.

Beszállítóvá válni csak nagyon éles versenyben lehet: meg kell felelni sokféle minőségbiztosítási követelménynek, át kell esni egy szigorú auditon, és természetesen teljesíteni kell a különböző szintekhez tartozó követelményeket.

A járműipari beszállítók számos ágazatba tartoznak, a klasszikus autóiipari alkatrészgyártás mellett az elektronikai, a műanyagipari, a könnyűipari (például autóüléshuzatok gyártása), a mérnöki szolgáltatások terén is bőséggel találunk az autóiiparhoz kapcsolódó céget. Több olyan vállalat is van, amelyik nemcsak az autóiiparnak szállít be. Éppen ezért az autóiipari beszállítást mint tevékenységi kört, illetve a piaci szereplőket *statistikailag nagyon nehéz körülhatárolni, jellemezni*, és nehézségekbe ütközik az autóiipari vertikum termelési, foglalkoztatási folyamatainak nyomon követése is.

Az iparág *nemzetközi jellege* két szempontból is megmutatkozik. Egyfelől nemzetközi a gyártás: a nagy autógyártó cégek (az OEM-ek) létrehozták saját külföldi leányvállalataikat, s hasonlóan tettek az első körös beszállítók is. Hozzájuk pedig további, alsóbb körös beszállítók kapcsolódnak, ugyancsak nemzetközi hálózatot alkotva. Másfelől nemzetközi az értékesítési oldal is, a fogyasztókért folytatott verseny. Míg *Gelei* és szerzőtársai [2009, 5. o.] szerint az ágazat globális mind a termelési, mind az értékesítési láncokat tekintve, saját kutatásunk sokkal inkább az OECD megállapítását támasztja alá: az iparágban csak néhány szegmense teljesen globális. A régiókon belül jelentős az alkatrész- és autókereskedelem (ez érthető is, hiszen a fajlagos szállítási költségek nagyon eltérők lehetnek alkatrészenként és részegységenként), illetve számos nemzeti piacon erős a hazai termelés szerepe az értékesítésben. A tervezés (design) és az összeszerelés pedig sokszor földrajzilag klaszterekbe koncentrálódik (OECD, 2009, 4. o.). Hasonlóan vélekedik *Lepsényi* [2010] is a TOP 200 második körös beszállítók piaci jelenlétét vizsgálva: 67 százalékuk mindössze egy országban van jelen, 7 százalékuk Nyugat- és Kelet-Európában, 9 százalékuk Európában és Ázsiában, és csak 16 százalékuk globálisan (Európában, Amerikában és Ázsiában is). *Rugraff–Sass* [2010] is megkülönböztet lokális, regionális és globális beszállítókat.

A vállalati interjúk is megerősítették, hogy a magyarországi beszállítók egy része globális (elsősorban a multinacionális cégek magyarországi leányvállalatai), másik részük regionális (néhány multi és a nagyobb méretű magyar cégek), amelyek Magyarország mellett elsősorban Európában tevékenykednek. A harmadik csoportot a lokális, helyi beszállítók (általában kisméretű magyar cégek) adják, amelyek nem lépik túl az ország határait.

Míg tehát az autóiipari *beszállítás összességében erős versenyiparág*, ahol a beszállítói lánc minden szintjén éles – és minél hátrább van egy cég a sorban, annál élesebb – az inkább regionális, mint globális verseny, addig a „csúcson”, a nagy autógyártó (OEM) cégek piacán fordított irányú a folyamat: csökkent és torzult a verseny. Ennek okai az autóiiparban régóta meglévő problémák és az arra adott vállalati és kormányzati reakciók.

**Nagy autógyártók az UNCTAD TOP 100  
nem pénzügyi transznacionális vállalatok listáján**

Rangsor*	Vállalat	Ország
1998		
2.	General Motors	Egyesült Államok
5.	Ford	Egyesült Államok
6.	Toyota	Japán
9.	DaimlerChrysler	Németország
11.	Volkswagen Group	Németország
18.	Honda	Japán
21.	Renault	Franciaország
24.	Mitsubishi	Japán
25.	Nissan	Japán
43.	Peugeot	Franciaország
50.	Fiat	Olaszország
83.	Volvo	Svédország

Rangsor*	Vállalat	Ország
2008		
6.	Toyota	Japán
9.	Ford	Egyesült Államok
13.	Volkswagen Group	Németország
21.	BMW	Németország
23.	Honda	Japán
30.	Nissan	Japán
31.	General Motors	Egyesült Államok
36.	Mitsubishi	Japán
38.	Fiat	Olaszország
49.	Renault	Franciaország
54.	Volvo	Svédország
87.	Hyundai	Korea

\* Az UNCTAD TOP 100-as listájában elfoglalt hely.

*Forrás:* UNCTAD [2000], 72–74. o. és UNCTAD [2009], 228–230. o. alapján saját összeállítás.

A viszonylag gyenge kereslet, a kihasználatlan kapacitások, a gazdaságosan előállítható minimális mennyiség folyamatos növekedése, a környezetvédelmi nyomás már az 1990-es években erős konszolidációs folyamatot indított el a nagy autógyártók között. Becslések szerint minimum négymillió autó kellett már akkor is a túléléshez, így az autógyártók vagy egyesültek, vagy stratégiai szövetségeket kötöttek. A General Motors például ekkor kötött – részesedésszerzéssel összekapcsolt – stratégiai megállapodást a Vauxhallal, az Opelrel és a Saabbal (ez utóbbiak azután százszázalékos tulajdonába kerültek). A Ford felvásárolta a Jaguárt, a Volvo straté-

giai szövetségre lépett a Mazdával. 2000-ben a General Motors megvette a Fiat 20 százalékát, a DaimlerChrysler a Mitsubishi harmadát és a Renault a Samsung Motor 70 százalékát. Így az évezredfordulón a tíz legnagyobb autógyár állította elő a világ járműtermelésének 80 százalékát, 1996-ban ez az arány még csak 69 százalék volt (UNCTAD, 2000, 128. o.). Nagyon érdekes ugyanakkor, hogy 1998-ban és 2008-ban is 12 nagy autógyártó szerepelt az UNCTAD TOP 100 nem pénzügyi vállalatokat tartalmazó listáján, bár a rangsor erősen átrendeződött (lásd az *1. táblázatot*). 1998-ban volt ebben a körben még egy autóiipari beszállító is, a Robert Bosch, amely azonban 2008-ban már kiesett innen.

## 2. táblázat

### Autóiipari nagybefektetések támogatása az 1990-es évek első felében

Ország	Év	Befektető	Állami támogatás (millió dollár)	Vállalati beruházás	Foglalkoztatottak száma	Egy munkahelyre jutó támogatás (dollár)
Portugália	1991	Auto Europa (Ford, Volkswagen)	483,5	2603	1900	254 451
Egyesült Államok	1993	Mercedes	250	300	1500	166 667
Egyesült Királyság	1994	Samsung Motors	89	690,3	3000	29 675
Egyesült Államok	1994	BMW	130	450	1200	108 333
Egyesült Királyság	1995	Jaguar	129	767	1000	128 720
Franciaország	1995	Mercedes, Swatch	111	370	1950	56 923

*Forrás:* UNCTAD [1995], 297. o., idézi: *Antalóczy–Sass* [2000].

A foglalkoztatásban, az exportban, az innovációban, K+F-ben betöltött fontos szerep miatt a kormányok kiemelt figyelemmel kísérték az autógyártókat, és különböző módon támogatták nemzeti „zászlóshajóikat”. Az amerikai kormány például az 1980-as évek eleje óta piacvédő intézkedésekkel (vámokkal, minőségi előírásokkal) segíti, sőt egyes vélemények szerint (Truth About Cars..., 2009) mesterségesen tartja életben nagy autógyárait, amelyek egyébként súlyos strukturális problémáik miatt nem lennének képesek lépést tartani a japán és az európai konkurenciával. Az Európai Unió is támogatja saját autóiiparát többek között a közösségi beszállítás arányának, környezetvédelmi és minőségi jellemzőknek az előírásával, vámvédelemmel. Az egységes belső piac létrehozásából kimaradt az autókereskedelem (eltérnek a regisztrációs adók, a járműtípusok jóváhagyása stb.). A külföldi befektetések

vonzása során számos fejlődő, feltörekvő, átalakuló ország adott adókedvezményt és különböző jogcímenek közvetlen költségvetési támogatást nagy autóiipari beruházóknak, de így jártak el a fejlett országok is, ahogy azt a 2. táblázat szemléletesen mutatja.

Mindez hátráltatta, sőt sok esetben megakadályozta a piaci egyensúly kialakulását, és erősen torzította a versenyt a nagy autógyártók piacán – miközben beszállítóik számára egyre élesedett a konkurenciaharc.

Az értékesítési piacok változásai (piacszerzési erőfeszítések a helyi termelésen keresztül, az OECD-piacok telítettsége, költségcsökkentési kényszer) hatására a 2000-es években a gyártásban jelentős regionális átrendeződés történt, a termelés áthelyeződött a fejlett országokból a feltörekvő, döntően az ázsiai országokba. 2000 és 2007 között Japán és az Egyesült Államok járműgyártásban elfoglalt aránya 40-ről 30 százalékra esett, míg korábban minden 10., addig 2007-re minden 5. autó OECD-n kívüli országban készült (OECD, 2009). Más bontásban, részben prognózisokra építve *Lepsényi* [2010] is hasonló tendenciákat mutat ki az autóiipari alkatrészgyártásban (lásd a 3. táblázatot). Ez az átrendeződés egyben fordulat az alacsony termelési költségű országok javára.

3. táblázat

### Az autóiipari alkatrészgyártás regionális megoszlása (Százalékban)

Régió	2003	2010
Távol-Kelet	31,0	32,7
Észak-Amerika	29,4	26,5
Nyugat-Európa	28,7	26,6
Kelet-Európa	4,2	5,9
Dél-Amerika	2,9	3,9
Egyéb	3,8	4,4
Összesen	100,0	100,0

*Forrás: Lepsényi* [2010] alapján saját összeállítás.

További lökést adott a regionális átrendeződésnek a 2000-es évek közepétől 2008 nyaráig gyorsan dráguló olaj s az ennek következtében növekvő üzemanyagár, hiszen ettől kezdve a vásárlók egyre inkább a kisebb, alacsonyabb fogyasztású autókat keresik. Ez főleg a három nagy amerikai gyártónak okozott újabb nehézséget. A fejlett országokban a piacok telítetté váltak, értékesíteni csak árengedményekkel, illetve hitelben lehetett. Már a válság kitörése előtt is nagyjából 30 százalékos kapacitásfelesleget becsültek a szakemberek – 20 százalék többletkapacitást azért hoztak létre, hogy ha valahol megnyílik egy piaci rés, azt azonnal ki tudják tölteni, 10 százalék pedig azáltal jött létre, hogy fizetéképtelenek is kaptak autóvásárlásra hitelt (*Rupp Herbert*-interjú).

*Az autóiipari beszállítói piac szerkezete,  
helyzete Magyarországon a válság kirobbanása előtt*

Statisztikai számbavétel

Magyarországon a modern autóiipar – részben újbóli – meghonosodása az 1990-es évek elején indult három nagy autógyártó – a Suzuki, az Audi és az Opel – betelepülésével. (Az Opel csak kezdetben foglalkozott autó-összeszereléssel, később átállt bizonyos stratégiai részegységek gyártására, ezért a 4. táblázatban nem szerepel.) Később a többi kelet-közép-európai ország vonzóbb lett a nagy autógyártók számára. A 4. táblázatból kitűnik, hogy egyfelől a régióban jelentős termelési kapacitásokkal rendelkező autógyártás jött létre, másfelől hogy Magyarországon állították/állítják elő a legkevesebb személygépkocsit.

4. táblázat

**A legfontosabb autóiipari befektetők Közép-Európában a 2000-es évek közepén**

Ország	Befektető	Az indulás éve	Befektetés módja	Gyártott darabszám*
Csehország	Volkswagen/Skoda	1991	felvásárlás	450 000
	TPCA	2002	zöldmezős	300 000
	Hyundai	2006	zöldmezős	300 000
Magyarország	Suzuki	1992	zöldmezős	300 000
	Audi	1992	zöldmezős	40 000
Lengyelország	Fiat	1991	barnamezős**	250 000
	Volkswagen	1993	n. a.	50 000
	Daewoo/FSO	1996	barnamezős	35 000
	Opel/GM	1998	zöldmezős	120 000
Szlovákia	Volkswagen	1991	barnamezős	300 000
	PSA	2003	zöldmezős	450 000
	Kia	2004	zöldmezős	300 000

\* Tervezett, 2006-ban.

\*\* Barnamezős beruházáson a korábban ipari célra hasznosított, de a befektetés időpontjában már használaton kívüli területen megvalósult beruházást értjük.

*Forrás: Jakubiak és szerzőtársai [2008], 15. o. alapján.*

Magyarország az integrátor (első körös) beszállítók számára vált vonzóvá, ezek a három nagy autógyártó után települtek be. Így többek között a „legkedveltebb” beszállító, a Robert Bosch (Legkedveltebb beszállító..., 2010), a Knorr-Bremse, a Continental (lásd az 5. táblázatot).



**A legnagyobb autóiipari beszállítók Magyarországon 2008-ban**

Rangsor	Név	Árbevétel (millió forint)
1.	Robert Bosch Elektronikai Kft.	198 898
2.	<i>Lear Corporation</i> Hungary Kft.	142 969
3.	<i>Denso</i> Magyarország Kft.	110 788
4.	Luk Savaria Kft.	104 393
5.	<i>Visteon</i> Hungary Kft.	82 251
6.	Borg Warner Turbo Systems Kft.	69 721
7.	Continental Teves Magyarország Kft.	65 584
8.	BPW Hungaria Kft.	61 374
9.	Hammerstein Bt.	57 484
10.	SMR Automotive Mirror Techn. Hungary Bt.	49 967
11.	ZF Hungaria Kft.	48 639
12.	Robert Bosch Energy and Body Systems Kft.	45 785
13.	ZF Lenksysteme Kft.	43 920
14.	Ibiden Hungary Kft.	40 432
15.	Automotive Playback Modules Kft.	36 337
16.	LKH Leoni Kábelgyártó Kft.	36 298
17.	Rába Futómű Kft.	36 255
18.	Knorr-Bremse Fékrendszerek Kft.	34 283
19.	Delphi Thermal Kft.	32 869
20.	<i>Bos</i> Automotive Products Bt.	31 371
21.	<i>Linamar</i> Hungary Nyrt.	31 216
22.	Magyar Toyo Seat Kft.	28 594
23.	<i>Emcon</i> Technologies Kft.	27 324
24.	<i>Dana</i> Hungary Kft.	27 253
25.	General Motors Powertrain Autóiipari Kft.	26 796
26.	Souftec Kft.	24 760
27.	W.E.T. Automotive System Kft.	24 712
28.	Schwarz Müller Járműgyártó Kft.	24 561
29.	Modine Hungaria Kft.	21 552
30.	Videoton Autóelektronika Kft.	19 314
31.	<i>Benteler</i> Autótechnika Kft.	19 211
32.	AGC Autóiipari Magyarország Kft.	17 215
33.	Summit D&V Autóiipari Kft.	16 837

Forrás: *Figyelő Trend* [2010].

Az iparági szerkezet elvileg lehetőséget nyújt a hazai cégeknek arra, hogy beépüljenek a termelési láncba. A három nagy autógyártó eltérő stratégiát követ: a Suzuki érdekelt volt a fejlesztésben, az Opel és az Audi kevésbé. A Magyarországon működő nagy autógyártók közül a Suzuki – a régióban gyakorlatilag egyedüliként – a „zöldmezős, erősen beágyazott” kategóriába sorolható *Pavlínek* [2005] a belépési módon és a helyi beszállítások erősségén alapuló osztályozása szerint. Az Audi és az Opel ezzel szemben a „zöldmezős, kevésbé beágyazott” csoportba tartozik, hiszen esetükben a helyi beszállítások nem haladják meg a végtermék értékének öt százalékát. A Suzuki esetében ez az arány 30 százalék körüli lehetett a kibocsátás növelése előtt (*Havas*, 2007). 2008-ban 98 magyar vállalkozásnak volt szerződése a Suzukival, míg az Opellel mindössze nyolcnak (Magyarországi autógyárak..., 2008). A viszonylag magas helyi beszállítói részesedésben az is szerepet játszott, hogy a Suzuki magyarországi kapacitása viszonylag alacsony volt, több japán beszállító nem követte Magyarországra partnerét, hiszen nem volt számára elég vonzó az 50-100 ezer darab körüli kibocsátás.<sup>2</sup> A negyedik szereplő, a Mercedes esetében várhatóan nem lesz túl szoros a helyi kapcsolatrendszer, legalábbis az első öt évben, mert a kész modell gyártását hozzák Magyarországra, és ebben a fázisban már nehéz beszállítóvá válni.<sup>3</sup>

Mint korábban már szó volt róla, a heterogenitás miatt nagyon nehéz a teljes, beszállítókkal együtt számított autóiipari ágazat statisztikai számbavétele. Az OECD 2009. évi tanulmányában kísérletet tesz erre, s nemzetközi összehasonlítást is végez. E szerint az autóiipar az OECD-országok közül Magyarország gazdaságában játszsza az egyik legnagyobb szerepet.

A hozzáadott értéket tekintve Csehország és Németország után a harmadik helyen állt Magyarország 2007-ben a 30 OECD-tagország között, a feldolgozóipari hozzáadott érték több mint 14, az összes hozzáadott érték több mint 3 százalékát az autóiipar állította elő. Ugyancsak a harmadik helyen állt (Japán és Szlovákia után) az ország az exportban betöltött szerep alapján: Magyarországon a feldolgozóipari kivitel több mint ötödét, a teljes export mintegy 16 százalékát adta az ágazat. A foglalkoztatottság alapján a hetedikiek voltunk az OECD-rangsorban, az összes ipari alkalmazottnak mintegy hét, a teljes foglalkoztatott létszám nem egészen két százalékát adta az autóiipar (az adatok forrása: OECD, 2009).

<sup>2</sup> A gyártott autók számának tervezett jelentős növelése több olyan japán beszállítót is magyarországi beruházásra indított, amelyek addig nem vagy csak kis kapacitással volt itt jelen (U-Shin, Mitsuba). Ennek megfelelően a helyi hozzáadott érték és a helyi beszállítások nagysága nem változott ugyan, de a magyar tulajdonosok kezében lévő vállalatok szerepe vélhetően jelentősen csökkent, hiszen például a Bakony Művek szállította az ablaktörlőt, és a neki licencet adó Mitsuba magyarországi fejlesztése révén jórészt átvette a termelést. Hasonlóan, a U-Shin Kisbéren létesített gyárat – az általa előállított terméket korábban a Ganz Kapcsoló Kft. szállította.

<sup>3</sup> Több vállalatvezető szerint három-négy év múlva nyílnak lehetőségek a Mercedes beszállítójává válni, amikor elkezdődnek az új modell körüli „munkálatok”. Ugyanakkor vannak olyan magyarországi leányvállalatok, amelyek máris kaptak megrendelést, így a Mercedes esetében a helyi beszállítások részesedése várhatóan meghaladja majd az Audi vagy Opel ötszázalékos hányadát.

A magyar külkereskedelmi statisztikát nézve az exportban még nagyobb szerepet tulajdoníthatunk a járműiparnak. 2008-ban az energiafejlesztő gépek (döntően a robbanómotorok) 8,8, a közúti jármű 11,3, a szakmai, tudományos, ellenőrző műszer (amely jórészt az autoelektronikát tartalmazza) 2,6 százalékkal részesedett a teljes exportból. Súlyuk tehát összesen közel egynegyedes, ami a járműipari kivitelre adott becslés felső határának tekinthető.

Az ITDH szerint a magyarországi autóipar éves forgalma mintegy kilencmilliárd euró (durva becslésünk szerint ez az ipar forgalmának mintegy egytizede), több mint 350 vállalat állít elő autóipari részegységeket, 70 százalékuk auditált minőségellenőrzés mellett gyárt, 90 ezer főt foglalkoztatva, és az autók 94, a motorok és alkatrészek 88 százalékát exportálják (Automotive Industry..., 2010).

A Magyar Járműalkatrész-gyártók Országos Szövetsége (Majosz) az összes hazai autóipari beszállító 60-70 százalékát tömöríti. A szövetségnek 220 aktív termelő tagja van, a többi (körülbelül 80) tag szolgáltató, banki, tanácsadó cég (*Rupp Herbert*-interjú). A Majosz elnökének becslése szerint ma Magyarországon 300-350 olyan vállalat van, amelyik autóipari beszállító. De közülük kevesen kapcsolódnak kizárólag ehhez az ágazathoz, a többség másféle tevékenységet is végez. A csak autóipari beszállítók között túlsúlyban vannak a multinacionális cégek, ezek az ágazat forgalmának 75 százalékát adhatják, az ágazatban foglalkoztatottnak nagyjából a felével.

Heterogenitás és verseny a hazai autóipari beszállítói ágazatban – az interjúk alapján

Az autóipari beszállítók csoportja sokszínű. Nemcsak a „szokásos”, tulajdonosbeli és méretbeli eltérések a fontosak, hanem először is az *ágazat*: a magyarországi autóipari beszállítók legtöbbször nem „klasszikus” vagy elektronikus autóalkatrészeket állít elő, és különösen igaz ez a magyar tulajdonban levő cégekre. Az általunk felkeresett vállalatok az előbbi két szegmens mellett a fémfeldolgozás, a műanyagipar, a mérnöki szolgáltatások területén működnek. *Havas* (2007) is felhívja a figyelmet arra, hogy a magyar autóipari beszállítók fém, műanyag, gumi, üveg, textil, vegyi, bőr, elektronikai alkatrészeket, komponenseket, rendszereket termelnek.

Természetesen különböznek egymástól a beszállítók az általuk gyártott termékek, alkatrészek *komplexitását* tekintve is. A megkérdezett vállalatok legtöbbször közepesen komplex termékeket állít elő, a két véglet azonban igen eltér egymástól. A legegyszerűbb termék egy műanyag alkatrész, míg a legösszetettebb a vevő igényeire szabott, egyedileg készített, számítógéppel vezérelt minőség-ellenőrzést végző gép (magyar cég), illetve mérnöki kutatás-fejlesztés (motorfejlesztés, külföldi cég). A magyar tulajdonú cégek termékei egyre komplexebbek, főleg abban a tekintetben, hogy több vállalat saját maga végzi a termeléshez szükséges szerszámgyártást, sőt egyes esetekben a gyártmányfejlesztést is. Hasonló irányzat jeleit láttuk a külföldi tulajdonban levő cégeknél is.

A beszállítók a szerint is nagymértékben különböznek, hogy milyen *az autóiipari ellátási láncban elfoglalt pozíciójuk*, ami ráadásul többretű is lehet. Az általunk felkeresett cégek között vannak olyanok, amelyek az egyik megrendelőnek közvetlen<sup>4</sup> vagy első körös, a másikénak második körös, a harmadikénak pedig harmadik körös beszállítói. Az egyik külföldi tulajdonban levő vállalat második körösként versenyzett egy olyan beszállítóval, amelyiknek harmadik körösként értékesített. A magyar tulajdonú cégek általában csak a Suzukival szemben tudtak közvetlen beszállítói pozíciót elérni, de interjúink alapján egyet kell értenünk *Mészáros [2009]* megállapításával: jelentős részük nem tekinthető „igazi” első körösnek. Egyrészt nem épült ki alattuk a beszállítói lánc, így nem játszanak integrátorszerepet; a második körös partner ebben az esetben legtöbbször csak alapanyagot, nyersanyagot szállít. Másrészt a szakirodalom szerint az első körös beszállítók és a vezető autógyártó cég között erős együttműködés, kooperáció alakul ki, ami felölelheti a közös tervezést vagy a részvételt a kutatás-fejlesztési feladatokban. Ez a Suzuki közvetlen beszállítói esetében ritkán valósul meg. Ugyanakkor a megkérdezett magyar tulajdonban levő vállalatok egyike valamelyik speciális piaci szegmensben a hazai Audi-leányvállalatnak, egy másik a hazai Opelnek az első körös beszállítója, többen pedig Németországba szállítanak első körösként vagy közvetlenül a Mercedes, Porsche, Audi, BMW, Volkswagen számára. Hozzájuk sokszor kapcsolódnak további körös, jórészt hazai kis- és középvállalkozások, mások csak az alapanyagot és segédanyagot szerzik be kereskedő cégektől.

Még egy, az előbbiekkal összefüggő területen érdemes kiemelni a magyarországi autóiipari beszállítók sokszínűségét: a diverzifikálódás, a *több lábon állás* területén. Ez a tényező jelentős szerepet játszott a válság sikeres túlélésében. A „több lábon állást” többféleképpen is értelmezhetjük. A külföldi tulajdonban levő, nagyobb méretű, skálahatékonyági szempontokat is szem előtt tartó cégek számára ez első-sorban több megrendelőt jelent. A magyar tulajdonban levő cégek is értékesíthetnek több partnernek, emellett gyárthatnak különböző terméket, sőt tevékenykedhetnek több, egymással akár kapcsolatban sem lévő ágazatban.

A felkeresett vállalatok egy szempontból eléggé *homogénnek mutatkoztak*: a sikeres beszállítók mind viszonylag jelentős, regisztrált vagy nem regisztrált innovációt, fejlesztést hajtottak végre. Ahogyan egyik interjúalanyunk fogalmazott: „aki nem tudott hozzáadni a termékhez, nem tudott fejlődni, csak azt csinálta, amit kértek tőle, az már eltűnt a beszállítók közül...” Egy másik beszélgetőpartnerünk szerint ez az a terület, ahol a bizalom és a napi kommunikáció fontos, és így a kínai, indiai versenytársak nem rúghatnak labdába.

Az autóiipari beszállítók heterogenitása azt is jelenti, hogy *a versenyhelyzet egészen másként alakul* egy-egy vállalat számára, attól függően, hogy kinek és hány

<sup>4</sup> Megkülönböztetjük a „valódi” első körös beszállítókat azoktól a vállalatoktól, amelyek közvetlenül szállítanak be a megrendelőnek, de nem tekinthetők első körösnek. Ennek magyarázatát lásd később.

vállalatnak szállít be, hányadik körbe tartozik, hány lábon áll (például egymástól erősen eltérő ágazatokkal is kapcsolatban van-e), azaz hogy kivel versenyez első-sorban.

A *multinacionális cégek hazai leányvállalatai* számára a verseny fő színtere a többi leányvállalat. A magyarországi telephelyek általában az alacsony költség-szintűek közé tartoznak, így egyikük elsősorban egy mexikói és egy kínai gyárral versenyez. A bonyolultabb gyártás esetében esetenként nyugat-európai társvállala-tokkal versenyeztek – és nyertek el sikeresen egy-egy projektet. (Fontos megemlí-teni, hogy egyik interjúalanyunk szerint a nemzetközi nagyvállalatok igyekeznek a termelés egy részét politikai okok miatt Nyugat-Európában tartani, akár maga-sabb költséget is vállalva.) Egy másik hazai cégnek elsősorban a cseh leányvállalat a versenytársa – az ukrainai telephely még nem konkurens, mert az túlnyomórészt az élőmunka-igényes termelést végzi. Találkoztunk olyan esettel, amikor a magyar vállalat az adott termék (meghatározó alkatrész) egyetlen gyártója, gyakorlatilag nincsen versenytársa a vállalat európai hálózatában – a kínai, hasonló terméket elő-állító leánycég pedig a magas szállítási költség miatt nem közvetlen versenytárs. Végül a negyedik multinacionálisnál a magyar szállító 2006-tól gyors növekedésnek indult, és a 60 telephely közül az első nyolcba került, meghatározó pozíciót vívva ki a multinacionális cégen belül. Itt is elsősorban kontinensenként szerveződik a tevé-kenység, így a magyarnál valamivel olcsóbb kínai telephely nem jön számításba ver-senytársként.

Természetesen a multinacionális cégek leányvállalatai egymással is versenyez-nek egy-egy külső megrendelésért. A versenyhelyzet azonban nagyon bonyolult, mint említettük, a megkérdezettek között is volt két olyan nagy cég, amelyeknek a magyarországi telephelyei az egyik szegmensben versenytársak, egy másikban viszont szállítói kapcsolatban vannak.

Az ágazattól, a vállalatmérettől és a beszállított terméktől függően a *magyar tulajdonban levő vállalatok* számára is eltérő a versenytársak köre. Az egyszerűbb vagy standardizált termékeket gyártók számára a régiós (elsősorban lengyel, szlo-vák, esetleg román) versenytársak mellett egyre erősebb az indiaiak, kínaiak felől érkező versenynyomás. Az összetettebb termékek esetében versenytársaik inkább nyugat-európaiak. A fajlagos szállítási költség erőteljesen befolyásolja a riválisok körét, sokszor kizárva az ázsiai cégeket. Emellett fontos a termelési láncban elfog-lalt hely: a sokadik körös beszállító konkurál a legtöbb vállalattal, az cserélhető le legkönnyebben. Az első körösök általában valamilyen védettséget élveznek, hiszen a szoros együttműködés miatt az autó előállításában stratégiai lehet a szerepük. Saj-nos, a Suzuki első körös magyar tulajdonban levő kisebb beszállítóinál ez kevésbé érvényesül, mint láttuk, ezek inkább csak közvetlen beszállítói a japán vállalatnak.

## A válság jellemzői az autóiparban

### *Globális válságjelenségek, nemzeti válságkezelések*

Az autóipar a válság által leginkább sújtott ágazatok közé tartozik. Mint korábban említettük, az autóiparban a Lehman Brothers összeomlását jóval (esetenként évtizedekkel) megelőzve is jelentkeztek nehézségek: telített piacok, hitelben történő eladások, jelentős kapacitásfelesleg vagy a kereslet eltolódása a kisebb, energiatakarékosabb autók felé, amit a kínálat kevéssé követett. Az autóipari értékesítés 2008 szeptemberétől zuhanni kezdett – az autóeladás és az általános konjunktúraciklus általában együtt mozog, ez most sem volt másképpen. Az értékesítés összeomlásához azonban erőteljesen hozzájárultak a kiszáradó hitelpiacok. A kölcsönökre épülő kereslet megszűnt, s az ennek következtében zuhanó termelés hatásai azonnal tovagyűrűztek az egész beszállítói láncon. Csődbe jutott a három nagy amerikai vállalat, majd – ettől nem függetlenül – az európai Opel, végül a japánok közül is súlyos gondok támadtak például a Toyotánál. De a válság nem egyformán érintette valamennyi termelőt, s így az országokat, régiókat sem.

2008 szeptembere és 2009 januárja között az autóeladások valamennyi OECD-országban csökkentek, átlagosan 20 százalékkal. Az Egyesült Államokban és Kanadában a visszaesés mögött – az ökonometriai vizsgálatok szerint 80 százalékban – a szigorú hitelkondíciók álltak (OECD, 2009). A BRIC-országcsoportban (Brazília, Oroszország, India, Kína) ugyanakkor legfeljebb lassult a növekedés, de például a kínai piac hihetetlenül növekedett.

A földrajzilag többnyire koncentrált foglalkoztatás és a tovagyűrűző hatások miatt szinte minden ország *állami válságkezelő intézkedéseket vezetett be* az autóiparban. Mindkét alapvető módszer – az autóeladások támogatása és az autógyártás közvetlen támogatása – hat a piacszerkezetre és a versenyre, s hatásuk tovagyűrűzik a beszállítókhoz is.

*Az autóeladások támogatása* – a kereslet erősítése, az autóvásárlások előrehozásának ösztönzése – általában az úgynevezett roncsautó-prémium formájában történt. Az OECD 30 tagországából 24-ben vezettek be ilyen intézkedést különböző időtartamra (általában 2009-re) és különböző összegekkel.<sup>5</sup> Valamennyi esetben az volt a lényeg, hogy a kormány segítette az új, környezetbarát autó megvásárlását, amennyiben a vevő a roncslepre vitte régi, környezetszennyező és nem energiatakarékos autóját. A támogatások különböztek az autók típusa, kora és az emisszió szintje szerint, de átlagosan 1500 és 2500 dollár között mozogtak. A legnagyobb támogatást az Egyesült Államok és Németország vezette be (OECD, 2009, 12–15. o.).

<sup>5</sup> Például: Ausztria, Kanada, Csehország, Dánia, Franciaország, Németország, Görögország, Olaszország, Japán, Korea, Luxemburg, Hollandia, Norvégia, Portugália, Szlovákia, Spanyolország, Svédország, az Egyesült Királyság, az Egyesült Államok.

Az *autógyártás támogatásának* fő formái a kormányzati kölcsönök, garancia-vállalások, kezességek, adókonnyítések és szubvenciók voltak, esetenként az állam tulajdont is szerzett a vállalatokban, és közvetlenül részt vett az ágazat szerkezetváltásában. Alig maradt olyan ország, amely valamilyen formában ne támogatta volna autógyártását, az autógyártás lett a pénzügyi szektor mellett a leginkább kedvezményezett ágazat.

Brazília 1,7 milliárd dolláros kormányzati hitelt nyújtott autógyártóinak. Kanadában állami kezességvállalást és állami kölcsönt kapott a General Motors és a Chrysler. Franciaországban ugyancsak állami kölcsönt nyújtottak az autógyártóknak, Spanyolország kamattámogatást adott a környezetbarát kocsik előállításához, Svédország a Volvónak nyújtott állami garanciát. A német kormány 4,5 milliárd euróval kívánta támogatni a Magna-Szberbank konzorciumot az Opel átstrukturálásában, de az ügylet végül nem jött létre. A legnagyobb szabású támogatási programot ezen a területen is az Egyesült Államok vezette be. Az amerikai kormány kölcsönt nyújtott a General Motorsnak és a Chryslernek, majd a hitelt 60,8 százalékos állami tulajdonosi részesedéssé alakították át a GM-ben. Az Egyesült Államok ezen kívül ötmilliárd dollárt fordított az autógyártó beszállítók támogatására (OECD–WTO–UNCTAD, 2009).

Ezek mögött a hatalmas támogatások mögött természetesen meghúzódik az ágazat lobbijereje és ügyes kommunikációja is. Egyes beszélgetőpartnereink szerint az autógyártók sokkal súlyosabbnak mutatták a krízist, mint amilyen az valójában volt.

A *vállalati válságkezelés* egyik legfontosabb módszere tehát a kormányoknál való „kijárási” volt. Ezenkívül alkalmazták a szokásos válságkezelő eszközöket, az elbocsátást, a költségtakarékosági intézkedéseket. Az inkább átrendeződésnek tekinthető újabb, érdekes módszer, hogy leányvállalatok részvénycsomagjait cserélnek gazdákat, új stratégiai szövetségek születnek. (Most, a folyamat közepén még nagyon nehéz megítélni a jövőt és a hatásokat. A jelenséget mindenesetre érdemes nyomon követni.) Magyar szempontból a Suzuki helyzetének változása érdemel figyelmet: valószínűleg lazulni fog az Opelhez fűződő kapcsolat, miután a Volkswagen 20 százalékos tulajdonos lett a japán gyárban (s ezzel fontos lépést tettek afelé, hogy átvegyék a Toyotától a világ legnagyobb autógyártójának helyét).

#### *A válságkezelés globális hatásai*

Ma úgy tűnik, hogy a világgazdasági válság lefolyásával párhuzamosan az autógyártó krízis képe is *V* alakot mutat. 2007-ben kezdett csökkenni a gyártás és az értékesítés, 2008 őszétől zuhanást lehetett megfigyelni (*lásd a 6. táblázatot*), 2010-ben ez a tendencia megfordult, és várhatóan globálisan is növekszik az ágazat.



**Közúti jármű-gyártás 2009-ben**  
(Előző év = 100 százalék)

Kína	+42,3
India	+12,7
EU-27	-17,1
Japán	-32,9
Észak-Amerika	-33,1
Oroszország	-58,9

*Forrás: Robert Bosch, idézi: Demeter [2010], 7. o.*

A JD Power előrejelzése szerint 2010-ben a tavalyi 54 millióval szemben 58 millió személyautót adhatnak el, ami némileg meghaladja a 2008-as számot is. A Concorde becslése szerint 2010 első három hónapjában összesen 26 százalékkal nőtt az új autók értékesítése a világ autópiacának nyolc megfigyelt régiójában (*Halaska, 2010*). A növekedés oka egyfelől a tavalyi első negyedéves rendkívül alacsony bázis, másfelől a még futó autóvásárlást támogató programok, végül a javuló konjunktúra. A legnagyobb, egészen elképesztő növekedést Kínában lehetett tapasztalni: itt 2010. január és március között 77 százalékkal nőtt az újautó-értékesítés – bizonyos típusokra heteket kell várni.

A növekedés hátterében továbbra is az állami támogatás és a kisautóknak járó adókedvezmény áll. Európában 2010-re tízszázalékos növekedés prognosztizálható, elsősorban azért, mert még hatnak a roncsautó-prémiumok. A nagy nyertesek eddig a francia márkák voltak (*PSA Peugeot Citroën*).

A kedvező rövid távú hatások után hosszabb távon a „bumerángthatás” nagyon erős lehet – jelentősen felerősített ciklikusságot vihet az egész ágazat termelésének alakulásába. (A német járműértékesítés ötödik hónapja folyamatosan zuhan.) Figyelembe kell venni azt is, hogy becslések szerint a válság nyomán kismértékben csökkent, de változatlanul nagy az autóipar kapacitásfeleslege. Ennek mértéke 2010-ben Európában mintegy 7 millió darab (30 százalék), az Egyesült Államokban 3,5 millió (a megelőző évben még 6 millió volt) (*The Economist, 2009a; KPMG, 2008*).

A válság és a különböző válságkezelési módszerek *versenyre gyakorolt hatása nagyon eltérő* lehet; vannak, amelyek erősítik, mások korlátozzák a versenyt, és különbségek lesznek régióként és vállalatokként is.

Bizonyos, hogy a kereslet – és ehhez alkalmazkodva a gyártás – a krízis és a roncsautó-prémium miatt tovább mozdul a kicsi, energiatakarékos, hibrid autók irányába. A kisebb autóknak kevesebb a nyereségtartalma, ezért nyilvánvaló, hogy a nagy gyártók még erőteljesebb árversenyt fognak érvényesíteni a beszállítóknál. Tovább nő majd a K+F szerepe, s folytatódik a piacok regionális átrendeződése a fejlett országoktól a feltörekvőkhöz. Feltételezésünk szerint mindennek következtében a következő években a beszállítók hatékony átrendeződése felgyorsul.



A közvetlen állami támogatások, beavatkozások egyértelműen torzíthatják a versenyt, kedvezményezve bizonyos vállalatokat, előnyös helyzetbe hozva őket azokkal szemben, amelyek nem, vagy csak kisebb mértékű támogatást kaptak. Ez nyilván tovább gyűrűzik a beszállítókhöz is – a támogatott nagy autógyártók partnerei maguk is kedvezményezett helyzetbe kerülnek.

A termelőknek nyújtott támogatás konzerválhatja a korábbi szerkezetet, elodázhathatja az egyébként nagyon szükséges átalakítást is. A protekcionistaának tekinthető beavatkozások pedig ellenlépéseket válthatnak ki más országokból, amelyek aztán veszélyeztethetik a rövid és hosszabb távú növekedést.

### *A válság megjelenése és hatásai Magyarországon*

Az autóipar helyzete Magyarországon különösen nehéz, hiszen itt több válság „ér össze”. A hazai cégeket a magyar gazdaság nehéz helyzetéből adódó üzleti környezeti gondok (például a kiszámíthatatlanul változó adózási feltételek, a hektikusan ingadozó árfolyam) mellett a csökkenő megrendelések, a hitelpiacok kiszáradása, saját beszállítóik csődje és legnagyobb megrendelőik likviditási gondjai is sújtják. Az állami válságkezelés, elsősorban források hiányában a többi OECD- vagy EU-tagországhoz viszonyítva igen korlátozott volt, főként a munkahelymegtartásra összpontosított. Ezenfelül lehetővé tették a négynapos munkahetet és kétmilliárd forintos pályázati forrást biztosítottak a járműipar technológiai innovációjának támogatására (Utolsó simítások..., 2002). Magyarországon nem volt roncsautóprogram, bár ezt az ágazat képviselői szorgalmazták. Ugyanakkor más országok – elsősorban Németország – hasonló intézkedéseinek hatásai átgyűrűztek Magyarországra is, átmenetileg megemelve a hazai keresletet.<sup>6</sup>

### *Átfogó kép*

Nehéz adatokkal érzékeltetni a válság mélységét, mérni közvetlen hatását a magyarországi autóiparra és az autóipari beszállítások alakulására az ágazat statisztikai számbavételének már említett nehézségei miatt. Egy napisajtóban megjelent elemzés szerint 2009-ben a közel 65 ezer főt foglalkoztató magyar járműipar 340 cégének *forgalma átlagosan 30-40 százalékkal csökkent* (Demeter, 2010). A KSH foglalkoztatottakra vonatkozó adatai jelzik a *jelentős létszámcsökkenést* az autóiparhoz közvetlenül kapcsolódó ágazatokban (lásd a 7. táblázatot). Az *Index* internetes lap elbocsátásszámlálója szerint is 2008-ban a legnagyobb elbocsátásokra az autóipari cégek kényszerültek Magyarországon (Indexen a válság..., 2008). *Rupp Herbert* szerint a „stabil” foglalkoztatottaknak mindössze 5-6 százalékát küldték el, inkább a bérelt dolgozóktól váltak meg.

<sup>6</sup> Lásd erről részletesen *Pásztor Sára* [2010] írását.

**Átlagos foglalkoztatotti létszám  
egyed autóiari alágazatokban 2008–2010 között  
(Fő)**

Ágazat (TEÁOR '08-szám)	2008. 1. negyedév	2009. 1. negyedév	2010. 1. negyedév	2010. I. negyedév / 2008. I. negyedév (százalék)
Közúti gépjármű gyártása (2910)	13 269	11 506	10 659	80,3
Gépjármű-karosszéria, pótkocsi gyártása (2920)	3 173	2 432	1 971	62,1
Járművillamossági, -elektronikai készülékek gyártása (2931)	18 526	15 806	15 721	84,9
Közúti jármű, járműmotor alkatrészeinek gyártása (2932)	43 186	37 609	32 517	75,3

*Forrás:* KSH Tájékoztatósi adatbázis.

Arra sem találunk megfelelő adatot az iparág-besorolási problémák, illetve a friss adatok hiánya miatt, hogy hogyan alakult a gazdasági szervezetek száma az iparágban, hány cég ment csődbe, és ez hogyan aránylik a teljes gazdaság „csődszámához”. A kapcsolódó területeken működő vállalatok számáról a KSH adatai csak 2008-ra állnak rendelkezésre. E szerint a regisztrált *gazdasági szervezetek száma* valamelyest nőtt a teljes feldolgozóiparban, ugyanakkor az autóiari beszállításhoz köthető ágazatokban általában *csökkent*. Jelentős kivétel azonban például a villamos motorok, áramfejlesztők, akkumulátor-szárazelemek, világítóeszközök, gépjármű-karosszériák, pótkocsik gyártása. Hozzá kell tenni azt is, hogy a mozgások nem nagyobbak, mint az előző években, sok esetben 2000 óta egyértelmű tendencia az ágazat átrendeződése, a piaci szereplők számának folyamatos csökkenése, és ennek mértéke nem ugrott meg 2008-ban sem. Igaz, hogy a válság hatása az őszi fordulat és a folyamatok természetes időigénye miatt ebben az évben elvileg is még csak részlegesen jelentkezhetett.

A napi- és hetilapok, a gazdasági sajtó hírei alapján azt mondhatjuk, hogy a nagy autóiari szereplők közül egy sem tűnt el – voltak ugyan elbocsátások, de gyárbezárások nem. A nagy autógyártók magyarországi termelése viszonylag stabilnak mutatkozott, még az Opelnél sem merül fel, hogy megszüntetik a szentgotthárdi gyárat, pedig itt voltak a legnagyobbak a problémák. Az Audi csökkentett munkaidőben termelt, és a munkásokkal ideiglenes bércsökkentésben egyezett meg. A Suzuki jelentős mértékben küldött el alkalmazottakat a válság kezdetén, elsősorban bérelt és próbaidős dolgozókat (1200 főt). 2008 decemberében két hétre leállt a termelés is, és csökkentették a műszakok számát (Kirúgnak a..., 2008). A Mercedes a válság ellenére megkezdte jelentős állami eszközökkel támogatott kecskeméti beruházását, amelyről 2008 nyarán hoztak döntést.

Ugyanakkor a hazai, kisebb beszállítók közül – a gazdasági napilapok tudósításai szerint – többen, bár nem túl sokan csődbe mentek (Végleg bezár..., 2009; Körtési, 2010). Ennek oka nemcsak a megrendelések csökkenésének „dominóhatása” volt, hanem az is, hogy egyes megrendelők az addig kiszervezett beszállításokat visszavették. Körtési [2010] szerint például a GM/Opel mellett magyar tulajdonban levő közepes vállalatok is megszüntették bizonyos tevékenységek külső megrendelését, hogy megtarthassák dolgozóikat. Ennek következtében több kisebb cég felszámolásba is sodródott a nyugat-dunántúli régióban.

Közelkép az interjúk alapján

A válság hatásainak mértéke az általunk felkeresett cégek esetében alapvetően az általános tendenciákat követi, de a részletek figyelemre méltó jelenségeket is mutatnak. A megkérdezett vállalatok átlagosan 30 százalékos forgalom-visszaesése lényegében megegyezik az ágazat egészére becsült adatokkal (Demeter, 2010). Ahol ennél jobban vagy kevésbé sújtott a válság, ott általában más, sajátos tényezők is szerepet játszottak. Például az egyik kicsi, hazai tulajdonban lévő vállalat (a 8. táblázatban az 5. számmal szereplő) egyedi megrendelésre gyárt magas technológiájú gépeket, amelyek iránt a vállalati beruházások visszaesésével jelentősen csökkent a kereslet. Másik hasonló társa (6. vállalat) viszont nem érezte a válságot, mivel elsősorban a repülőgépiparnak értékesít. Az átlagosnál jobban zsugorodó közép-vállalkozás (7. vállalat) megrendelője modellt váltott, aminek következtében a magyar cég részesedése a beszállításokból visszaesett, ráadásul a neki licencet nyújtó külföldi vállalat saját gyártással is megjelent Magyarországon.

A foglalkoztatotti létszám csökkenése is általában 25-30 százalékos, az ágazati átlaggal megegyező volt, és elsősorban a bérelt, illetve az alacsonyán képzett munkaerőt érintette. A megkérdezettek között azonban több olyan cég is akad, amely nem kényszerült elbocsátásokra, vagy legalábbis állományban lévő saját dolgozóit nem kellett elküldenie. Sokuknál már 2009-ben emelkedett az alkalmazottak száma a válság mélypontjához viszonyítva, és 2010-ben esetenként fel tudtak kapaszkodni a krízist megelőző szintre.

A megkérdezett vállalatok mindegyike várt valamiféle piactisztulást a válságtól, a piaci szereplők számának csökkenését, a legkevésbé hatékonyan működő vállalatok eltűnését, de kivétel nélkül arról számoltak be, hogy ez a várakozásuk nem teljesült. Saját piaci szegmensükben gyakorlatilag *mindenki talpon maradt*, a nagy, külföldi tulajdonban levő beszállítók ugyanúgy, mint a kis- és közepes méretű, magyar tulajdonban levő vállalkozások. Elmondásuk szerint sokszor egy-egy nagyobb ügylet húzta őket ki a bajból (jártunk egy olyan magyar tulajdonban működő kisvállalatnál, amelyet egy jelentősebb amerikai megrendelés mentett meg). Ez azonban sok esetben csak a rövid távú túléléshez volt elegendő. Egyik beszélgetőpartnerünk környezetében több olyan vállalat van, amely nyereség nélkül vállalt el megrendeléseket, ami hosszabb távon nem tartható.

## A felkeresett cégek visszaesésének mértéke

Sorszám	Ellenőrző tulajdonos	Méret	Hányadik körös beszállító?	A válság hatása
1.	külföldi	nagy	2–4.	A megrendelések körülbelül 30 százalékos visszaesése 2008 októberében; 2008-ban 1400, 2009-ben 1000, 2010-ben 1300 fő foglalkoztatott.
2.	külföldi	nagy	1–2.	A megrendelések körülbelül 30 százalékos visszaesése, foglalkoztatottak száma 2008 közepén 3400, 2009-ben 2600 (főleg kölcsönzött munkaerő elbocsátása, helyettesítés), 2010-ben 3000.
3.	külföldi	nagy	1.	Volumenben körülbelül 30 százalékos visszaesés, csak a bérelt munkaerőt bocsátották el, a saját foglalkoztatottak csökkentett munkaidőt és bért fogadtak el.
4.	magyar	közepes	1–2–3.	10 százalékos árbevétel-visszaesés 2007-ről 2008-ra (az export ellensúlyozta a 20 százalékos hazai visszaesést), azóta visszatért a 2007. évi szintre; foglalkoztatottak: 2008-ban 135 fő, 2010-ben 82 fő.
5.	magyar	kicsi	1. (egyedi)	Gyakorlatilag nullára esett a megrendelés 2008 és 2009 szeptembere között, 2010 szeptemberétől nagyjából visszament a 2008. évi szintre, a foglalkoztatottak száma 10 főről 7-re csökkent.
6.	magyar	kicsi	1–2–3.	Nem érezték a válságot, nem volt létszámváltozás.
7.	magyar	közepes	1–2.	A termelés 2009-re a 2008. évi 40 százalékára esett vissza; két lépcsőben 15-15 százalékos elbocsátás, még 2010-ben is 30 órás munkahét.
8.	magyar	nagy	1–2–3.	Az árbevétel 14 százalékkal esett 2009-ben, 1000 főből 280-at bocsátottak el.
9.	magyar	közepes	1–2.	A két autóiipari ágazatban összesen körülbelül 30 százalékos csökkenés (az egyik nullára esett, 2010-ben 35-40 százaléka a 2008. évinek, a másik nagyjából visszament a 2008. évi szintre). Válság előtt 105, 2010-ben 70 alkalmazott.
10.	magyar	közepes	1–2.	50 százalékos rendeléscsökkenés 2008-ban, 15 százalékos létszámcsökkentés, négynapos munkahét, 2010-re nagyjából visszaállt a 2008. évi szintre.
11.	külföldi	közepes	1–2.	Minimális megrendeléscsökkenés, néhány fős létszámcsökkentés, 2010-re gyakorlatilag visszaállt a 2008. évi szint.
12.	magyar	közepes	1–2.	2008-ról 2009-re körülbelül 25 százalékos csökkenés. Nem volt elbocsátás, 6 órás munkaidő, munkabér csökkentése.
13.	magyar	közepes	1–2–3–4.	2009 első felében kevesebb mint felére esett az árbevétel, de a második félévben sikerült átvenni másoktól megrendeléseket, így összességében nem volt csökkenés 2009-ben 2008-hoz képest. 10 százalék körüli létszámcsökkentés 2009-re, azóta visszament a 2008. évi szintre.

*Megjegyzés:* A beszállítói körnél dőlt betű jelzi a domináns kategóriát (ha van ilyen).

A megkérdezettek közül egy magyar tulajdonú nagyvállalat meg is vásárolt egy bajba került kis céget. Egy külföldi kézben lévő vállalat szintén hasonló konszolidációs folyamatot lát a beszállítói körében, ami elsősorban felvásárlások révén megy végbe. (A cég a kilencvenes évek elején 60 magyar beszállítóval rendelkezett, ezek száma most hatra csökkent, jórészt az összeolvadások-felvásárlások miatt.) A másik külföldi vállalat megfigyelése szerint bajba kerültek azok a kis- és közepes vállalkozások, amelyek éppen a válság előtt hajtottak végre hitelből finanszírozott nagyobb beruházásokat. Az elbukók többsége még ezeknél is kisebb, 10-15 főt foglalkoztató szervezet volt. A megrendelések csökkenését tartalékok híján nem tudták átvészelni, a diverzifikáció hiánya miatt is sérülékenyek voltak – jó néhányuk éppen legfontosabb vagy egyetlen partnerük válságkezelő lépései miatt került csődbe.

A vállalati válságkezelés egyben reakció *a fokozódó árnyomásra, a verseny további erősödésére* is. Ezt a változást a krízis egyik alapvető következményeként mindegyik általunk felkeresett vállalat jelezte. Az ágazat egyre inkább globalizált, de a nagy gyártók és ehhez kapcsolódva a beszállítók jelentős kapacitásfeleslegei megmaradtak. A megnövekedett árnyomás – az iparág sajátos szerveződése, a nemzetközi értékláncok miatt – elsősorban a magyarországi autóipar főszereplőire, a beszállítókra nehezedik.

### Vállalati válságkezelés

A vállalatoknak a recesszióra adott válaszait empirikus vizsgálataink alapján összegezzük. Az interjúalanyok keresése, majd később a beszélgetések során is nyilvánvalóvá vált, hogy vállalati *mintánk meglehetősen torzít*. Azok a cégek voltak ugyanis leginkább fogadókészek, amelyek úgy érezték, hogy többé-kevésbé sikeresen kezelték a válságot, és megerősödve kerültek ki belőle. Az interjúk alapján levonható az a következtetés is, hogy részben a válság hatására, de inkább már az azelőtt elindult folyamatok eredményeként létrejött egy igen versenyképes magyar autóipari beszállítói réteg, ennek nagyságát azonban nem tudjuk megbecsülni. *A sikeres vállalatok stratégiája* természetesen részleteiben eltér egymástól, de összességében a változás iránya nagyon hasonló. A módszerek kiterjednek a cégen belüli lépéseken túl a piacok átalakítására is.

#### *Belső intézkedések – a költségcsökkentéstől a több lábon állásig*

A vállalati hatáskörben, a partnerektől függetlenül meghozható intézkedések közül a leggyakoribb és időben is legtöbbször az első válságkezelő lépés a *költségek lefaragása*. Ahogy az egyik vállalatvezető mondta: „Eddig a forintot fogtuk meg, most már a fillért is.”

A takarékoskodás egyik legfontosabb eleme *a foglalkoztatottak számának csökkentése*. Mint a 8. táblázatban összefoglalt tapasztalatok mutatják, az elbocsátás leginkább a cégek számára kevésbé fontos, könnyen pótolható dolgozókat érintette. A pénzügyileg általában jobb helyzetben levő külföldi tulajdonnal működő vállalatok esetében valamilyen átmeneti megoldással megtartották a kvalifikált munkaerőt, de szintén erre törekedtek – akár ideiglenes „belső munkanélküliség” árán is – a hazai tulajdonosok. Az egyik kisebb méretű cég például minden részlegben leépített, kivéve a speciális tudást igénylő szerszámgyártást, egy másik cég hatórás napi munkaidőre állította át dolgozóit, kivéve a termékfejlesztéssel foglalkozókat. Néhány magyar kisvállalat vezetősége (a tulajdonosa is) pedig az elbocsátások után beállt a munkapad mellé.

A 8. táblázatból is látható, hogy a vállalatok igyekeztek olyan megoldásokat találni, amelyekkel minimalizálhatják az utcára tett dolgozók számát. Ennek fő útja a munkaidő és a bér átmeneti csökkentése, ami egyes esetekben – mintánkban néhány bonyolult tevékenységet végző magyar tulajdonban levő vállalatnál – a létszám megtartását, másutt az elbocsátások mérséklését tették lehetővé. Így például egy külföldi kézben lévő nagyvállalatnál (3. cég) megegyeztek a dolgozókkal a munkaidő és a bérek ideiglenes visszafogásáról. Egy magyar tulajdonú közép vállalat (10. cég) négy napos munkahétnek megfelelő bért adott ötnapi teljesítményért.

Előszörban a kisebb méretű, kevésbé tőkeerős magyar kézben lévő vállalatok említettek két olyan tényezőt, amely a válság alatt *jelentős többletköltséget* okozott számukra. Az egyik az *energiaszámlák megugrása* a liberalizálás után, a másik pedig a *banki költségek növekedése* és a hitelek visszafogása. Ez utóbbi jelentőségét fokozza, hogy interjúalanyaink szerint a beszállítások finanszírozási igénye nagy, hiszen általánosak a 60, 90, sőt 120 napos fizetési határidők.

Sokaknak segített viszont a válság túlélésében az *árfolyam alakulása*, a forint gyengülése – mégpedig a közhiedelemmel ellentétben nemcsak a hazai, hanem a külföldi tulajdonú vállalatoknak is. Egyikük kiemelte, hogy e „szerencsés” fejlemény miatt kellett kevesebb foglalkoztatottat elbocsátani. A magyar tulajdonban levő, kivitelre is termelők számára még nagyobb könnyebbséget jelentett a gyenge nemzeti valuta. Egyik interjúalanyunk (jelenleg 82 főt foglalkoztató fröccsöntő cég) szerint vállalata számára a 300 forintos euróárfolyam lenne a megfelelő, többen 280-290 forintot tartanának kedvezőnek versenyképességük szempontjából. Egy fémöntéssel foglalkozó közép vállalat szerint a 280 forint körüli árfolyam 80 millió forint pótlólagos bevételt jelentene, amit beruházásra, fejlesztésre tudnának fordítani – ha ennél erősebb a forint, akkor bővítésre nem marad pénz. A konkrét átváltási arányoknál is nagyobb probléma a cégek számára az árfolyam hektikus változása. Igyekeznek határidős ügyletekkel kivédeni ennek hatásait, ennek azonban olyan magas a költsége, hogy sokan nem engedhetik meg maguknak.

A válságra adott következő, a sikeres cégeknél közösnek tekinthető válasz *a belső szervezet, a termelészervezés erőteljes megváltoztatása* volt, aminek fő

célja a hatékonyság növelése. (A külföldi vállalatok egyike számolt be arról, hogy a válság körülményei között „feljebb csúsztak” a döntési jogkörök, a magyarországi *leányvállalat mozgásteret szűkült*. Ezt azonban interjúalanyunk ideiglenesnek tartotta, mások pedig nem említettek ilyen módosulást.) Többen viszont új termelésirányítási rendszert vezettek be, vagy megújították a régit. Ennek fontossága a válság körülményei között vált egyértelművé sok olyan egyszemélyi irányítás alatt álló, gyorsan növekedő cég számára is, amelyeknél a korábbi, hagyományos megoldás már a vállalat működőképességét veszélyeztette. Találkoztunk olyan céggel, amelyben a privatizáció óta egyetlen vezető hozza a döntéseket, így a vállalat egyre nehezebben tudott alkalmazkodni a piaci igényekhez, mert a nemzetközi kapcsolatok, a technikai problémák, a termelészervezés más-más szaktudást igényel. A válságot akkor kezelték sikeresen – eltekintve az egészen kisméretűektől –, ha nem idegenkedtek az új, korszerű folyamatirányítási, vállalatirányítási rendszerek bevezetésétől. Ez egyben a költségcsökkentés egyik fontos eszköze, amit sokan már előbb felismertek, mert megrendelőik „automatikusan” bekalkulálták a ráfordítások évi 2-3 százalékos lefaragását. Néhányan úgy vélik, hogy a válság jókor jött, mert a technikai termelékenység már a határán volt: három műszakban, szombat-vasárnap is dolgoztak, kapacitásaikon felül voltak leterhelve. A nagyszériás termelés esetében – amikor univerzálisan felhasználható gépekkel, de egy bizonyos munkára speciálisan összeállított sorokon gyártanak – a válság lehetőséget adott arra, hogy átgondolják, módosítsák a folyamatot, új mérnöki megoldásokat vezessenek be. Egyik interjúalanyunk szerint egy ilyen átállítás több hónapos előzetes tervezést igényel, amelynek része az egyeztetés a megrendelővel.

Nem találtunk viszont olyan válságkezelési módszert, amely a marketinget erősítette volna, pedig a magyar – és *Sterlacchini* [1999] szerint a külföldi – saját termékes kis- és középvállalatok esetében ez az értékesítés növelését akadályozó gyenge pont. Az iparág sajátos körülményei között a marketing hiánya kevésbé jelentkező korlátozó tényezőként. Egyrészt a többedik körös beszállítóknak nincs igazán szükségük piackutatásra, másrészt akiknek igen, azoknak vannak különféle, akár az állam által (például az ITDH-n keresztül) finanszírozott lehetőségeik, amelyeket a beszélgetések tanúsága szerint általában ki is használnak.

Az interjúkból világosan kitűnik, hogy azok a vállalatok tudták könnyebben átvészelni a válságot, amelyek *több lábon álltak*. A válságra adott válaszok közül az egyik leggyakoribb módszer – a szó legtágabb értelmében – a diverzifikáció erősítése. A 9. táblázat szerint ez jelentheti a tevékenységek, termékek palettájának színesítését vagy a megrendelők számának és ágazati hovatartozásának differenciálását is.



**A magyar tulajdonban levő beszállítók több lábón állása,  
további diverzifikációja a válság hatására**

A 8. táblázat szerinti sorszám	Főtulajdonos	Méret	Hányadik körös beszállító?	Több lábón állás leírása
4.	magyar	közepes	1–2–3.	Megrendelők szerint: 3-4 nagy vevő (egyik a Suzuki) és sok kicsi, a válság hatására minimális változás.
5.	magyar	kicsi	1. (egyedi)	Ágazat szerint: a válság hatására új ágazat (nyomdaipar) „megcélzása”, addig is több ágazat: autóipar, elektronika, kozmetikai ipar.
6.	magyar	kicsi	1–2–3.	3 (erősen különböző) ágazatnak szállít be, a válságnak nincs hatása.
7.	magyar	közepes	1–2.	Eddig 100 százalékban közvetlen Suzuki-beszállító volt, most a válság hatására egy első körös Suzuki-beszállító-nak is értékesít második körösként.
8.	magyar	nagy	1–2–3.	Két különböző, erősen eltérő divízió; a válság hatására további diverzifikáció a megrendelők területén: új autóipari megrendelők, elsősorban Németországból, ott felszámolt cégek helyett.
9.	magyar	közepes	1–2.	Sok megrendelő már a válság előtt is, a legnagyobb részesedése mindössze 12 százalék; két divízió, a válság hatására elmozdulás a termék komplexitása területén (további szolgáltatások nyújtása), emellett új ágazat: orvosi-műszer-gyártás (német kooperációban).
10.	magyar	közepes	1–2.	Sok megrendelő, de az első viszonylag magas részesedéssel (43 százalék), a válság hatására: komplexitás növelése (K+F); sikeres összefogás két másik magyar kis- és középvállalattal nagyobb volumenű projekt elnyerésért.
12.	magyar	közepes	1–2.	3-4 nagy megrendelő (a legnagyobb részesedése 30 százalék) és 6-10 kisebb; elmozdulás komplexebb termékek/rendszerek irányába, a termékfejlesztés erősítése.
13.	magyar	közepes	1–2–3–4.	3 eltérő üzletág; sok megrendelő, de a legnagyobb részesedése 75 százalék, válság: az eddigiek mellé 160-170 új autóipari alkatrész beszállítása (átvétellel, tönkrement külföldi beszállítóktól).

*Megjegyzés:* A beszállítói körnél dőlt betű jelzi a domináns kategóriát (ha van ilyen).

A megrendelők számát tekintve valamennyire előnyben voltak a külföldi tulajdonú vállalatok, mivel azok többsége exportra, több megrendelő számára is termel. A magyar tulajdonban levő beszállítók egy része a Suzukinak értékesít, így meglehetősen kiszolgáltatott helyzetben van. (A Suzuki a többi autógyártóhoz hasonlóan – például lásd: Toyota's overstretched..., 2010 – jórészt áthárította a válság alatt rosszul



tervezett készletezés terheit-költségeit beszállítóira, ami megnehezítette a kevésbé tőkeerős magyar partnerek helyzetét, különösen a banki hitelek befagyása után.) A válság tehát leginkább azokat az általában kisméretű magyar tulajdonú cégeket sújtotta, amelyek főleg betanított és élő munkát használva a Suzuki harmadik-negyedik körös beszállítóiként tevékenykedtek. Az általuk gyártott termék általában kevésbé bonyolult, legtöbbször valamilyen műanyag vagy fémtermék, esetleg a kettő kombinációja. A második és első körös, saját termékes vállalatok – köztük a külföldre is szállítók – könnyebben lettek úrrá a helyzeten.

A *több ágazathoz kapcsolódás* vagy *többféle termék gyártása* is segíti a cégek alkalmazkodását. Az egyik magyar kézben lévő vállalat három részlegből áll; az autóalkatrészeket gyártó és építőipari üzemet erőteljesen sújtotta a válság, de a harmadik részleg biztosította a túlélést. Másik, hasonló tulajdonosi szerkezetű társa speciális, szoftverrel kombinált, egyedi minőségellenőrző gépeket készít. A válság előtt elsősorban autóipari és elektronikai cégeknek értékesítettek, de azóta „betörték” a nyomdaiparba is, ami segítette őket a válság túlélésében. A felkeresett vállalatok közül kettő is – jórészt a válság hatására – a légi iparhoz, űriparhoz próbál csatlakozni szállítóként. Ez hosszabb távra szóló stratégia, mert időigénye 4–6 év, jelentős beruházásokra, minőségi bizonyítványok beszerzésére van szükség. De az irányzat életképességét igazolja, hogy egy harmadik interjúalanyunk, amelyik a másfajta üzleti ciklusokat mutató, kevésbé konjunktúraérzékeny repülőgépiparnak is beszállítója, gyakorlatilag nem érezte meg a válságot.

Végül a több lábbon álláshoz is kapcsolódik az a felkeresett vállalatok jelentős részére jellemző törekvés, hogy egyre *összetettebb termékeket, szolgáltatásokat* nyújtsanak a vevőnek – részben mintegy „magukhoz kötve” őt. (Ahogyan egyik interjúalanyunk megrendelője fogalmazott: „De hiszen így ki leszünk szolgáltatva önöknek.”) Vállalati mintánkban – mint a *9. táblázat* is mutatja – ez elsősorban az első és második beszállítói körbe tartozó, hazai tulajdonú középvállalatok jellemzője. Ez a stratégia – alapvető célja miatt – már a vállalatok közötti kapcsolatok és a piacszerkezet módosulásának témakörébe tartozik.

#### *A piaci szerkezetek átrendezése és más külső kapcsolatok*

A magyar beszállítók számára már a válság előtt is jelentősen változott a környezet, erősödött a verseny. A csak az olcsó munkaerőre alapozó előny egyre inkább erodálódott, a régióbeli és még inkább a fejlett országok kínai és indiai befektetéseinek megjelenésével és térnyerésével. Így számukra jóval hamarabb jelentkezett az a kihívás, amelyre válaszolniuk kellett, ha talpon akartak maradni, s még inkább, ha tovább akartak növekedni. Ezt a kihívást a válság csak tovább erősítette.

A nagy, első körös autóipari beszállítók egyik reakciója a válságra *a termelés területi átrendezésének* felgyorsítása. Ennek Magyarország első megközelítésben

inkább a kedvezményezettje, mint szenvedő alanya lehet. Akár még profitálhatunk is a válságból, ha a külföldi cégek újabb gyártást telepítenek ide – amire a sajtóhírekben is több példát találtunk.

A Robert Bosch Magyarországra összpontosítja a csoport generátorgyártó kapacitását: az autóiipari termelés csökkenése miatt a túlméretezett walesi üzem helyett kisebb, méretgazdaságosabb termelőhelyet hoznak létre Miskolcon és Hatvanban (400 munkahelyet..., 2010). A német Temic Telefunken Microelectronic Hungary Kft. többek között hibridhajtású motorelektronika és korszerű ABS-fékkendzerek gyártását kezdi meg Budapesten egy hétmilliárd forintos infrastruktúra-fejlesztő és eszközbeszerző beruházás megvalósításával. Nálunk fejleszt a Bosal is (Nálunk fejleszt..., 2009).

Mintánkban a hazai termelés más országba telepítése nem szerepelt a válságra adott válaszként sem a külföldi, sem a hazai tulajdonú vállalatok esetében, sőt ebben a szűkebb körben is az ellenkező irányú mozgás a jellemző. A felkeresett négy külföldi tulajdonban levő cégből kettő a magyarországi gyártást terjesztette ki, így hazai részlegeik könnyebben vészelték át a válságot. Az egyesült államokbeli, illetve német tulajdonban lévő, európai piacra szállító vállalatok Nyugat-Európából (Spanyolország, Franciaország, Németország, Nagy-Britannia) hoztak át kapacitásokat Magyarországra. Az áttelepítés „beleért” a válság időszakába is, és a megkérdezettek szerint a rendkívüli helyzet felgyorsította a relokációs folyamatot. Mindkét esetben viszonylag bonyolult termékekről van szó, nem csupán összeszerelő jellegű tevékenységről. Így az átrendezés megállt Magyarországnál, annak ellenére, hogy az amerikai vállalatnak van – elsősorban élömlékát használó, összeszerelést végző – ukrainai telephelye is.

E folyamat *árnyoldala* ugyanakkor, hogy – mint két japán cég, a Mitsuba és az U-Shin példáján már láttuk – a hazai fejlesztések vagy új belépők *kiszoríthatják* a korábbi szállítókat, zömmel a sérülékenyebb kis- és középvállalatokat. E cégek helyzetét ronthatja az is, ha a válságkezelés egyik kézenfekvő eszközét alkalmazva a termelési hálózat magasabb fokán állók – mint több magyar középvállalat vagy a külföldiek közül az Opel – *visszaveszik* az addig a kisebbeknek átadott termelést, így okozva azoknál gondokat, sokszor csődöt. A meginterjúvolt cégek között is voltak olyanok, amelyektől visszavettek megrendeléseket, de ezeket – a legtöbb esetben külföldről – általában ellensúlyozni tudták. Így sokan növelték az export részesedését a hazai értékesítés rovására.

A kivitel emelését elősegítette, hogy a válság hatására számos cég igyekezett *új beszállítókat keresni*. Az általunk megkérdezett vállalatok legtöbbször 2010-re tudott is új megrendeléseket szerezni. Az egyik magyar tulajdonban levő cégnek például francia és német beszállítóktól sikerült megrendeléseket elhódítania. Másikuk főként Németországból szerzett új megrendeléseket az ott csődbe ment beszállítók helyére lépve.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> A Roland Berger szerint az elmúlt két évben 340 autóiipari beszállító cég került csődökzeli helyzetbe, majd felszámolásra, ebből 75 Németországban (Erőteljes konszolidációs nyomás..., 2010).

Új piacokra kilépni – és a régiéket megtartani – azonban csak éles versenyben, erős árnyomás alatt lehet. Elsősorban a standardizált alkatrészek, részegységek beszállítása területén egyre inkább érvényesül az a tendencia, hogy *csak az ár számít*: minél olcsóbb partnert választanak, tekintet nélkül más tényezőkre. Ezt két olyan módszerrel érik el, amely nemrégiben jelent meg a megrendelők körében, és interjúalanyaink szerint egyre inkább teret hódít. Az első ilyen módszer az úgynevezett *nyitott rendelés* (open booking), amikor részletesen – tételesen, műveletenként – be kell mutatni a megrendelőnek, hogyan alakul ki a végső ár. Ez interneten keresztüli e-aukcióként működik. Itt elvész a vevőtámogatás, és a beszállítónak is nagyon kicsi lesz a mozgástere. A másik irány a *költségmodell*. Több száz terméket csoportokba sorolnak különféle jellemzők (például a komplexitás, a műveletek száma) szerint. A vevő a nemzetközi piaci érték szerint ajánl egy árat, és a beszállító eldöntheti, hogy vállalja-e ennyiért a gyártást. Ilyenkor egy kicsit nagyobb ugyan a mozgástér, de itt is elvész a vevőhöz fűződő közvetlen kapcsolat. Ezeket a stratégiákat azonban nem minden nagy autógyártó követte, feltehetően az alsó-középső piaci kategóriába tartozó autókat termelő gyárak számára nőtt legjobban az árnyomás.

A kevésbé standard alkatrészek és részegységek területén, illetve a minőséget fontosabbnak tartó megrendelőknél szorosabb a beszállítókhöz fűződő kapcsolat, és ez nem változott a válság hatására sem. Előfordul, hogy a kooperáció szűkítésének máshol tapasztalt tendenciájával szemben most igyekeznek a korábbinál is több tevékenységet „delegálni”, főleg az első körös beszállítókhöz. Valószínűsíthetően folyik a beszállítókat érintő átszervezés: olcsóbb, de amellejt jó minőséget nyújtó, hatékonyabb, többlétszolgáltatásokra képes partnerek keresése.

E folyamatba szépen illeszkedik a hazai vállalatok – tapasztalataink szerint – széles körben elterjedt válságkezelő stratégiája, a termékek, szolgáltatások *komplexitásának erősítése*. Ennek első eleme a szoros együttműködés már a tervezés szakaszában, ami feltételezi, hogy a beszállító rendelkezik – ha nem is formális tervező- és fejlesztőközponttal, de – az adott területre specializálódott szakemberekkel, fejlesztőmérnökökkel. A második elem több kapcsolódó funkció, tevékenység „beépítése”, mert ilyenkor – ahogyan egyik interjúalanyunk fogalmazott – „nem kell a megrendelőnek három helyre mennie, elintézhethet itt mindent”. Így jelent meg a sikeres válságkezelőknél a saját szerszámkészítés, sokszor külön szerszámgyártó üzem vagy részleg felállításával.<sup>8</sup> Az egyik megkérdezett vállalatnál hőkezelő üzem működik. Néhányan saját kis K+F részleget alapítottak, ahol fejlesztőmérnökök dolgoznak, mások egyre jelentősebb, nem feltétlenül regisztrált, bejelentett innovatív, fejlesztés jellegű tevékenységet folytatnak.

Az összetettebb termelésre több szinten is törekednek. Van olyan vállalat, amelyik „csak” legyártja a saját szerszámait, van olyan, ahol a tervezést is maguk vég-

<sup>8</sup> A legtöbb esetben már a válság előtt, de volt olyan vállalat is, ahol csak 2008 végén nyitották meg a szerszámkészítő részleget.

zik, sőt olyan is, ahol a megrendelő csak a homályos elképzelést közli arról, hogy mit is akar, és a közepes méretű cég ezt megvalósítja. Ezzel az érintettek mintegy „bebetonozzák” magukat a beszállítók közé, csökkentik a versenynyomást, és kivédik az ázsiai versenytársak egyre erősebb támadásait, hiszen ez utóbbiak még nem képesek ilyen szintű együttműködésre.<sup>9</sup> Az egyik vállalatvezető szerint a nyugat-európai versenytárs cégek sem mind törekszenek összetettebb termelésre. Ahogyan egyik interjúalanyunk fogalmazott: „A többletszolgáltatást nyújtó céget nehéz lecserélni.” Világos, hogy ezek a tendenciák képesek megváltoztatni a beszállítók piaci versenyhelyzetét. A válság ezért olyan „*történelmi pillanat*” lehet, amikor a *beszállítások újraelosztásába az ilyen módon előremenekülő magyar cég is beleszólhat, jelentősebb piaci pozíciót harcolva ki magának.*

Kutatásunk egyik érdekes eredménye, hogy a válság nemcsak a versenyt, hanem – részben éppen a konkurenciaharc hatására – *a vállalatok közötti együttműködést is erősítheti.* Ennek azonban Magyarországon gyengék a hagyományai. A felkeresett külföldi cégek közül három is szóvá tette, mennyire visszaveti a magyar tulajdonú beszállítók versenyképességét a vállalatok közötti bizalom és együttműködés alacsony szintje. Találkoztunk azonban jó példával is. Egyik magyar interjúalanyunk kiemelte, hogy már a krízis előtt is jelentősen javította a vállalat teljesítményét, hogy a környezetében levő szerszámgyártókkal több olyan együttműködési formát alakítottak ki (gépek kölcsönadása, nagy megrendelések esetén egymás kiségitése), amelyeknek nincs versenykorlátozó hatásuk. A másik magyar, száz alkalmazottal dolgozó közép vállalat tulajdonosa a válság hatására ébredt rá, hogy mérete milyen erősen megszabja lehetőségeit. Elhatározta – és meg is valósította –, hogy két másik vállalattal közösen lép fel megrendelőikkel szemben: hárman együtt kétszáz foglalkoztatottal rendelkeznek, ennek fele mérnök. Ez a kvázi stratégiai szövetség megnövelte a termékek komplexitását és a vállalható megrendelés nagyságot.<sup>10</sup> Az első sikeres projekten már túl is vannak. Ugyanez a cég a határ másik oldalán, Ausztriában tevékenykedő vállalattal is együttműködik.

A rendkívüli helyzet sajátos együttműködési formákat is teremtett. Az egyik felkeresett magyar tulajdonú közepes vállalat tulajdonosa elmondta: *vigyázott arra,* hogy a neki beszállító mintegy húsz magyar kisebb cég *túlélje a válságot.* Ahogyan interjúalanyunk fogalmazott: „A profi megrendelő vigyáz a beszállítóira.” Összehívták az alvállalkozóikat, és a helyzet közös elemzése után úgy osztották el a munkát, hogy egyik se menjen csődbe.

<sup>9</sup> Többek között azért sem, mert ez napi, sokszor személyes kapcsolatot feltételez a megrendelő és a beszállító között. Amíg a vállalati központok Európában vannak, addig ez behozhatatlan versenyelőnyt jelent a magyarországi cégek számára.

<sup>10</sup> A mérnöki cégekkel való együttműködés is a termékkomplexitás növelésének lehetséges útja volna olyan cégek esetében, amelyek nem képesek finanszírozni a fejlesztőmérnököket vagy külön kis fejlesztőműhely létrehozását. A megoldásra azonban csak ezt az egy példát találtuk, és itt is olyan cégről van szó, amelyiknek van saját kis fejlesztőrészlege.

A válságkezelés világszerte elterjedt módja az *állami támogatás* kérelmezése. A mintánkban szereplő magyar tulajdonban levő cégek körében azonban ez *igen kis szerepet játszott*. Korábban is viszonylag ritkán folyamadtak az államhoz segítségért. Egyik interjúalanyunk úgy fogalmazott: „Sokáig úgy gondoltam, nehogy már az állam segítsen nekem.” Később munkatársai meggyőzték, hogy ez talált pénz, és a közelmúltban többször sikeresen pályáztak is. A munkahelymegtartó támogatást viszont a felkeresett vállalatok egyike sem tudta igénybe venni. Ennek szabályozását túl bonyolultnak tartották, és véleményük szerint túlzott elkötelezettséget kellett volna vállalniuk. Ahogyan egyik interjúalanyunk mondta: „A mi életünk túl gyors ehhez.”

A felkeresett vállalatok mérlegadatai szerint a kilenc *magyar tulajdonú* vállalat közül öt nem kapott semmiféle támogatást 2007 és 2009 között,<sup>11</sup> kettő pedig jelentéktelen összeget (néhány százezer vagy millió forintot) nyert. Csak két esetben beszélhetünk jelentős mértékű, pályázathoz kapcsolódó bevételről: az egyik 100 millió forint nagyságrendű összeget kapott az európai uniós források gazdaságfejlesztési keretéből, a másik ugyaninnen 147 millió forintos, az OMFB-től pedig 22 millió forintos támogatásban részesült. Mindkettő a nagyobbak közé tartozik, egy-, illetve kétmilliárdos árbevétellel.

A *külföldi részvételű* vállalatoknak többféle kedvezmény (adómentesség, költségvetési támogatás) áll(t) rendelkezésükre, és magyarországi működésük alatt kaptak is jelentős támogatást: betelepülésekor két cégünk tízéves adómentességet, a harmadik pedig a vámszabad területen való működés lehetőségét. A kivétel egy magyar cég felvásárlásával 2002-ben létrejött kisebb, jelenleg 100 főt foglalkoztató vállalat, amely a befektetéshez nem kapott szubvenciót, a vizsgált időszakban azonban egy uniós támogatási programból évi 14 millió forintot nyert el.

Ami a jelenlegi helyzetet illeti, a mintánkban szereplő egyik nagyvállalat már nem kap támogatást (előtte többször is kapott, évi 200 millió forintos nagyságrendben), és mostanra már adókedvezményei is lejártak. Második külföldi tulajdonban levő – évi átlagban 30 milliárd forintos árbevételű – nagyvállalatunk négy (részben európai uniós) forrásból évi átlagban 150 milliós támogatást kapott, minden adót befizetett, 2009-ben azonban veszteséges volt. A harmadik hasonló cég jelentős állami támogatásban részesült 2007 és 2009 között, mint ahogy előtte is. 2007-ben 14 forrásból körülbelül egymilliárd forintot, 2008-ban 10 forrásból 500 millió forintot, 2009-ben 17 forrásból 260 millió forintot szerzett.

A külföldiek és a magyarok összehasonlítása pontosabb, ha figyelembe vesszük a méretek eltérését. A két legnagyobb támogatású cég egy foglalkoztatottra jutó támogatási összegét kiszámítva azt kapjuk, hogy ez a magyar tulajdonú vállalat esetében fejenként kétmillió forint, a külföldi esetében 400 ezer forint.

<sup>11</sup> Az egyik esetben nem részletezhető politikai okok miatt nem nyílt lehetőség pályázásra.

Összességében az interjú adó vállalatokat a válság kapcsán egyfajta optimizmus jellemezte: mindannyian úgy érezték, hogy megerősödve kerülnek ki a recesszióból, mindannyian javították valamilyen módon hatékonyságukat.

## Összegzés

A világ autóiparát már a válság előtt is kapacitásfelesleg, a piac telítettsége és növekvő költségnyomás jellemezte. A piaci egyensúly kialakulását a nagy gyártók kedvezmények megszerzésére tett erőfeszítései és az állami beavatkozás által erősen torzított versenyfeltételek tették lassúvá: a felesleges kapacitások leépítését az iparág stratégiai jellege és jelentős foglalkoztatási hatása miatt sok esetben állami eszközökkel akadályozták meg. A piacok telítettségét pedig a különféle hitelek mesterséges keresletnövelő hatásával igyekeztek ellensúlyozni. A válság elsősorban az utóbbi folyamatot szakította meg, miközben újabb állami beavatkozásokat gerjesztett az autóiparban. A költségnyomás felgyorsította az iparág nemzetköziesedését, kiszervezések és a termelés területi átrendezése formájában.

Ugyanakkor az egyre inkább globalizálódó és világméretű hálózatokba szerveződő iparágban az értéklánc minden szereplője egyre intenzívebb versennyel szembeesül, amely a gyártók és beszállítók koncentrációját, más esetekben stratégiai szövetségeit kényszerítette ki, és ez a folyamat a válság során tovább erősödött. A válság másik fontos következménye a költségnyomás további erősödése – egyes esetekben már a minőség rovására is. Ez egyfajta „újraszerveződési” folyamatot indított el a beszállítók között is: sok vállalat cserél beszállítót, vált olcsóbb vagy hatékonyabb partnerre, egyes esetekben kényszerűségből, mivel a régi csődbe ment.

A főképpen beszállítókból álló hazai autóipar erősen beleágyazódott ezekben a nemzetközi hálócba, már csak azért is, mert a Magyarországon jelen levő autógyárak mindegyike és az első körös beszállítók túlnyomó többsége külföldi tulajdonban van. A hazai beszállítók számára tehát adotttság a nagyon erős rivalizálás, legtöbbször nemzetközi versenytársakkal. A standardizáltabb, egyszerűbb termékeket gyártók versenyhelyzete egyre rosszabb a kínai, indiai gyártók megjelenésével és térnyerésével. Nyilvánvaló, hogy a kizárólag olcsó munkaerőre építő előny idővel eltűnik. Néhány beszállító már a válság előtt igyekezett csökkenteni a verseny nyomását, megszilárdítani piaci helyzetét, a megrendelővel szemben elfoglalt pozícióját. A sikeres vállalatok általában többlétszolgáltatásokat nyújtanak a vevőknek, igyekeznek szorosabb kapcsolatot kiépíteni, együttműködni velük. Inkább olyan bonyolultabb tevékenységekre váltanak, amelyekben a kínai és indiai versenytársak részben a földrajzi távolság miatt nem képesek követni őket (saját szerszámgyártás, technológiatervezés, fejlesztőrészleg működtetése). Egy másik – az előzőt nem kizáró – „menekülési útvonal”, a magyar tulajdonban levő beszállítók kis átlagos mérete miatt, a kapacitás növelése azzal, hogy több vállalat stratégiai partnerségi kapcsolatot alakít ki egymással.



A vállalati interjúk készítése során nyilvánvalóvá vált, hogy a felkeresett magyar vállalatok általában abból a körből kerültek ki, amelyek sikeresnek ítélték saját válságkezelésüket, büszkék voltak elért eredményeikre. Így bár a minta korántsem reprezentatív, lehetővé vált azoknak a vállalati jellemzőknek a megállapítása, amelyek a sikeres alkalmazkodás feltételei a válság körülményei között is. Ezek közül a legfontosabbak:

- költségcsökkentés;
- modern vállalatszervezési, termelészervezési módszerek bevezetése, alkalmazása;
- magas hozzáadott értéket jelentő többletszolgáltatások nyújtására való képesség;
- diverzifikáció – több lábón állás (sok megrendelőnek szállítás, akár több ágazatba is, többfajta termék előállítása);
- a piaci kapcsolatok átrendezése, beleértve az együttműködés új formáit;
- rugalmasság, gyors reakciók a helyzet változására.

Az eredményes vállalati stratégia felértékelődik, mert a válság idején az ágazatban még intenzívebb a verseny. Ebben a helyzetben a nagy autógyártók (OEM) egyik lehetséges stratégiája az ár további csökkentése, amihez kénytelenek lehetnek új, olcsóbb, de megfelelő minőséget nyújtó beszállítót keresni – és ebbe a sikeresen változó magyar beszállítók is bekapcsolódhatnak. (Természetesen a minőség rovására is csökkenthető az ár, de így a magyarországi cégek aligha versenyezhetnek tartósan a kínaiakkal, indiaiakkal.) Egy másik lehetséges stratégia az autógyár részéről olyan beszállítók keresése, amelyekkel szorosabb együttműködés valósítható meg, mert képesek az ehhez szükséges tevékenységek (elsősorban fejlesztések, többletszolgáltatások) végzésére. Itt is szerepet kaphatnak a sikeres magyar beszállítók.

Gazdaságpolitikai szempontból fontos, hogy felgyorsulhat a többletet adni nem képes, csak az olcsó munkaerőre, élönmunkára építő cégek kiszorulása a piacról. Ezeket állami eszközökkel is a bemutatott stratégiák felé célszerű terelni.

### Hivatkozások

- 400 munkahelyet... (2010): 400 munkahelyet hoz a Bosch. FN.hu, április 22., [http://www.fn.hu/allas/20100422/400\\_munkahelyet\\_hoz\\_bosch/](http://www.fn.hu/allas/20100422/400_munkahelyet_hoz_bosch/)
- Antalóczy Katalin – Sass Magdolna* [2000]: Működőtőke-áramlások, befektetői motivációk és befektetésösztönzés a világgazdaságban és Magyarországon. *Közgazdasági Szemle*, 47. évf., 5. sz., 473–496. o.
- Automotive Industry... [2010]: The Automotive Industry in Hungary. Engine of Growth. ITD Hungary, Budapest, [http://www.itdh.com/resource.aspx?ResourceID=itdh\\_automotive20101](http://www.itdh.com/resource.aspx?ResourceID=itdh_automotive20101).
- Demeter Kálmán* [2010]: Alternatív utakat keresnek. *Világgazdaság*, január 28., <http://www.vg.hu/vallalatok/ipar/alternativ-utakat-keresnek-304020>.
- Erőteljes konszolidációs nyomás... [2010]: Erőteljes konszolidációs nyomás világszerte az autóiipari beszállítókon. Az OEM piacokon konszolidációs hullám várható. *EuroAstra Internet Magazin*, február 11., <http://www.euroastra.info/node/36728>.

- Figyelő Trend* [2010]: Gyártók és fejlesztéseik. Autópiac. *Figyelő Trend*, 1. sz., március 25.
- Gelei Andrea – Venter Lóránt – Gémesi Katalin* [2009]: Multinacionális vállalatok hatása a járműgyártás fejlődésére Magyarországon – jelen és jövő. Ágazati esettanulmány. BCE Logisztika és Ellátási Lánc Menedzsment Tanszék, kézirat, október.
- Halaska Gábor* [2010]: Rajta vagyunk a térképen. *Figyelő*, június 3–9., [http://www.fn.hu/hetilap/20100601/rajta\\_vagyunk\\_terkepen/](http://www.fn.hu/hetilap/20100601/rajta_vagyunk_terkepen/).
- Havas Attila* [2007]: The Interplay between Innovation and Production Systems at Various Levels: The case of the Hungarian automotive industry. Globelics (The Global Network for Economics of Learning, Innovation, and Competence Building Systems), Saratov, szeptember 20–22.
- Indexen a válság... [2008]: Indexen a válság legnagyobb vesztesei. *Index*, [http://index.hu/gazdasag/magyar/elbrtk081204/december.4.](http://index.hu/gazdasag/magyar/elbrtk081204/sendthis/http://index.hu/gazdasag/magyar/elbrtk081204/december.4.) <http://index.hu/gazdasag/magyar/elbrtk081204/>.
- Jakubiak, M. – Kolesar, P. – Izvorski, I. – Kurekova L.* [2008]: The Automotive Industry in the Slovak Republik: Recent Developments and Impact on Growth. Comission on Growth and Development. Working Paper, No. 29. IBRD–World Bank, Washington, <http://www.growthcommission.org/storage/cgdev/documents/gcwp029web.pdf>.
- Kirúgnak a... [2008]: Kirúgnak a Suzukitól 1200 embert. *Index*, [http://index.hu/gazdasag/magyar/suki081128/](http://index.hu/gazdasag/magyar/suki081128/sendthis/http://index.hu/gazdasag/magyar/suki081128/) november. 28., <http://index.hu/gazdasag/magyar/suki081128/>.
- Körtési Zsolt* [2010]: Mitől rettegnek a beszállító cégek? *Napi Gazdaság*, február 24., <http://www.napi.hu/default.asp?cCenter=article.asp&nID=436955>.
- KPMG [2008]: Momentum: KPMG's Global Auto Executive Survey 2009. Industry concerns and expectations 2009-2013. KPMG International, <http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Momentum/Documents/Momentum-AutoExec-2009.pdf>.
- Legkedveltebb beszállító... [2010]: A legkedveltebb beszállító a Bosch. *Világ gazdaság Online*, március 23., <http://www.vg.hu/vallalatok/ipar/a-legkedveltebb-beszallito-a-bosch-310287>
- Lepsényi István* [2009]: The challenges and opportunities in the automotive industry. A SEE Investment Committee Working Group on Investment Promotion Promotion harmadik találkozója. Belgrád, június 19., <http://www.oecd.org/dataoecd/9/40/43211962.pdf>.
- Magyarországi autógyárak... [2008]: A magyarországi autógyárak mögé áll az állam. *Menedzser Fórum*, december 8., [http://www.mfor.hu/cikkek/Hazanktol\\_is\\_folyamatos\\_fejlesztest\\_varnak\\_el\\_az\\_autoipar\\_oriasai.html](http://www.mfor.hu/cikkek/Hazanktol_is_folyamatos_fejlesztest_varnak_el_az_autoipar_oriasai.html)
- Mészáros Ádám* [2009]: A Fordizmus és a Toyotizmus a Magyar Suzuki beszállítói rendszerében. *Köz-Gazdaság*, No. 1. 123–144. o., <http://www.koz-gazdasag.hu/images/stories/4per1/10-meszaros.pdf>.
- Nálunk fejleszt... [2009]: Nálunk fejleszt az egyik nagy autóipari beszállító. *Napi Gazdaság*, [http://index.hu/gazdasag/magyar/2009/07/21/nalunk\\_fejleszt\\_az\\_egyik\\_nagy\\_autoipari\\_beszallito/](http://index.hu/gazdasag/magyar/2009/07/21/nalunk_fejleszt_az_egyik_nagy_autoipari_beszallito/) [sendthis/http://index.hu/gazdasag/magyar/2009/07/21/nalunk\\_fejleszt\\_az\\_egyik\\_nagy\\_autoipari\\_beszallito/](http://index.hu/gazdasag/magyar/2009/07/21/nalunk_fejleszt_az_egyik_nagy_autoipari_beszallito/) július 21., [http://index.hu/gazdasag/magyar/2009/07/21/nalunk\\_fejleszt\\_az\\_egyik\\_nagy\\_autoipari\\_beszallito/](http://index.hu/gazdasag/magyar/2009/07/21/nalunk_fejleszt_az_egyik_nagy_autoipari_beszallito/)
- Nikodémusz A. – Kemenczei N.* [2008]: Beszállítólánc-menedzsment a hazai autóiparban. *Külgazdaság*, LII. évf., No. 9–10., 94–105. o.
- OECD [2009]: Economic Outlook. No. 86. Chapter 2. The Automobile Industry in and beyond the Crisis. OECD, Párizs, november 19., <http://www.oecd.org/dataoecd/57/61/44089863.pdf>.
- OECD–WTO–UNCTAD [2009]: Report on G20 Trade and Investment Measures. Szeptember 14., <http://www.pittsburghsummit.gov/documents/organization/129863.pdf>.
- OECD–WTO–UNCTAD [2010]: Report on G20 Trade and Investment Measures. (September 2009 to February 2010). Március 8. [http://www.unctad.org/en/docs/wto\\_oecd\\_unctad2010d1\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/wto_oecd_unctad2010d1_en.pdf)
- Pásztor Sára* [2010]: Kódolt kifulladás. Válság a gépjárműpiacon. In: Kaleidoszkóp. Versenyhelyzet Magyarországon – 2008–2009. Szerkesztette: *Laki Mihály és Voszka Éva*. Pénzügykutató Rt. – Palatinus, Budapest, 11–144. o.



- Pavlínek, P.* [2005]: Transformation of the Central and East European Car Passenger Industry: Selective Peripheral Integration through Foreign Direct Investment. Megjelent: *Turnock, D.* (szerk.): Foreign Direct Investment and Regional Development in East Central Europe and the Former Soviet Union. Ashgate, Burlington, 71–102. o.
- Rugraff, Eric – Sass Magdolna* [2010]: Financial crisis and hazard of relocation in transition economies: Evidence from the Hungarian automobile sector. Kézirat.
- Sterlacchini, A.* [1999]: Do innovative activities matter to small firms in non-R&D-intensive industries? An application to export performance. Vol. 28., No. 8., 819–832. o.
- Szalavetz Andrea* [2010]: Válság és válságkezelés a világ autóiparában – eredmények és tanulságok. MTA VKI, Kézirat.
- The Economist* [2009a]: Small isn't beautiful. The car industry. *The Economist*, szeptember 19.
- The Economist* [2009b]: Losing its shine. Briefing Toyota. *The Economist*, december 12.
- Toyota's overstretched... [2010]: Toyota's Overstretched Supply Chain: The Machine that Ran Too Hot. *The Economist*, február 25., <http://www.businessinsider.com/toyotas-overstretched-supply-chain-the-machine-that-ran-too-hot-2010-2#ixzz0tnHS4Dre>
- Truth About Cars... [2009]: The Truth About Cars and Trucks. *The Wall Street Journal*, április 29. <http://online.wsj.com/article/SB124096698307566437.html>
- UNCTAD [1995]: World Investment Report. Transnational Corporations and the Internationalization of R&D. United Nations, New York–Genf, [http://www.unctad.org/en/docs/wir2005\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/wir2005_en.pdf).
- UNCTAD [2000]: World Investment Report. Cross-border Mergers and Acquisition and Development. United Nations, New York–Genf, [http://www.unctad.org/en/docs/wir2000\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/wir2000_en.pdf).
- UNCTAD [2009]: World Investment Report. Transnational Corporations, Agricultural Production and Development. United Nations, New York–Genf, [http://www.unctad.org/en/docs/wir2009\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/wir2009_en.pdf).
- Utolsó simítások... [2002]: Utolsó simítások a jövő évi költségvetésén. *Világgazdaság Online*, december 11. [http://www.vg.hu/gazdasag/vg\\_online/gazdasag\\_-\\_belfold/090521\\_gazdasag\\_273990](http://www.vg.hu/gazdasag/vg_online/gazdasag_-_belfold/090521_gazdasag_273990).
- Végleg bezár... [2009]: Végleg bezár a mezőberényi Axe-Tronic. *Békés Megyei Hírlap*, március 26.. <http://beol.hu/bekes/gazdasag/vegleg-bezar-a-mezoberenyi-axe-tronic-221916>.
- Világgazdaság* [2010]: Erősödő keleti verseny. *Világgazdaság*, január 28.
- WTO [2009]: Overview of Developments in the International Trading Environment. Annual Report by the Director General. Part A. Trade and Trade Related Developments in 2009. WT/TPR/OV/12. WTO, Genf.

# Jogi melléklet

## VERSENYPOLITIKA ÉS VERSENYKÉPESSÉG

### A fogyasztói hitelszerződések európai uniós szabályozása

DR. BODZÁSI BALÁZS

*Az európai fogyasztóvédelmi magánjog fejlődése csaknem két évtizedes múltra tekint vissza. Ezen belül a fogyasztói hitelszerződések közösségi szabályozására 1987-ben került először sor, a 87/102/EGK irányelv által. A fogyasztói hitelezés piacán az elmúlt 20 évben jelentős változások mentek végbe, amellyel párhuzamosan jelentősen nőtt a fogyasztók eladósodottsága. A fogyasztói hitelek piaca az EU-n belül 2008-ra elérte a 800 milliárd eurót. Mindezek alapján időszerűvé vált a fogyasztói hitelszerződések jogának újraszabályozása, amelyre a 2008/48/EK irányelv keretében került sor. Az új irányelv fogyasztóvédelmi eszközei közül kiemelkedik a tájékoztatási kötelezettség. Ez részben a szerződéskötés előtt – ideértve a reklámozást is –, részben pedig a szerződéskötés során terheli a hitelezőt. Szankciókról azonban az új irányelv nem rendelkezik, az továbbra is a tagállamok hatáskörében marad. Külön vizsgálandó a fogyasztót megillető elállási jog szabályozása, valamint a hitel határidő előtti visszafizetésének a joga, amely az új irányelv legvitatottabb része. Megfontolandó az irányelvben foglalt védelmi szint kiterjesztése a hitelfelvevőn kívül a biztosítékot nyújtó félre, mindenekelőtt a kezesre is.*

Journal of Economic Literature (JEL) kód: K12 – Contract Law, K29 – Other.

---

*Dr. Bodzasi Balázs, LL.M., egyetemi tanársegéd (Budapesti Corvinus Egyetem Gazdasági Jogi Intézet), valamint tudományos segédmunkatárs az MTA Jogtudományi Intézetében. Email cím: balazs.bodzasi@uni-corvinus.hu*

A rovat a Gazdasági Versenyhivatal és annak Versenykultúra Központja támogatásával jelenik meg.

## I. A fogyasztói hitelszerződések szabályozásának előzményei és háttere

### I.1. Egységes európai fogyasztóvédelmi magánjog

A fogyasztóvédelmi magánjog a polgári jog azon területe, amely az Európai Unió szintjén mára nagyrészt egységes szabályozást nyert, egyes részeit ugyanis már közel két évtizede irányelvek szabályozzák. 1985-ben született meg a hibás termékekért való felelősségre vonatkozó tagállami rendelkezések közelítéséről szóló (ún. termékfelelősségi) tanácsi irányelv (85/374 irányelv),<sup>1</sup> valamint az üzlethelyiségen kívül kötött szerződések esetén a fogyasztókat megillető védelemről (ún. házaló kereskedésről) szóló 85/577/EGK irányelv is.<sup>2</sup> 1987-ben fogadták el a fogyasztói hitelmegállapodásokról szóló 87/102 EGK tanácsi irányelvet.

1990-ben született meg a szervezett utazási formákról szóló 90/314/EGK irányelv. A fogyasztókkal kötött szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelvet 1993-ban fogadták el (1993/13/EGK irányelv). Egy évvel később készült el az ingatlanok időben megosztott használati jogának megszerzéséről szóló 94/47/EK irányelv, majd három évvel később a távollevők között kötött szerződésekről szóló 97/7/EK irányelv, amely már az elektronikus úton kötött szerződésekre vonatkozóan is tartalmaz szabályokat, előrevetítve az elektronikus kereskedelmet külön szabályozó irányelvet. 1999-ben született meg a fogyasztói adásvételről szóló irányelv (1999/44/EK irányelv), az elektronikus kereskedelemről pedig egy évvel később alkottak jogszabályt (2000/31/EK irányelv).<sup>3</sup>

Ezek az irányelvek – bár lényeges mozgásteret hagytak a tagállamok számára, hiszen általában az ún. minimális harmonizációs szintet jelölték meg, amely felett tagállamonként eltérő rendelkezéseket maradhattak életben – valamilyen mértékben egységes közösségi jogot teremtettek. Egyetlen lényeges kivétel az 1985-ös termékfelelősségi irányelv, amely a teljes harmonizációt írta elő, vagyis főszabály szerint az irányelvben foglaltaknál szigorúbb tagállami rendelkezések sem maradhattak hatályban. Ezzel kapcsolatban az Európai Bíróság C-52/00. sz. ügyben (Bizottság kontra Franciaország) hozott elmarasztaló ítéletére érdemes utalni.

Az egységes közösségi (uniós) szabályozás emellett azt is jelenti, hogy ezeken a területeken a nemzetközi elem felbukkanása nem okoz érdemi nemzetközi magánjogi problémát, nincs szükség idegen jog alkalmazására, sem pedig egy-egy jogintézmény tagállamonkénti minősítésére, valamint *renvoi* sem fordulhat elő.<sup>4</sup>

A legújabb uniós jogalkotói elképzelések szerint belátható időn belül sor fog kerülni az üzlethelyiségen kívül kötött szerződésekről szóló 85/577/EGK irányelv,

<sup>1</sup> Ennek felülvizsgálatáról l.: *Schaub* [2011], 41–64.

<sup>2</sup> Erről részletesebben l.: *Fuglinszky* [2000], 32–34.

<sup>3</sup> Erről részletesebben l.: *Fuglinszky* [2001], 81–103.

<sup>4</sup> Az említett irányelvekről, valamint az európai fogyasztóvédelmi magánjog fejlődéséről nyújt átfogó áttekintést *Vékás Lajos*. Erről l.: *Vékás* [2001], 27–96.

a fogyasztókkal kötött szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló 93/13/EGK irányelv, a távollévők között kötött szerződésekről szóló 97/7/EK irányelv, valamint a fogyasztási cikkek adásvételéről és a kapcsolódó jótállásról szóló 1999/44/EK irányelv felülvizsgálatára. Ennek jeleként született meg 2008. október 8-án a fogyasztók jogairól szóló európai parlamenti és tanácsi irányelv javaslata.<sup>5</sup>

### 1.2. A fogyasztói hitelezés gazdasági háttere

A hitelpiacok, illetve a hitelnyújtás gyakorlatát tekintve az elmúlt két évtizedben jelentős változások mentek végbe. Ez alatt az időszak alatt feltűnően megnőtt a fogyasztói hitelek aránya és jelentősége. Két évtizeddel ezelőtt a fogyasztók szinte még mindent készpénzzel fizettek („*cash society*”), így csak ritkán szembesültek az eladósodottság problémájával.<sup>6</sup> Mára az európai fogyasztók átlagosan 15 százaléka adósodott el. Néhány országban azonban ez az arány lényegesen magasabb, Görögországban például közel 50 százalékos.<sup>7</sup> A fogyasztói hitelek piaca az EU-n belül 2008-ra elérte a 800 Mrd eurót.<sup>8</sup> Ezen adatok alapján érthető az uniós jogalkotó azon törekvése, hogy a hitelfelvétel során növelje a fogyasztóvédelem szintjét, illetve hogy az aránytalan megterhelést jelentő hitelekkel szemben a fogyasztókat védelemben részesítse. Ennek érdekében született meg a 2008/48/EK irányelv.

## II. A hitelezőt terhelő tájékoztatási kötelezettség

### 2.1. Az új Irányelv fogyasztóvédelmi eszközei

Első lépésben tekintsük át a 2008/48/EK irányelv fogyasztóvédelmi eszközeit, amely alapján megkísérelhetünk választ adni arra a kérdésre, hogy hozzá tud-e járulni ez az új Irányelv a fogyasztóvédelem szintjének a növekedéséhez a hitelszerződések jogán belül.

Az új Irányelv legfontosabb fogyasztóvédelmi eszközei a következők: a) a hitelezőt terhelő tájékoztatási kötelezettség; b) a fogyasztót megillető elállási jog; és c) az előtörlesztés intézménye.

Az új Irányelv fogyasztóvédelmi rendelkezései közül több szempontból is kiemelkedik a hitelezőt terhelő tájékoztatási kötelezettség. A hitelezőnek a hitelfelvé-

<sup>5</sup> COM (2008) 614. Erről részletesebben l.: Schmidt-Kessel [2010], 129–137., Wagner [2010], 243–278., Effer-Uhe – Watson [2009], 7–15.

<sup>6</sup> Siems [2008], 455., kiemelve, hogy az eladósodás folyamata a nyugati társadalmakban már az 1950-es években megkezdődött. Ehhez l. a 13. lábjegyzetben idézett forrásokat.

<sup>7</sup> Siems [2008], 455.

<sup>8</sup> L. a Bizottság 2008. 01.18-ai sajtóközleményét: IP/08/55.

tel lebonyolítása során különböző időpontokban átfogó tájékoztatási kötelezettségnek kell eleget tennie. Ez kezdődik a szerződéskötést megelőző időszakkal, vagyis a reklámozással (4. cikk), megjelenik közvetlenül a szerződéskötés előtt (5–11. cikk), majd folytatódik a szerződés teljesítésének az időtartama alatt (17. cikk). Az új Irányelv információs modellje tehát lényegesen meghaladja a régi Irányelvbe foglalt szintet. Valójában azonban szinte csak ezen a területen valósult meg a jogegységesítés.

A tájékoztatási és felvilágosítási kötelezettség amellet, hogy az új Irányelv leginkább harmonizált részét képezi, gazdasági szempontból is rendkívül fontos terület. Banki szempontból a megnövekedett terjedelmű tájékoztatási kötelezettség – az ehhez járuló költségek ellenére is – azzal az előnnyel jár, hogy ez a kötelezettség a tagállamokban közel azonos szintű lesz, így a hitelezők alapvetően azonos szerződési formulákat tudnak az unión belül használni. Egyes vélemények szerint ez kedvező fejlemény a határon átnyúló hitelnyújtás szempontjából is.<sup>9</sup>

Az alábbiakban elsőként a hitelezőt terhelő tájékoztatási kötelezettség szabályozását, majd a fogyasztót megillető elállási jog intézményét, végül pedig a hitel határidő előtti fizetésre irányadó rendelkezéseket mutatjuk be részletesebben. A szerződést megelőző tájékoztatás körében részletesebben szólnunk a reklámozás szabályozásáról, ez a terület ugyanis versenyjogi szempontból is kiemelkedő jelentőségű.

## 2.2. A reklámra vonatkozó rendelkezések az új Irányelvben és az uniós jogban<sup>10</sup>

### 2.2.1. A hiteltermékek reklámozására vonatkozó szabályok az új Irányelvben

Az új Irányelv 4. cikk (1) bekezdése alapján hitelmegállapodásra vonatkozó reklámnak, amely kamatlábat vagy bármely, a hitelnek a fogyasztó által viselt költségére vonatkozó számadatot megjelöl, általános tájékoztatást kell tartalmaznia e cikkel összhangban. Ez a kötelezettség akkor nem áll csak fenn, ha a nemzeti jogszabályok a teljes hiteldíjmutató feltüntetését írják elő az olyan hitelmegállapodásokhoz kapcsolódó reklámokban, amelyek a hitelnek a fogyasztó által viselt költsége vonatkozásában nem jelölnek meg kamatlábat vagy számadatot, illetve a hitel egyéb költségét.

A 4. cikk (2) bekezdése meghatározza, hogy az általános tájékoztatónak egyértelmű, világos és jól látható módon, *egy reprezentatív példával szemléltetve* mit kell tartalmaznia. Eszerint a reklámban az általános tájékoztató révén meg kell jelölni:

- a) a hitelkamatlábat;
- b) a teljes hitelösszeget;

<sup>9</sup> *Arzt* [2009], 175.

<sup>10</sup> A kérdéssel részletesen foglalkozik: *Sulyok* [2011].

c) a teljes hiteldíjmutatót (folyószámlahitel esetében a tagállam dönthet úgy, hogy ez nem szükséges);

d) adott esetben a hitelmegállapodás időtartamát;

e) egyedi árura vagy szolgáltatásra vonatkozóan halasztott fizetés formájában nyújtott hitel esetén a készpénzárat és bármely előtörlesztés összegét is; végül

f) adott esetben a fogyasztó által fizetendő teljes összeget és a törlesztések összegét is.

A 4. cikk (3) bekezdése alapján, ha a hitelmegállapodással kapcsolatos járulékos szolgáltatásra, különösen biztosításra vonatkozó szerződés megkötése a hitel megszerzéséhez vagy a hitelnek a meghirdetett feltételek melletti megszerzéséhez kötelező, és azon szolgáltatás költségei előre nem határozhatók meg, az e szerződés megkötésére vonatkozó kötelezettséget a teljes hiteldíjmutatóval együtt ugyancsak egyértelmű, világos és jól látható módon meg kell említeni.

A 4. cikk (4) bekezdés szerint az új Irányelv nem érinti a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK irányelv előírásait.

### 2.2.2. A reklámra vonatkozó egyéb uniós jogforrások

Az új Irányelvnek a hiteltermékek reklámozására irányadó szabályait a reklámra vonatkozó egyéb európai uniós jogforrással együtt, azokkal összhangban kell értelmezni és alkalmazni. Emiatt szükséges egy rövid áttekintést nyújtani azokról az uniós jogforrásokról, amelyek a vállalkozások kereskedelmi kommunikációját szabályozzák.

Az első ilyen norma az 1984. szeptember 10-én született 84/450/EGK tanácsi irányelv volt, amely a megtévesztő reklámra vonatkozó tagállami rendelkezések közelítéséről szólt.<sup>11</sup> Ezt utóbb az Európai Parlament és Tanács 97/55/EK irányelve<sup>12</sup> módosította, amely szabályozási körébe vonta az összehasonlító reklámokat is. Ennek hazai implementációját hajtotta végre a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVII. törvény.

A 97/55/EK irányelv megszületését követően megélénkült a vita arról, hogy milyen mértékben egységesíthető a tagállamok joga a reklámozás szabályozása szempontjából. Egyes nézetek szerint ez az Alapszerződés idézett rendelkezései alapján megvalósítható.<sup>13</sup> Más álláspontok szerint ez csak egy lassúbb folyamat eredménye lehet, hiszen a tagállamok reklámjogi szabályozása, különösen az összehasonlító reklám tekintetében, túlságosan is eltér egymástól. A 97/55/EK irányelvnek azonban kétségtelenül volt jogegységesítő hatása. Kimondta például, hogy a tagállamoknak

<sup>11</sup> Közzétéve: Az Európai Közösségek Hivatalos Lapja L. 250/17. szám, 1984.9.19.

<sup>12</sup> Közzétéve: Az Európai Közösségek Hivatalos Lapja L. 290/18. szám, 1997.10.23.

<sup>13</sup> *Vigh* [1999], 100–109.

a definiált összehasonlító reklámot az irányelvben megszabott feltételekkel meg kell engedni. Más kérdések szabályozását azonban a nemzeti jogokra bízta, amely többek között a magyar jogalkalmazói gyakorlatban is bizonytalanságokat okozott.<sup>14</sup>

Tekintettel a 84/450/EGK irányelv nagyszámú módosítására, az Európai Bizottság 2006-ban egy új, a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló irányelvjavaslattal állt elő.<sup>15</sup> Ezt követően született meg 2006. december 12-én az Európai Parlament és a Tanács 2006/114/EK irányelve, amely a megtévesztő és összehasonlító reklámról szól.<sup>16</sup> Ennek a magyar jogba történő átültetését a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény hajtotta végre.

A 2006/114/EK irányelv megalkotásának egyik fő oka az volt, hogy a 84/450/EK irányelvet több alkalommal is jelentősen módosították, és ennek alapján az áttekinthetőség és az érthetőség érdekében indokolt volt az új irányelv kodifikációja. Emellett azonban az is szerepet játszott az új irányelv megalkotásában, hogy a tagállamokban a megtévesztő reklámra vonatkozó szabályok jelentős mértékben különböznek. Tekintettel arra, hogy a reklám az egyes tagállamok határain túl terjed, ezért a reklámozásnak, illetve az arra vonatkozó nemzeti szabályoknak közvetlen hatása van a belső piac működésére. A Bizottság véleménye szerint pedig a megtévesztő és a meg nem engedett összehasonlító reklám a belső piacon belül a verseny torzulásához vezethet. A 2006/114/EK irányelv Preambulumának (5) bekezdése is utal arra, hogy a tagállamok üzleti vállalkozásokat megtévesztő reklámokra vonatkozó jogszabályai közötti különbségek akadályozzák a nemzeti határokon átnyúló reklámkampányok kivitelezését, és így hatással vannak az áruk szabad mozgására, valamint a szolgáltatásnyújtás szabadságára. Az irányelv megállapítása szerint ugyanis a reklám rendkívül fontos szerepet játszik abban, hogy az unión belül az áruk és szolgáltatások számára hatékony piacok nyíljanak meg.

Az összehasonlító reklám emellett – a 2006/114/EK irányelv Preambulumának (8) bekezdése szerint – amennyiben jelentős, lényeges, ellenőrizhető és jellemző tulajdonságokat hasonlít össze és nem megtévesztő, megbízható eszköz lehet arra nézve, hogy tájékoztassa a fogyasztókat. Ennek megfelelően a reklám egy nagyon fontos, a szerződéskötést megelőző tájékoztatási eszköz, amelyre emiatt a szerződéskötést megelőző tájékoztatási kötelezettségnek is ki kell terjednie. Mindezek alapján az irányelv Preambulumának (20) bekezdése leszögezi, hogy a belső piac megfelelő működése érdekében szükség van az összehasonlító reklám szabályozására, amelynek legalkalmasabb eszköze egy új irányelv. Ez ugyanis egységes általános elveket állapít meg, ugyanakkor a tagállamokra bízta az irányelvben meghatározott célok eléréséhez szükséges forma és alkalmas módszer megválasztását.

<sup>14</sup> *Bacher* [1998], 3–10.

<sup>15</sup> COM (2006) 222. időpont: 2006. 05. 19.

<sup>16</sup> Közzétéve: Az Európai Unió Hivatalos Lapja L. 376/21. szám, 2006.12.27.



Ezen gazdasági és jogalkotási háttér alapján állapítja meg a 2006/114/EK irányelv 1. cikke, hogy az irányelv célja, hogy megvédje a kereskedőket a megtévesztő reklámmal és annak tisztességtelen következményeivel szemben, valamint hogy megállapítsa azokat a feltételeket, amelyek mellett az összehasonlító reklám megengedett.

A szükséges fogalom meghatározásokat és értelmező rendelkezéseket a 2. cikk tartalmazza. Ennek értelmében megtévesztő reklám minden olyan reklám, amely bármilyen módon – beleértve a megjelenítést is – megtéveszti vagy megtévesztheti azokat a személyeket, akik felé irányul vagy akiknek a tudomására juthat, és megtévesztő jellege miatt befolyásolhatja e személyek gazdasági magatartását, vagy amely ugyanilyen okok miatt kárt okoz vagy okozhat valamely versenytársnak. Összehasonlító reklám ehhez képest minden olyan reklám, amely közvetlenül vagy közvetve felismerhetővé tesz valamely versenytársat, vagy a versenytárs által kínált árukat vagy szolgáltatásokat.

A 4. cikk határozza meg azokat a feltételeket, amelyek teljesülése esetén az összehasonlító reklám megengedett. Első kritérium, hogy a reklám nem lehet megtévesztő. Emellett szükséges, hogy azonos szükségleteket kielégítő vagy azonos rendeltetésű árukat vagy szolgáltatásokat hasonlítson össze. Az összehasonlításnak tárgyilagosnak kell lennie és az áruk vagy szolgáltatások egy vagy több jelentős, lényeges, ellenőrizhető és jellemző tulajdonságára kell vonatkoznia, amelybe az ár is beletartozhat. Lényeges előírás az is, hogy az összehasonlítás nem ronthatja vagy becsmérelheti valamely versenytárs védjegyének, kereskedelmi nevének, más megkülönböztető jelzéseinek, áruinak, szolgáltatásainak, tevékenységének vagy körülményeinek a hírét. Az összehasonlítás során emellett figyelemmel kell lenni a termékhez kapcsolódó különböző szellemi alkotásokhoz fűződő jogokra, így például az eredetmegjelölésre, védjegyre, illetve szerzői jogokra. Ezt erősíti meg az Európai Bíróság egy újabb döntése is (C-487/07. sz. ügy).

A 2006/114/EK irányelv az ún. minimális harmonizáció elvét követi, vagyis lehetővé teszi a tagállamok számára, hogy az irányelvbe foglalt rendelkezéseknél szigorúbb előírásokat fogadjanak el vagy tartsanak hatályban. A 8. cikk (1) bekezdése szerint ez az irányelv nem akadályozza meg a tagállamokat abban, hogy olyan rendelkezéseket tartsanak fenn vagy fogadjanak el, amelyek a megtévesztő reklám tekintetében a kereskedők és a versenytársak számára átfogóbb védelmet biztosítanak. Külön elemzést igényel, hogy az irányelv implementációját végrehajtó magyar jogszabály, valamint egyéb normák milyen mértékben éltek ezzel a szabályozási lehetőséggel.



A 2006/114/EK irányelv már tekintettel volt a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK parlamenti és tanácsi irányelv<sup>17</sup> vonatkozó rendelkezéseire is, különösen a megtévesztő reklám meghatározása során (4. cikk a) pont).

A fentiekén kívül pénzügyi eszközök piacairól szóló 2004/39/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv<sup>18</sup> ugyancsak tartalmaz rendelkezéseket az egyes banki termékek reklámozására vonatkozóan. Az irányelv Preambulumának (34) bekezdése szerint a tisztességes verseny megköveteli, hogy a piaci résztvevők és a befektetők összehasonlíthassák az árakat, amelyek közzétételére a kereskedési helyek kötelesek.

A 2004/39/EK irányelv 19. cikk (2) bekezdése szerint a befektetési vállalkozás által ügyfeleihez vagy potenciális ügyfeleihez eljuttatott minden információnak tisztességesnek, egyértelműnek és nem félrevezetőnek kell lennie, beleértve a marketingközleményeket is. A marketingközlemények marketingjellegének világosan felismerhetőnek kell lennie.

Amint erre az első pontban már utaltunk, a Bizottság 2008. október 8-án tette közzé a fogyasztók jogairól szóló európai parlamenti és tanácsi irányelvre vonatkozó javaslatát.<sup>19</sup> A javaslat célja négy fogyasztóvédelmi témájú irányelv felülvizsgálata. Tekintettel arra, hogy a reklámozás a szerződéskötést megelőző tájékoztatás, ezért az irányelvjavaslat is számos ponton érinti a reklámozási tevékenységet. A javaslat II. fejezete szól a fogyasztók tájékoztatásáról, amely meghatározza, hogy a szerződéskötést megelőzően a kereskedő miről köteles tájékoztatni a vevőt.

### *2.3. A hitelszerződés megkötését megelőző tájékoztatási kötelezettség*

A reklámozásra vonatkozó – versenyjogi relevanciájú – szabályok bemutatását követően a 2008/48/EK irányelvnek a hitelszerződés megkötését megelőző tájékoztatási kötelezettséget szabályozó rendelkezéseit kell megvizsgáljunk. Ezzel kapcsolatban elsőként az kell kiemelni, hogy az új Irányelv egyik lényeges változtatása, hogy kiszélesíti a fogyasztó javára szóló információnyújtás időtartamát és bevonja ebbe a szerződéskötést megelőző időszakot is. Ezt a technikát más irányelvek már meghonosították, az új Irányelv megoldása leginkább a fogyasztói pénzügyi szolgáltatások távértékesítéssel történő forgalmazásáról szóló 2002/65/EK Irányelvhez közelít.

A szerződéskötést megelőző időszakra vonatkozóan az új Irányelv a tájékoztatási kötelezettség három aspektusát szabályozza:

<sup>17</sup> Közzétéve: Az Európai Unió Hivatalos Lapja L 149/22. szám, 2005.6.11. Ennek az implementációját hajtotta végre a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény.

<sup>18</sup> Elfogadva: 2004. április 21. Közzétéve: Az Európai Unió Hivatalos Lapja L 145/1. szám, 2004.4.30.

<sup>19</sup> COM (2008) 614.

- a) az Irányelv mellékletében található egységes formanyomtatvány használata: 5. cikk (1) bekezdés;
- b) egy speciális tanácsadási kötelezettség: 5. cikk (6) bekezdés;
- c) ezeket egészíti ki a felelős hitelnyújtásra vonatkozó előírás, annak keretében pedig a hitelfelvevő hitelképességének ellenőrzésére irányuló kötelezettség: 8. cikk.

### 2.3.1. Egységes formanyomtatvány

Az Irányelv 5. cikk (1) bekezdése szerint *kellő időben*, azt megelőzően, hogy a fogyasztót bármilyen hitelmegállapodás vagy ajánlat kötelezné, a hitelező és adott esetben a hitelközvetítő a fogyasztó rendelkezésére bocsátja a különböző ajánlatok összehasonlításához szükséges információkat, annak érdekében, hogy a fogyasztó megalapozott döntést hozhasson a hitelmegállapodás esetleges megkötéséről. Ezeket az információkat nyomtatott formában vagy más tartós adathordozón az Irányelv II. mellékletében foglalt „*Általános európai fogyasztói hiteltájékoztató*” című formanyomtatvány felhasználásával *kell* a fogyasztó rendelkezésére bocsátani. A hitelező ezen formanyomtatvány átadásával teljesíti az 5. cikk (1) bekezdése, valamint a 2002/65/EK irányelv 3. cikk (1) és (2) bekezdése szerinti tájékoztatási követelményeket.

Ami először is feltűnik az 5. cikk (1) bekezdésének vizsgálata során, az az, hogy a „*kellő időben*” fordulat révén az Irányelv a tagállami jogalkotó számára biztosít szabályozási hatáskört. Ez tehát egy fontos példája annak, hogy még az Irányelv legharmonizáltabbnak tekinthető rendelkezései is lehetővé tehetik a tagállami szabályozást.

A másik lényeges momentum, hogy az 5. cikk (1) bekezdése a „*kell*” kifejezéssel teszi egyértelművé, hogy a hitelező a szerződést megelőző tájékoztatási kötelezettségnek kizárólag a II. mellékletben foglalt formanyomtatvány átadásával tehet eleget, más módon azonban nem. Ezt egészíti ki az 5. cikk (1) bekezdésének utolsó mondata, amely szerint bármely további olyan tájékoztatást, amelyet a hitelező a fogyasztónak nyújthat, külön dokumentumban kell megadni, amely az említett formanyomtatványhoz mellékelhető. A hitelező tehát dönthet úgy, hogy az új Irányelvbe foglaltaknál is szélesebb körű tájékoztatást nyújt a fogyasztónak, ezt azonban csak olyan formában teheti meg, hogy a többlet-tájékoztatást és az ehhez kapcsolódó további információkat egy külön dokumentumba foglalja, amelyet a formanyomtatványhoz csatolva ad át a fogyasztónak. Fontos azonban kiemelni, hogy mivel az 5. cikk (1) bekezdése harmonizált rendelkezéseket tartalmazó szakasz, ezért figyelemmel a 22. cikkre, a tagállamok ennél szigorúbb tájékoztatási kötelezettséget jogszabályban nem írhatnak elő. Csupán a hitelező döntésén alapulhat tehát, ha ő még további információkat is meg akar osztani a potenciális hitelfelvevővel.

Az Irányelv 5. cikk (1) bekezdése alapján a tájékoztatásnak nem kell személyre szólónak lennie, az uniós jogalkotó itt nagy szerepet szánt a standardizálásnak. Elegendő a már említett formanyomtatvány átadása, ennek keretében pedig azoknak az adatoknak a közlése, amelyet az 5. cikk (1) bekezdése tételesen felsorol. A tájékoztatás ennek alapján egyrészt a hitelre vonatkozó információkat tartalmazza, másrészt felvilágosítást nyújt a fogyasztó jogi helyzetéről (pl. az elállási jog léte vagy hiánya, a határidő előtti visszafizetés joga).

A kötelezően megadandó adatok közül érdemes kiemelni az 5. cikk (1) bekezdés g) pontját, amely szerint a tájékoztatásnak tartalmaznia kell a teljes hiteldíjmutatót és a fogyasztó által fizetendő teljes összeget, a kamat mértékének kiszámításához használt valamennyi felvetést megemlítő reprezentatív példa bemutatásával. A jogirodalomban ezzel kapcsolatban arra hívják fel a figyelmet, hogy a fogyasztó által fizetendő teljes összeg előzetes meghatározása számos nehézség elé fogja állítani a hitelezőket.<sup>20</sup>

Szintén lényeges, hogy ugyanezen szakasz p) pontja alapján a tájékoztatásnak ki kell terjednie az előtörlesztés esetén a hitelezőt megillető ellentételezés meghatározásának a módjára is.

Az 5. cikk (1) bekezdésének megfelelően a II. melléklet a fogyasztóval kötelezően közlendő információkat öt nagy csoportba sorolja:

- a) a hitelező/hitelközvetítő neve és elérhetősége;
- b) a hiteltermék fő jellemzőinek leírása;
- c) a hitel költségei;
- d) egyéb fontos jogi vonatkozások (pl. elállási jog, határidő előtti visszafizetés, a hitelezőt megillető ellentételezés, adatbázisokban végzett keresés, a hitelmegállapodás tervezetéhez való jog, stb.);
- e) a pénzügyi szolgáltatás távértékesítéssel történő forgalmazása esetén nyújtandó kiegészítő információk.

A távértékesítéssel történő forgalmazás esetén nyújtandó kiegészítő tájékoztatás jogszabályi alapját az Irányelv 5. cikk (2) bekezdése teremti meg. Az 5. cikk (3) bekezdése pedig azt az esetet rendezi, ha a szerződést olyan távközlő eszköz használatával kötötték, amely nem teszi lehetővé az 5. cikk (1) és (2) bekezdéseinek megfelelő tájékoztatást. Ezekben az esetekben a hitelező a hitelmegállapodás megkötését követően *haladéktalanul* továbbítja a fogyasztó részére a szerződéskötést megelőző teljes körű információkat egy másik, „*Szabványos európai fogyasztói hiteltájékoztató*” című formanyomtatvány formájában. Ezt a formanyomtatványt az új Irányelv III. melléklete tartalmazza.

A II. mellékletben foglalt formanyomtatványban kötelezően feltüntetendő információk egyike – az egyéb fontos jogi vonatkozások között – a hitelmegállapodás

<sup>20</sup> Rott [2008], 1108.

tervezetéhez való jog. Ennek alapját az 5. cikk (4) bekezdése jelenti, amely szerint az említett formanyomtatványon kívül – kérelemre, díjmentesen – a fogyasztó rendelkezésére kell bocsátani a hitelmegállapodás-tervezet egy példányát. Ez a rendelkezés csak abban az esetben nem alkalmazandó, ha a kérelem benyújtásának időpontjában a hitelező nem kívánja a fogyasztóval a hitelmegállapodást megkötni.

Végül említést kell tenni az 5. cikk (5) bekezdéséről is, amely arról az esetről rendelkezik, ha a fogyasztó általi fizetések nem vezetnek a teljes hitelösszeg azonnali törlesztéséhez, hanem azt tőkeképzésre használják. Ebben az esetben az 5. cikk (1) bekezdése szerinti tájékoztatás világos és egyértelmű nyilatkozatot tartalmaz arra vonatkozóan, hogy az ilyen hitelmegállapodások rendszerint nem írnak elő a teljes hitelösszeg lehívására visszafizetési garanciát.

### 2.3.2. Speciális tanácsadási kötelezettség

A szerződéskötést megelőző időszakban fennálló tájékoztatási kötelezettséghez kapcsolódik egy olyan új jogintézmény is, amely a legtöbb tagállamban eddig ismeretlen volt. Az 5. cikk (6) bekezdése ugyanis speciális felvilágosítási és tanácsadási kötelezettséget ír elő a hitelező számára, amely az ún. felelős hitelezés egyik szegmensének tekinthető. Az ún. felelős hitelnyújtásra vonatkozó ezen előírások az új Irányelv meglehetősen vitatott rendelkezései közé tartoznak.<sup>21</sup>

Az 5. cikk (6) bekezdése szerint a tagállamok biztosítják, hogy a hitelezők – és adott esetben a hitelközvetítők – *megfelelő* magyarázattal szolgáljanak a fogyasztónak annak érdekében, hogy az értékelhesse, hogy a javasolt hitelmegállapodás megfelelő-e igényei és pénzügyi helyzete szempontjából. Ez a termék fő jellemzőit, valamint a jellemzők fogyasztóra gyakorolt konkrét hatásait bemutató magyarázatot jelent.

Ehhez a szakaszhoz kapcsolódva az a kérdés merül fel, hogy mit kell „*megfelelő magyarázat*” alatt érteni. Vajon egy szabványosított felvilágosítás – személyes találkozás és megbeszélés nélkül is – „*megfelelő magyarázatnak*” minősülhet? Különösen online banking esetén tisztázatlan, hogy a „*megfelelő magyarázatot*” milyen formában és módon kell a fogyasztóval közölni.

Ezek a bizonytalansági tényezők ahhoz vezethetnek, hogy a fogyasztó az új Irányelv ezen rendelkezésének megsértésére hivatkozással próbál szabadulni a hitelszerződéstől. Mindez nagyfokú eljárási kockázatot jelent a hitelező számára, amely ellen csak úgy tud védekezni, ha bizonyítási célból minden potenciálisan releváns információt tárol. Ez természetesen növeli a költségeket, ami végső soron a kamatszint emelkedését fogja eredményezni.<sup>22</sup>

<sup>21</sup> *Bülow-Arzt* [2005], 1157.

<sup>22</sup> *Siems* [2008], 457.

### 2.3.3. A felelős hitelnyújtás másik esetköre: a fogyasztó hitelképességének értékelése

A felelős hitelnyújtás egy másik aspektusa, hogy a hitelnyújtó a fogyasztó hitelképességét is köteles vizsgálni. Az irányelvjavaslat korábbi szövege szerint ehhez a vizsgálathoz a hitelező köteles lett volna a szükséges információkat megszerezni.<sup>23</sup> A legtöbb tagállami jogrendszer – ideértve a németet is – ezt a kötelezettséget eddig nem támasztotta a hitelezővel szemben.<sup>24</sup> Nem meglepő tehát, hogy ezt az elképzelést a banki szféra, a brit kormány,<sup>25</sup> de a jogirodalom részéről is heves kritika érte.<sup>26</sup> A bírások elsősorban azt emelték ki, hogy a hitelfelvétel során a fogyasztó egyéni felelősségét fenn kell tartani, ellenkező esetben a hitelfeltevő annyira sem lesz motivált, hogy a saját érdekeire figyelemmel járjon el.<sup>27</sup>

Ennek hatására az eredeti elképzeléseket mérsékelték, de az új Irányelv 8. cikke így is kötelezővé teszi a hitelképesség értékelését, igaz, az ezt lehetővé tevő szabályokat a tagállamoknak kell megalkotniuk. A 8. cikk (1) bekezdése szerint a tagállamoknak biztosítaniuk kell, hogy a hitelmegállapodás megkötését megelőzően a hitelező – az adott esetben a fogyasztótól kapott *megfelelő* információ és szükség esetén a vonatkozó adatbázisban végzett keresés alapján – értékeli a fogyasztó hitelképességét. Az olyan tagállamok, amelyekben jogszabály már most előírja, hogy a hitelező vonatkozó adatbázisban végzett keresés alapján értékelje a fogyasztó hitelképességét, fenntarthatják ezt az előírást.

A hitelképesség vizsgálatához szükséges információk tehát vagy magától a fogyasztótól származnak, vagy a vonatkozó adatbázisban végzett keresés alapján állnak a hitelnyújtó rendelkezésére.

Az adatbázisokhoz való hozzáférésről az új Irányelv 9. cikke rendelkezik. A 9. cikk (1) bekezdése értelmében a határokon átnyúló hitelek esetében a fogyasztók hitelképességének értékelése céljából minden tagállam szavatolja a más tagállamból származó hitelezők számára az adott tagállamban használt adatbázisokhoz való hozzáférést. A hozzáférési feltételekre érvényes a megkülönböztetés tilalma. A 9. cikk (2) bekezdése szerint, ha a hiteligenylést adatbázisban való keresés alapján utasítják vissza, a hitelező a fogyasztót késedelem nélkül és díjmentesen tájékoztatja az adatbázisban végzett keresés eredményéről és a szóban forgó adatbázis jellemzőiről. Ezt az információt a fogyasztónak csak akkor nem kell megadni, ha azt az uniós jog tiltja vagy az ellentétes a közrend és a közbiztonság céljaival. A 9. cikk (2) és (3) bekezdéséhez a bevezető (29) bekezdés fűz néhány kiegészítést.

<sup>23</sup> L. a 2002-es javaslat 9. cikk. Hasonló szigorú előírást tartalmaz azonban az USA-ban a jelzáloghitelről szóló törvényről 2007-ben kidolgozott javaslat. L. *Mortgage Reform and Anti-Predatory Lending Bill*, H.R. 3915., Interneten is elérhető: <http://www.govtrack.us/congress/bill?bill=h110-3915>

<sup>24</sup> *BGH* WM 1989, 595.

<sup>25</sup> *Siems* [2008], 456. 26. lábjegyzet.

<sup>26</sup> *Bülow-Arzt* [2005], 1157.; *Franck* [2003], 342.; *Riesenhuber* [2003], 332. és köv.

<sup>27</sup> *Siems* [2008], 456.

Az új Irányelv 8. cikk (2) bekezdése értelmében a tagállamoknak azt is biztosítaniuk kell, hogy ha a felek a hitelszerződés megkötését követően megállapodnak a teljes hitelösszeg megváltoztatásában, akkor a hitelező köteles a fogyasztóval kapcsolatosan rendelkezésére álló pénzügyi információkat naprakésszé tenni, és a teljes hitelösszeg jelentős mértékű növelését megelőzően a fogyasztó hitelképességét értékelni.

A 8. cikk nem ad választ arra a kérdésre, hogy a hitelképesség hiányából a hitelnyújtónak milyen következtetéseket kell levonnia. Hitelnyújtási tilalom mindebből nem következik. Egyfajta felvilágosítási kötelezettséget azonban a hitelező terhére ez alapján mindenképp meg lehet állapítani.<sup>28</sup> Kérdés, ha a hitelező ennek a felvilágosítási kötelezettségnek nem tesz eleget, és a fogyasztó utóbb fizetési késedelembe esik, akkor a tájékoztatás hiánya alapot nyújt-e a kármegosztásra. Ez megalapozottnak tűnik.

#### 2.3.4. Egyes hitelfajtákra irányadó speciális rendelkezések

Külön tájékoztatási kötelezettséget ír elő az új Irányelv 6. cikke a folyószámlahitelek és bizonyos egyedi hitelmegállapodások esetén. Ezt a szakaszt az új Irányelv 2. cikk (3) bekezdése (*folyószámlahitel*), (5) bekezdése (*hitelszövetkezetek útján történő hitelnyújtás*), valamint a 2. cikk (6) bekezdése (*adósságátütemezési célú hitelek*) esetében kell alkalmazni. A 6. cikk (5) bekezdése alapján azonban egyes rendelkezéseket az új Irányelv tárgyi hatálya alól egyébként teljesen kivett olyan folyószámlahiteleknél is alkalmazni kell, amelyek alapján a hitelt 1 hónapon belül vissza kell fizetni [2. cikk (2) bekezdés e) pont].

A 6. cikk (1) bekezdése szerint *kellő időben*, azt megelőzően, hogy a fogyasztót az adott hitelre vonatkozó bármilyen hitelmegállapodás vagy ajánlat kötné, a hitelező – és adott esetben a hitelközvetítő – a fogyasztó rendelkezésére bocsátja a különböző ajánlatok összehasonlításához szükséges információkat, annak érdekében, hogy a fogyasztó megalapozott döntést hozhasson a hitelmegállapodás esetleges megkötéséről. Ezt a tájékoztatást nyomtatott formában vagy más tartós adathordozón kell biztosítani, és minden információt egyaránt jól látható módon kell feltüntetni. Ez a tájékoztatás az új Irányelv III. mellékletében található formanyomtatványon *adható* meg. A hitelező ennek a formanyomtatványnak az átadásával teljesíti tájékoztatási kötelezettségét. Némileg zavart okozhat azonban az „*adható*” kifejezés, amely eltér az 5. cikk (1) bekezdése által használt „*kell*” fordulattól. Ez felveti azt a kérdést, hogy a hitelező a 6. cikk által nevesített hitelek esetén a szerződést megelőző tájékoztatási kötelezettségének más módon is eleget tud-e tenni. Mivel ebben az esetben nem a magyar nyelvű fordítás hiányosságáról van szó, hiszen a német nyelvű szöveg is feltételes módot használ, ezért azt mondhatjuk, hogy a 6. cikk hatálya alá tartozó

<sup>28</sup> Rott [2008], 1110.

hitelszerződések esetében a szerződést megelőző tájékoztatásnyújtásnak nem kizárólagos módja a III. mellékletben foglalt formanyomtatvány fogyasztónak történő átadása.

Összességében kijelenthetjük, hogy az említett hitelfajták esetében az új Irányelv 6. cikk (1) bekezdése alapján a hitelezőt a szerződés megkötését megelőzően terhelő tájékoztatási kötelezettség szűkebb körű, mint a fogyasztói hitelek más eseteinél az 5. cikk (1) bekezdése értelmében. Ezt tükrözi a III. mellékletben található formanyomtatvány szövege is.

A 6. cikk (2) bekezdése opciós lehetőséget biztosít a tagállamok számára, hiszen lehetővé teszi, hogy a 2. cikk (3) bekezdésében említett folyószámlahitelek esetében a tagállamok úgy határozzanak, hogy a tájékoztatásban nem kell a teljes hiteldíjmutatót feltüntetni. Ezzel szemben azonban a 6. cikk (1) bekezdés h) pontja alapján a tájékoztatásban fel kell tüntetni, hogy a fogyasztót bármikor felszólíthatják a teljes hitelösszeg visszafizetésére.

A 2. cikk (5) és (6) bekezdéseiben említett hitelfajtákra nézve a 6. cikk (3) bekezdése tovább szélesíti a hitelezőt terhelő tájékoztatási kötelezettség körét.

Ezen hitelfajták esetében főszabály szerint a fogyasztót nem illeti meg a hitelmegállapodás tervezetéhez való jog. Ez alól a 6. cikk (6) bekezdése tesz kivételt, azzal, hogy ez a jog csak akkor illeti meg a fogyasztót, ha az adott hitelfajta-ra a 10. cikk egyébként alkalmazandó.

Az egyes távközlési eszközök használatából fakadó sajátosságokra a 6. cikk (7) bekezdése utal. Ez megegyezik az 5. cikk (3) bekezdésével.

Mint erre már utaltunk, annak ellenére, hogy az új Irányelv 2. cikk (2) bekezdés e) pontja a tárgyi hatály alóli teljes kivételek közé sorolja azokat a folyószámlahiteleket, amelyek alapján a hitelt 1 hónapon belül vissza kell fizetni, a szerződést megelőző tájékoztatási kötelezettségről szóló egyes szakaszokat esetükben mégis alkalmazni kell. Erre akkor kell sort keríteni, ha a hitelező az említett típusú folyószámlahitelre távbeszélőn keresztül tett ajánlatot, illetve ha kéri a folyószámlahitel azonnali rendelkezésre bocsátását. Ezekben az esetekben a pénzügyi szolgáltatás fő jellemzőinek a leírása tartalmazza legalább:

- a) a teljes hitelösszeget;
- b) a hitelkamatlábát; és
- c) a teljes hiteldíjmutatót.

Kérdés természetesen, hogy mi az értelme annak, hogy a 2. cikk (2) bekezdés e) pontjában említett folyószámlahiteleket az új Irányelv tárgyi hatálya alóli teljes kivételek között tüntetik fel, miközben egyes rendelkezéseket mégis alkalmazni kell az esetükben.

Összességében megállapítható, hogy a 6. cikk felépítése szükségtelenül bonyolítja az Irányelvben foglalt szabályozást. Az egyes hitelfajtákra vonatkozó különbségtételt sokkal egyszerűbb kodifikációs megoldással is el lehetett volna érni.



### 2.3.5. A tájékoztatási kötelezettség megszegésének jogkövetkezményei

A szerződéskötést megelőző szakaszban fennálló tájékoztatási-információnyújtási kötelezettségek megszegésének a jogkövetkezményeit az új Irányelv nem határozza meg, ezek továbbra is tagállami hatáskörben maradnak. Itt is figyelembe kell azonban venni a 23. cikket, amely szerint az előírt szankcióknak hatékonyaknak, arányosaknak és visszatartó erejűeknek kell lenniük.

A német és az osztrák jog alapján a jogkövetkezményeket ez idáig a *culpa in contrahendo* körében vonták le [BGB 311. § (2) bek., 241. § (2) bek., 280. § (1) bek.], ami gyakorlatilag kártérítést jelentett. Ez vonatkozik a hitelképességi vizsgálat elmulasztására is, amit azonban a német bírói gyakorlatban kivételesen csak akkor kívántak meg, ha a hitelező átvállalta a hitelezési kockázat egy részét.<sup>29</sup> Az új Irányelv alapján már közigazgatási jogi szankciók alkalmazását is lehetségesnek tartják.<sup>30</sup>

A magyar jogban a szerződéskötést megelőző tájékoztatási kötelezettség elmulasztásáról a Ptk. 205. § (3) bekezdése rendelkezik. Eszerint a felek a szerződés megkötésénél együttműködni kötelesek, és figyelemmel kell lenniük egymás jogos érdekeire. A szerződéskötést megelőzően is tájékoztatniuk kell egymást a megkötendő szerződést érintő minden lényeges körülményről. A törvény szankciót azonban nem fűz a szerződéskötés előtt fennálló tájékoztatási kötelezettség megszegéséhez. Mivel itt még nincs szó létrejött (és érvényes) szerződésről, ezért a szerződésszegés jogkövetkezményeit nem lehet alkalmazni. Kizárólag a Ptk. 339. § alkalmazása jöhet szóba, vagyis azt mondhatjuk, hogy a szerződéskötést megelőző tájékoztatási kötelezettség megsértése – deliktualis alapján – vált ki kártérítési jogkövetkezményt. Ennek a kártérítési jogkövetkezménynek a hatékonysága megkérdőjelezhető. Ezzel is magyarázható, hogy ehhez az új Irányelv implementációját végrehajtó, a fogyasztónak nyújtott hitelről szóló 2009. évi CLXII. törvény 21. § (2) bekezdése egy további, speciális szankciót fűz. Az idézett szakasz ugyanis kimondja, hogy ha a fogyasztó a hitelezőt a szerződéskötést megelőzően terhelő tájékoztatást a szerződéskötést követően kapja kézhez, akkor elállási (felmondási) jogát a tájékoztatás kézhezvételétől számított 14 napig gyakorolhatja.

### 2.3.6. Rész-összefoglalás

Kérdés, hogy az új Irányelv által előírt, lényegesen emelt szintű szerződést megelőző tájékoztatási kötelezettség kedvező, vagy inkább negatív hatásokkal fog-e járni. A pozitív értékelés szerint a szerződéskötést megelőző tájékoztatási kötelezettség szintjének az emelése kedvezően fogja érinteni a hitelpiacokat, mert ezáltal a fogyasztók megalapozottabb döntést tudnak hozni. Ennek következtében pedig

<sup>29</sup> *Siems* [2008], 456. 28. lábjegyzet.

<sup>30</sup> *Rott* [2008], 1110.

erősödni fog a fogyasztókért folytatott harc. Mindemellett az egységesített formanyomtatványok alkalmazása révén a fogyasztó könnyebben tudja összehasonlítani a különböző hitelajánlatokat, és mindez kedvezően érinti a fogyasztó választási lehetőségeit.<sup>31</sup>

Más nézet szerint a megnövekedett mértékű információs kötelezettségből egyik félnek sem fog sem kára, sem haszna származni.<sup>32</sup> A hitelezőknek természetesen többletkiadást fog okozni az új Irányelv mellékletében szereplő formanyomtatvány alkalmazása, de ezek a költségek nem lesznek túlzottan magasak. Másrészt viszont a fogyasztó nem sokat nyer ezzel a formanyomtatvánnyal, hiszen ezeket valószínűleg csak felületesen fogja átolvasni. Emellett pedig a bankügyletek terén megmutatkozó ún. ügyleti analfabetizmus ettől még nem fog csökkenni.<sup>33</sup> A tanácsadási kötelezettség bevezetésétől sem lehet lényeges változást várni, hiszen – szemben a 2002-es első irányelvjavaslattal – ennek keretében általánosságban csak a hitelszerződés rendelkezéseit kell a fogyasztó számára közérthetővé tenni, jogkövetkezményeket azonban nem határoz meg az új Irányelv, így azt a kötelezettséget sem írja elő, hogy a hitelnyújtás során a bank felelősségteljesebben járjon el. A tájékoztatási kötelezettség egységessé tétele annyi előnnyel azonban jár a fogyasztó számára, hogy a kártérítési igények érvényesítése ezáltal könnyebbé válhat.<sup>34</sup>

A szerződéskötést megelőző tájékoztatási kötelezettség növekedéséhez kapcsolódóan azt is ki kell emelni, hogy ennek következtében a hitelezőnek olyan nagy mennyiségű információt kell a fogyasztóra zúdítania, amellyel a fogyasztó nem igazán tud mit kezdeni. Amellett, hogy mindez növeli a hitelező költségeit, egyáltalán nem biztos, hogy egy átlagos fogyasztó számára megkönnyíti a hitelfelvételről hozandó döntést.

### III. A fogyasztót megillető elállási jog

A fogyasztót megillető elállási jogról az új Irányelv 14. cikke rendelkezik. A 14. cikk alapján a fogyasztó 14 naptári napon belül, indoklás nélkül elállhat a hitelmegállapodástól. Ha a fogyasztó gyakorolja elállási jogát, a hitelező számára 30 napon belül köteles megfizetni a tőkét, valamint a tőke után a hitellehívás időpontjától a tőke visszafizetésének időpontjáig felgyülemlett kamatot. Ezen túlmenően a fogyasztó semmilyen más ellentételezésre nem köteles [14. cikk (3) bekezdés b) pont].

A 14. cikk (4) bekezdése szerint, ha a hitelező vagy harmadik fél a hitelmegállapodással kapcsolatosan járulékos szolgáltatást is nyújt, a fogyasztót az elállási jog gyakorlása után a továbbiakban a járulékos szolgáltatás nem köti.

<sup>31</sup> COM (2007) 546.

<sup>32</sup> *Siems* [2008], 456.

<sup>33</sup> Ezzel külön foglalkozik a Bizottság egy 2007-es kezdeményezése, amely a pénzügyletek megismerését célzó általános képzés kialakítása mellett érvel: COM (2007) 808.

<sup>34</sup> *Siems* [2008], uo.

A 14. cikk (6) bekezdése lehetővé teszi a tagállamok számára az elállási jog kizárását, feltéve hogy a hitelszerződés megkötéséhez törvény közjegyző közreműködését írja elő. Ebben az esetben a közjegyzőnek meg kell erősítenie, hogy a fogyasztó számára garantálták az 5. és 10. cikk szerinti jogokat (szerződéskötést megelőző tájékoztatás, valamint a hitelszerződés kötelező tartalmi elemei). Ehhez hasonló kizárási lehetőséget a 2002/65/EK irányelv is tartalmaz. Ezzel a lehetőséggel sem a magyar, sem a német jogalkotó nem élt.

#### IV. A hitel határidő előtti visszafizetése

A kölcsönösszeg határidő előtti visszafizetése egy fontos kivétel a *pacta sunt servanda* elve alól. Banküzemeltani szempontból ez azért kiemelkedő terület, mert alapvetően érinti a hitelkihelyezés és a refinanszírozás közötti rendkívül szoros kapcsolatot. Ezen a ponton a határidő előtti visszafizetés joga kapcsolódik a bankot megillető egyoldalú szerződésmódosítási joghoz, azáltal, hogy az a hitelező számára jelent egy fontos kivételt a *pacta sunt servanda* elve alól, és amely szintén szoros kapcsolatban áll a hitelkiváltással.<sup>35</sup>

Banki oldalról a hitelnyújtás és a refinanszírozás valójában ugyanannak a tranzakciónak két különböző oldala, amelyet gyakran neveznek aktív és passzív ügyletnek. Természetes elvárás, hogy a jogalkotó a hitelügyletek szabályozása során a hitel/kölcsönszerződés és a refinanszírozás közötti kölcsönös függést figyelembe vegye.<sup>36</sup> A jogi szabályozásnak emellett a hitelek különböző típusaira is figyelemmel kell lenni. Mivel a különböző hiteltípusok súlya és jelentősége országonként eltér, ezért a jogi szabályozás is meglehetősen sokszínű. Az egyes országokban jellemző hiteltípusok meghatározzák a refinanszírozás módját is: amíg az angolszász országokban az ún. másodlagos jelzálogpiacokon tevékenykedő – részben állami – intézményeket hoztak létre,<sup>37</sup> addig a kontinentális országokban a refinanszírozás hagyományosan a jelzáloglevél intézményéhez kapcsolódik. Az utóbbi években a változó kamatozású hitelek világszerte, így a kontinentális európai országokban is egyre nagyobb piaci hányadra tettek szert. Ennek oka, hogy ezek a termékek rugalmasabbak, jobban megfelelnek a növekvő munkahelyi bizonytalanságból, a mobilitásból, valamint az új finanszírozási formákból származó igényeknek. A változó kamatozású hiteleket elsősorban azok a hitelintézetek kínálják, amelyek refinanszírozása döntően rövid futamidejű eszközökkel történik, így számukra tényleges kamatkockázat nem is áll fenn.<sup>38</sup> Szemben az állandó kamatozású, felmondási korlátokkal ellátott hitelekkel, amelyek a határidő előtti visszafizetésre csak nagyon szűk körben nyúj-

<sup>35</sup> Erről részletesebben l.: *Bodzási* [2010], 24–42.

<sup>36</sup> *Köndgen* [2000], 17.

<sup>37</sup> Ilyen például az USA-ban a világgazdasági válság nyitányaként a 2008-as évben fizetéseképtelenné vált, majd jelentős állami támogatásban részesített *Fannie Mae* és *Freddie Mac*.

<sup>38</sup> *Dübel–Köndgen* [2006], 9.

tanak lehetőséget, addig a változó kamatozású hiteleknél erre széles körben nyílik lehetőség. A fogyasztók védelmét a legtöbb jogrendszerben azzal oldják meg, hogy a változó kamatozású hiteleket egy kamat-„plafonnal” látják el, vagyis a hitelszerződésben megjelölnék egy felső értékét, amelyet a kamat nem léphet át.

#### *4.1. Az új Irányelv 16. cikkének szabályozása*

A tagállami jogrendszerek a határidő előtti visszafizetés szabályozása terén térnek el egymástól a legnagyobb mértékben. Ezzel is összefügg, hogy az új Irányelv leginkább vitatott szakasza a határidő előtti visszafizetésről szóló 16. cikk,<sup>39</sup> annak ellenére, hogy a régi Irányelv 8. cikkében található rendelkezésekhez képest<sup>40</sup> az új Irányelv 16. cikke csupán kisebb változtatásokat tartalmaz.<sup>41</sup>

##### 4.1.1. A 16. cikk (1) bekezdése

A 16. cikk (1) bekezdés alapján a fogyasztónak joga van a hitelmegállapodás szerinti kötelezettségeit egészben vagy részben bármikor teljesíteni. Ilyen esetekben jogosult a hitel teljes költségének csökkentésére, ami a szerződés fennmaradó időtartamára esedékes kamatot és költséget foglalja magában.

Feltűnő, hogy a szabályozás nem kívánja meg a fogyasztó oldalán egy indokolt és jogszerű érdek fennállását a határidő előtti visszafizetésre vonatkozóan. Egyetértünk azzal a nézettel, amely szerint mindez bonyolultabbá fogja tenni a hitelnyújtókat a határidő előtti visszafizetés által ért károsodás számítására és érvényesítésére vonatkozó tagállami előírásokat.<sup>42</sup> Ezt már az Irányelv bevezető (39) bekezdése is előrevetíti.

##### 4.1.2. Az ellentételezés mértéke a 16. cikk (2) bekezdése alapján

A 16. cikk (2) bekezdése szerint a hitel határidő előtti visszafizetése esetén a hitelező jogosult a hitel határidő előtti visszafizetéséhez közvetlenül kapcsolódó esetleges, méltányos és objektíve indokolt költségek ellentételezésére, feltéve hogy a határidő előtti visszafizetés olyan időszakra esik, amelyre a hitelkamatláb rögzített. Az ilyen ellentételezés nem haladhatja meg a határidő előtt visszafizetett hitel

<sup>39</sup> *Wendehorst* [2009], 37.

<sup>40</sup> Régi Irányelv 8. cikke: „A fogyasztó jogosult a hitelszerződés szerinti kötelezettségeinek teljesítésére a hitelszerződésben meghatározott időpont előtt. Ilyen esetben, a tagállamok által meghatározott szabályok szerint, a fogyasztó jogosult a hitel teljes költségének arányos csökkentésére.”

<sup>41</sup> *Gsell–Schellhase* [2009], 27.

<sup>42</sup> *Gsell–Schellhase* [2009], 28.

összegének 1 százalékát, ha a határidő előtti visszafizetés és a hitelmegállapodásnak a megállapodásban foglalt megszűnési időpontja közötti időszak az 1 évet meghaladja. Ha ez az időszak az 1 évet nem haladja meg, az ellentételezés nem lépheti túl a határidő előtt visszafizetett hitel összegének 0,5 százalékát.

A gyakorlatban gondot okozhat, hogy a 16. cikk (2) bekezdése nem részletezi, hogy pontosan milyen ellentételezésre is tarthat igényt a hitelező. A (2) bekezdés alapján a hitel határidő előtti visszafizetéséhez közvetlenül kapcsolódó, esetleges, méltányos és objektíve indokolt költségek alkotják a hitelező által igényelhető ellentételezést. Mivel a 16. cikk (1) bekezdése kamatról és költségről tesz említést, ezért felmerül a kérdés, hogy az ellentételezés a (2) bekezdés alapján csupán a költségekre terjedhet ki, a kamatveszteségből származó károkra azonban nem? A 3. cikk g) pontja meghatározza „*a hitel fogyasztó által viselt teljes költsége*” kifejezést, amelybe bele kell érteni a kamatot, jutalékot, az adókat és bármely egyéb díjat. Ebből arra a következtetésre is lehet jutni, hogy a „költség” kifejezést tágan kell értelmezni, vagyis abban a kamatok is beletartoznak. Ugyanakkor a 16. cikk szándékoltan tesz különbséget a „költség” és a „kamat” kifejezések között.<sup>43</sup> Az azonban, hogy a 16. cikk ezt a két kifejezést korántsem konzekvensen alkalmazza, világosan mutatja, hogy amíg az (1) bekezdés szerint a határidő előtti visszafizetés esetén a fogyasztó jogosult a hitel – kamatot és költségeket – magában foglaló teljes költségének a csökkentésére, addig a (2) bekezdés szerint a hitelezőnek csak a költségeket magában foglaló ellentételezésre lehet igénye. A hitelező ez alapján tehát a kamatveszteségből adódó kárai megtérítésére nem tarthat igényt. Egyedüli segítségére csak a 16. cikk (4) bekezdés b) pontja lehet, amely szerint a tagállamok rendelkezhetnek úgy, hogy a hitelező kivételesen nagyobb ellentételezést is követelhet. A hitelező tehát akkor kerülhet méltányos helyzetbe, ha a tagállami jog alapján – mint ahogy ezt például a német jog lehetővé teszi – ilyen esetekben a kamatkülönbözetből, illetve a kamatveszteségből származó kárai megtérítését is igényelheti, és a tagállam él a 16. cikk (4) bekezdés b) pontjában foglalt eltérési lehetőséggel.

Mindebből az következik, hogy a 16. cikk (2) bekezdése alapján a hitelezőt megillető ellentételezés csupán a költségekre terjed ki, a kamatkülönbözetből, illetve a kamatveszteségből származó károkra azonban nem.<sup>44</sup>

Egy további kérdés, hogy mit kell az ellentételezés által fedezett költségek alatt a 16. cikk (2) bekezdése szempontjából érteni? A 16. cikk (2) bekezdése szerint a költségeknek a hitel határidő előtti visszafizetéséhez közvetlenül kapcsolódnuk kell, méltányosnak és objektíve indokoltnak kell lenniük. Ezek alapján előreláthatóan a következő költségtényezők kerülhetnek ellentételezésre:

- a) adminisztratív költségek;
- b) refinanszírozási költségek.

<sup>43</sup> Freitag [2008], 1104.

<sup>44</sup> Freitag [2008], 1104.

Adminisztratív költségek azok, amelyek az előtörlesztés következtében megszűnő vagy módosított feltételek szerint fennmaradó hitelszerződés banki feldolgozásából fakadnak. Ezekből a költségekből természetesen le kell vonni a bank által a határidő előtti visszafizetés által megspórolt kiadásokat, így például azokat a megtakarításokat, amelyek egy megszűnő hitel kezelésével együtt jártak volna. Ennek alapján a megspórolt hitelkockázati költségek sem számíthatók be az ellentételezésbe.

Amennyiben a hitel az előtörlesztés ellenére is fennmarad, de a módosított feltételek miatt növekednek a refinanszírozási költségek, akkor ezekre is igényt tarthat a bank az ellentételezés keretében. A refinanszírozási költségek kiszámítása azonban komoly nehézség elé állíthatja a bankokat. Ennek egyik oka, hogy a passzív ügylet refinanszírozási költségei nem az aktív ügylet oldalán megjelenő kockázatbeárazással függnek össze. Másrészt egy több ezer hitelszerződésből álló portfólió esetén nem igazán lehetséges a kis összegű hitelek refinanszírozási költségeinek pontos meghatározása. Ezen kívül a refinanszírozási feltételek megváltozásából származó károkért a bank csak kivételes esetekben kérhet ellentételezést a fogyasztótól. Ennek oka, hogy az ellentételezés mértékét a 16. cikk (5) bekezdése korlátok közé szorítja. A hitelező számára emellett egy meglehetősen nehéz feladat – főként, ha a kamatszint extrém mértékben csökken –, hogy új befektetések vagy újabb hitelkihelyezés révén az előtörlesztés révén hozzá befolyt összegekből legalább a visszafizetett hitel refinanszírozási költségeit fedezze.<sup>45</sup>

A 16. cikk (2) bekezdése szerint azonban nemcsak a már ténylegesen fennálló, hanem az esetlegesen felmerülő költségek is beszámíthatók az ellentételezésbe. A magyar fordítás „esetleges” költségekről beszél, ami azonban pontosításra szorul. A német szövegben ezzel szemben a „*Lehetőség szerint felmerülő*” („*die möglicherweise entstandenen Kosten*”) költségek kifejezés szerepel.<sup>46</sup> Ebből következik, hogy a hitelező nemcsak az előtörlesztés által ténylegesen okozott és általa bizonyított költségek ellentételezését igényelheti, hanem egyes esetlegesen felmerülő, hipotetikus kiadásait is.<sup>47</sup> Más kérdés, hogy ezeket hogyan tudja bizonyítani és milyen módszerrel számítja ki. Mindenesetre szem előtt kell tartani a bevezető rendelkezések (39) bekezdésében foglalt azon elvet, amely szerint a hitelező számára biztosított ellentételezés kiszámításának átláthatónak és a fogyasztók által érthetőnek kell lennie már a szerződéskötést megelőző fázisban is, és a hitelmegállapodás teljesítése során minden esetben. Ezen felül a kiszámítás módjának a hitelezők számára könnyen alkalmazhatónak kell lennie, továbbá elő kell segíteni az ellentételezés illetékes hatóságok általi felügyeleti ellenőrzését. Ezt egészíti ki az új Irányelv 10. cikk (2) bekezdés r) pontja, amely alapján a hitelmegállapodásnak világos és egyértelmű módon

<sup>45</sup> Freitag [2008], uo.

<sup>46</sup> Angol verzió: „*possible costs*”.

<sup>47</sup> Freitag [2008], 1105.

tartalmaznia kell a tájékoztatást a hitelező ellentételezési jogáról és az ellentételezés meghatározásának módjáról.

Ebből egyértelműen következik, hogy a költségek meghatározása – ideértve az esetlegesen felmerülő költségeket is – a hitelező jogosultsága. Erről tehát nem kell tagállami szinten jogszabályt alkotni, máskülönben felesleges lenne „*az ellentételezés illetékes hatóságok általi felügyeleti ellenőrzése*”, amelyet a (39) preambulumbekzdés mond ki. Ezek alapján az ellentételezés meghatározása, kiszámítása is a hitelnyújtó joga.<sup>48</sup>

#### 4.1.3. Az ellentételezés korlátozása

A hitelezőt megillető ellentételezést a 16. cikk több rendelkezése is korlátozza. Ezek a korlátozások a következők:

a) az ellentételezés a 16. cikk (2) bekezdése alapján nem terjed ki a károokra, ezek megtérítésére a 16. cikk (4) bekezdés b) pontja alapján adott esetben a tagállami jogok adhatnak lehetőséget;

b) a 16. cikk (2) bekezdés 2. és 3. mondata által;

c) a 16. cikk (4) bekezdés a) pontja alapján;

d) a 16. cikk (5) bekezdése alapján.

Az első korlátot állító rendelkezés a 16. cikk (2) bekezdés 2. és 3. mondata. E szerint az ellentételezés nem haladhatja meg a határidő előtt visszafizetett hitel összegének 1 százalékát, ha a határidő előtti visszafizetés és a hitelmegállapodásnak a megállapodásban foglalt megszűnési időpontja közötti időszak az 1 évet meghaladja. Ha ez az időszak az 1 évet nem haladja meg, az ellentételezés nem lépheti túl a határidő előtt visszafizetett hitel összegének 0,5 százalékát. Ezek a szabályok tehát az előtörlesztés időpontja és az ellentételezés összege között állítanak fel kapcsolatot. Ez a rendelkezés egyes vélemények szerint már önmagában elhibázott. A bírálatok kiegészülnek azzal, hogy azáltal, hogy a 16. cikk (2) bekezdés 2. és 3. mondata csak a hitelszerződés megszűnéséig terjedő időszakot veszi figyelembe, nincs tekintettel az előtörlesztés révén felmerülő további járulékos kezelési költségekre.<sup>49</sup> Ez a kritika tehát abból indul ki, hogy a költségek meghatározása során a hitelező csakis a hitelszerződés szerinti eredeti megszűnési időpontot veheti figyelembe, az azt követő időszak alatt felmerülő kiadásaira azonban nem tarthat igényt.

Arra is figyelemmel kell lenni, hogy a hitelező ellentételezésére csak akkor kerülhet sor, ha az előtörlesztés olyan időszakra esik, amelyre a hitelkamatláb rögzített. Ilyen esetekben a fogyasztót általában nem illeti meg a rendes felmondás joga.

<sup>48</sup> Freitag [2008], 1105.

<sup>49</sup> Freitag [2008], uo.



Ha ugyanis a rendes felmondás joga az ügyfelet megilleti, az előtörlesztés joga értelmét veszti.

A 16. cikk (5) bekezdésébe foglalt korlátozás alapján az ellentételezés nem haladhatja meg azt a kamatösszeget, amelyet a fogyasztó a hitel határidő előtti visszafizetésének időpontja és a hitelmegállapodásnak a megállapodásban foglalt megszűnési időpontja közötti időszakban fizetett volna. Itt újra utalni kell arra, hogy amíg a (2) bekezdés kizárólag költségekről beszél, addig az (5) bekezdés összekapcsolja az ellentételezést a kamattal, pontosabban a kamatkülönbözetből származó nyereséggel. A (2) bekezdésben említett költségek – így különösen az adminisztratív és refinanszírozási költségek – elsősorban azonban nem az elvárt és a ténylegesen befolyt kamat közötti különbszet mértékével állnak kapcsolatban. Emiatt ez a szakasz sokkal inkább a (4) bekezdés b) pontjához kapcsolódik, hiszen arra tekintettel kellene kimondani a túlkompensáció tilalmát. Ennek ellenére az, hogy az ellentételezés kifejezés mindkét bekezdésben szerepel, továbbá, hogy a 16. cikk utolsó bekezdését, vagyis az (5) bekezdést valamennyi ezt megelőző bekezdésre alkalmazni kell, egyértelművé teszi, hogy az ellentételezésnek a (2) bekezdés alapján számított összegét az (5) bekezdés korlátozza. Ebből viszont az következik, hogy a hitelező nem tarthat igényt a refinanszírozási és adminisztratív költségeinek azon részére, amelyek az (5) bekezdésbe foglalt kamatkülönbözet mértékét meghaladják. A költségeknek ezt a fennmaradó részét az új Irányelv tehát a hitelezőre hárítja, amely azonban a fogyasztói hitelek drágulásához fog vezetni.<sup>50</sup>

#### 4.1.4. Az ellentételezés kizárása a 16. cikk (3) bekezdés alapján

A hitelezőt megillető ellentételezés összegét korlátozó rendelkezéseket egészíti ki a 16. cikk (3) bekezdése, amely azokat az eseteket sorolja fel, amelyeknél egyáltalán nem is igényelhető ellentételezés. Ezek a következők:

- a) ha a visszafizetés hitel-visszafizetési garancia gyanánt kötött biztosítási szerződés szerint történt;
- b) folyószámlahitel esetén;
- c) vagy ha a határidő előtti visszafizetés olyan időszakra esik, amelyre nem rögzített hitelkamatláb vonatkozik.

#### 4.1.5. A 16. cikk (4) bekezdés a) pontja szerinti eltérési lehetőség

A 16. cikkbe foglalt harmonizált rendelkezések sokat veszítenek a jelentőségükből a tagállamoknak biztosított azon eltérési lehetőség által, amelyet a 16. cikk (4) be-

<sup>50</sup> Freitag [2008], 1106.

kezdése rögzít. A már idézett 16. cikk (4) bekezdés a) pontja alapján a tagállamok rendelkezhetnek úgy, hogy a hitelező csak azzal a feltétellel kérhet ellentételezést, hogy a visszafizetendő összeg túllépi a nemzeti jogban meghatározott küszöböt. A küszöb 12 hónapra nem haladhatja meg a 10 000 eurót. A (40) preambulumbekkezdés szerint a 10 000 eurót meg nem haladó küszöb meghatározásakor a tagállamoknak figyelembe kell venniük, hogy a piacon mekkora a fogyasztói hitelek átlagösszege.

Jogirodalmi álláspont szerint ez a tagállamoknak adott opciós lehetőség szükségtelenül bonyolítja a jogi szabályozást, és tényleges előnnyel sem a fogyasztó, sem a hitelező számára nem jár.<sup>51</sup>

#### 4.1.6. A 16. cikk (4) bekezdés b) pontjába foglalt opciós lehetőség

A 16. cikk (4) bekezdés b) pontja szerint a tagállamok rendelkezhetnek úgy is, hogy a hitelező kivételesen nagyobb ellentételezést is követelhet, ha bizonyítani tudja, hogy a határidő előtti visszafizetés miatt vesztesége meghaladja a hitelösszeg 1 százalékát. A veszteség fogalmát a 16. cikk (4) bekezdés utolsó bekezdése határozza meg, amely szerint veszteség alatt az eredetileg rögzített kamatláb és azon kamatláb különbségét kell érteni, amelyen a hitelező a határidő előtt visszafizetett összeget kölcsön tudja adni a piacon a határidő előtti visszafizetés időpontjában, beleértve a határidő előtti visszafizetésnek az igazgatási költségekre gyakorolt hatását. A jogirodalomban ezzel kapcsolatban arra hívják fel a figyelmet, hogy ez alapján a rendelkezés alapján a veszteségszámítás módja az ún. aktív-aktív összehasonlítás, miközben jelenleg az ún. aktív-passzív módszert alkalmazzák. Ez utóbbi szerint az előtörlesztett hitel kamatát a betéti kamatokkal vetik össze, és az ennek alapján számított különbség lesz a veszteség. Az aktív-aktív összehasonlítás kizárólagossá tétele a hitelezőt az aktív ügylet oldalán újabb eszközfelhasználásra és ezzel összefüggésben újabb kockázatok vállalására kötelezi. Ezt az új szabályozást aggályosnak tekintik, amely a hitelezők döntéshozatali szabadságát is hátrányosan érinti.<sup>52</sup>

A 16. cikk (4) bekezdés utolsó mondatában meghatározott veszteségszámítási mód harmonizált rendelkezésnek minősül, vagyis a 22. cikk (1) bekezdése alapján attól a tagállamok nem térhetnek el. Ez egyben azt is jelenti, hogy a tagállami jogalkotónak nincs arra lehetősége, hogy további elemekkel egészítse ki a veszteség fogalmát. Ez a hitelezők számára azért különösen hátrányos, mert emiatt a tagállami jogalkotó a 16. cikk (4) bekezdés b) pontja szerint sem biztosíthat igényt az ellentételezésre azokért az adminisztratív és refinanszírozási költségekért, amelyek a 16. cikk (2) bekezdése szerinti felső határt meghaladják. Ebből azonban az is következik, hogy a költségek és a kamatveszteség érvényesítése között egyfajta alternativitás áll

<sup>51</sup> Freitag [2008], uo.

<sup>52</sup> Freitag [2008], 1107.

fenn, vagyis a hitelező kizárólag vagy az egyik, vagy a másik igényt érvényesítheti.<sup>53</sup> Ez pedig a fogyasztói hitelek már említett drágulását eredményezheti.<sup>54</sup>

Végül érdemes utalni arra is, hogy a 16. cikk (4) bekezdés b) pontjába foglalt eltérési lehetőség – amennyiben azzal a tagállamok élnek – hátrányosan érinti a jogterület egységesítésére irányuló törekvéseket.<sup>55</sup> Az ún. harmonizációs deficit ezen rendelkezés alapján jóval nagyobb lesz, mint a 16. cikk (4) bekezdés a) pontja alapján.<sup>56</sup> Nem csoda, hogy a 16. cikk (4) bekezdésébe foglalt eltérési lehetőségekkel a német jogalkotó nem élt, és azt a jogirodalom az osztrák jogalkotónak sem ajánlja.<sup>57</sup>

#### 4.1.7. A 16. cikk alapján a hitelezőket terhelő kötelezettségek

A határidő előtti visszafizetésnek az új Irányelv 16. cikkébe foglalt szabályai alapján a hitelezők számára két alapvető kérdés merül fel. Egyrészt az, hogy hogyan fogják pontosan meghatározni az ellentételezés mértékét, másrészt hogyan tesznek eleget a 10. cikk (2) bekezdés r) pontja szerinti kötelezettségüknek, miszerint a hitelmegállapodásnak világos és egyértelmű módon tartalmaznia kell a hitelezőt megillető ellentételezés módját. Az ellentételezés konkrét összegének a meghatározása szempontjából a hitelezőknek azt kell szem előtt tartaniuk, hogy az új szabályozás alapján elsősorban az adminisztratív, kezelési költségek megtérítésére tarthatnak igényt, amelyek azonban nem feltétlenül a hitelösszeg nagyságától függenek. A hitelező azonban megteheti azt, hogy az adminisztratív és a refinanszírozási költségeket elkülöníti egymástól és a fogyasztónak egy átalányösszeget határoz meg, amelyből természetesen levonásra kerülnek az előtörlesztés által elért megtakarítások. Emellett a refinanszírozáshoz kapcsolódó káraitra – amelyek nem minősülnek költségeknek és amelyekből az ehhez kapcsolódó kockázatsökkenést le kell vonni – az előtörlesztett hitelösszeg egy meghatározott százalékában kifejezve tart igényt.<sup>58</sup> A jogirodalomban mindezek alapján azt vetítik előre, hogy az ellentételezés számításának jelenlegi módjától eltérően a jövőben a költségek átalányösszegbe foglalása fog előtérbe kerülni, amelyet a határidő előtt visszafizetett hitelösszeg százalékában fognak kifejezni.<sup>59</sup> Az ellentételezésnek átalányösszegben történő meghatározásával szembeni további kritérium, hogy a kalkulációnak képviselhetőnek és objektíve érthetőnek kell lennie.<sup>60</sup>

<sup>53</sup> *Wendehorst* [2009], 38.

<sup>54</sup> *Freitag* [2008], 1108.

<sup>55</sup> *Gsell–Schellhase* [2009], 28.

<sup>56</sup> *Freitag* [2008], 1110.

<sup>57</sup> *Wendehorst* [2009], 39.

<sup>58</sup> *Freitag* [2008], 1106.

<sup>59</sup> *Freitag* [2008], 1107.

<sup>60</sup> *Wendehorst* [2009], 38.

Mindemellett azonban kérdéses, hogy az ellentételezés ezen technikájáról miként lehet a fogyasztót a hitelszerződésben világosan és egyértelmű módon tájékoztatni. Az ellentételezés összegének számítási módjától függetlenül a 10. cikk (2) bekezdés r) pontja szerinti tájékoztatási kötelezettségnek lesz egy olyan negatív következménye is a hitelezők számára, hogy a költségstruktúrájukat a hitelszerződésben nyilvánosságra kell hozniuk, amely reklámszempontról meglehetősen hátrányos.

## V. Az új Irányelv értékelése

### 5.1. A jogirodalom és a gazdasági szereplők értékelése

A tagállami kompromisszumként született uniós norma egyes területeken visszalépést fog eredményezni a régi Irányelvhez képest. Ilyen mindenekelőtt a kötelező írásbeli forma elhagyása, amelyet egy határokon átnyúló fogyasztói hitelpiac vonatkozásában az uniós jogalkotó már nem tartott annyira lényeges garanciának. Kérdés, hogy a megemelt szintű tájékoztatási kötelezettség és az elállási jog képes-e kompenzálni az írásbeliség elhagyását. Az mindenesetre tény, hogy az elállási jog azokban a tagállamokban, ahol ez már most is ismert (pl. Németország), nem bír túlzott gyakorlati jelentőséggel.<sup>61</sup>

Arra is utalni kell, hogy a teljes harmonizációt kimondó új Irányelv ellenére a tagállami jogok számos rendelkezése érintetlen marad. Ebbe a körbe tartozik egyrészt az uzsora szabályozása, de a kapcsolt szerződésekre vonatkozó előírások is. Arról nem is beszélve, hogy az eljárásjogi szabályozás teljes egészében tagállami kompetenciában marad.

Kétséges, hogy a nehéz kompromisszum eredményeként, többéves tárgyalás-sorozat után megszületett új Irányelv milyen mértékben lesz képes növelni a fogyasztóvédelem szintjét a hitelszerződések jogán belül. A teljes harmonizációt célul tűző irányelv csak akkor lehetne a fogyasztóvédelmi magánjogon belüli tagállami eltérések kiegyenlítésének a hatékony eszköze, ha a személyi és tárgyi hatály, valamint a tartalom racionálisan kerül meghatározásra, a szabályok megfelelően részletezettek, vagyis jóval kevesebb a tagállami jogalkotói hatáskör, végül az irányelv meggyőzően szakszerű. Véleményünk szerint ez az új Irányelvről nem mondható el. Lényegében osztjuk azt a vélekedést, hogy az új Irányelv kapcsán nincs okunk a túlzott optimizmusra.<sup>62</sup> Nincs ugyanis garancia arra, hogy az új Irányelv által a fogyasztóvédelem és a jogegységesítés magasabb foka elérhető lenne.<sup>63</sup>

<sup>61</sup> Rott [2008], 1113.

<sup>62</sup> Gsell–Schellhase [2009], 28.

<sup>63</sup> Arzt [2009], 177.

A jogirodalom szkeptikus hozzáállása miatt nem meglepő, hogy az új Irányelvet nem sokkal a kihirdetése után<sup>64</sup> az *Európai Fogyasztók Szervezete* (BEUC), az *Európai Bankok Egysége*, valamint a *Finance&Leasing Association* (FLA) egybehangzóan kritikusan ítélte meg.<sup>65</sup>

Röviden érdemes utalni az Oxera (*Oxford Economic Research Associates*) nevű brit gazdasági tanácsadó cég összegző elemzésére is.<sup>66</sup> A 2007-es jelentés kiinduló kérdése, hogy az uniós jogalkotó valóban el tudta-e érni azt az eredeti célját, hogy a fogyasztók eladósodását csökkentse. Ebből a szempontból azokat a tényezőket kell megvizsgálni, amelyek a hitelnyújtás időpontjában még nem láthatóak előre, és amelyek azt eredményezhetik, hogy a hitelfelvevő nem tud eleget tenni a kötelezettségeinek. Ilyen például a betegség vagy a munkanélküliség. Ezekkel az új Irányelv egyáltalán nem foglalkozik. Mindemellett az eladósodás megállítására irányuló igyekezet akár kontraproduktív is lehet, hiszen ha a jogalkotó a hitelező kötelezettségévé teszi a hitelezési kockázat jelentős részének a viselését, akkor ez negatívan fog hatni a bankok hitelnyújtási hajlandóságára. Ez pedig – amint azt a jelenlegi világgazdasági válság is megmutatta – azokat a potenciális hitelfelvevőket is hátrányosan érinti, akiknél az eladósodottság semmilyen szerepet nem játszik. Mindent összevetve az Oxera értékelése az új Irányelvről meglehetősen kritikus.

Az Oxera-jelentés elsősorban az új Irányelv költségeit hangsúlyozza.<sup>67</sup> A költségek első részét a közvetlen költségek teszik ki, amelyek alatt az uniós és a tagállami jogalkotás költségeit kell érteni. A költségek másik részét a hitelezőket terhelő ún. „*compliance costs*” teszi ki, amelyek abból állnak össze, hogy a hitelnyújtóknak alkalmazkodniuk kell az új Irányelv megváltozott előírásaihoz. Mindenekelőtt a felvilágosítási és dokumentációs költségek tartoznak ebbe a körbe, valamint az esetleges bírósági eljárások költségei. Harmadrészt számolni kell a közvetett költségekkel is, és az Oxera-jelentés szerint ez az új Irányelv fő problémája. A növekvő költségek és hitelezési kockázat összességében azt eredményezik, hogy a hitelezők számára a kis összegű hitelek gazdaságilag nem fognak megtérülni, vagyis az ilyen kisebb összegű hitelek kínálata jelentős mértékben redukálódni fog. Mindennek természetesen a fogyasztók is viselni fogják a következményeit, hiszen a hitelköltségek emelkednek, a hitelkínálat pedig szűkül. Az Oxera-jelentés csupán a brit nemzetgazdaság vonatkozásában egy sor negatív következményt prognosztizál.<sup>68</sup> E szerint az új Irányelv hatására több mint egymillió brit banki ügyfél fog kisebb összegű hitelhez jutni, mint eddig. Ennek következtében a fogyasztás a következő 2 évben 0,21 százalékkal

<sup>64</sup> 2008. május 22.

<sup>65</sup> *Siems* [2008], 454.

<sup>66</sup> Az első tanulmány 2003-ban készült, címe: „*Assessment of the economic impact of the proposed EC Consumer Directive*, July 2003”. A második jelentés 2007-ben készült, címe: „*What ist the impact of the proposed Consumer Credit Directive?* April 2007”. Interneten elérhetőek: [www.oxera.hu](http://www.oxera.hu)

<sup>67</sup> L. 2007-es jelentés 3. és köv. o., 11. és köv. o.

<sup>68</sup> L. 2007-es jelentés 21. és köv. o.

fog visszaesni, ami kb. 1,4 Mrd angol fontot jelent. Ennek hatására pedig a brit GDP is csökkenni fog, mintegy 0,08 százalékkal, vagyis közel 850 millió angol fonttal.

Egyértelmű tehát, hogy a növekvő hitelköltségek hátrányosan érintik az egész nemzetgazdaságot. Ha ugyanis a fogyasztók jelentős része számára megszűnik, vagy legalábbis nagymértékben megnehezül a hitelfelvétel, akkor csökkenni fog az áruk és szolgáltatások fogyasztása, amely viszont a gazdasági növekedést veti vissza. Más vélemények szerint azonban makrogazdasági szempontból épp hogy előnyös, ha a hitelező bizonyos esetekben megtagadja a hitelnyújtást.<sup>69</sup> Ezt alátámasztják a jelenlegi világgazdasági válság kiváltó okai is, amelyek jól rávilágítanak arra, hogy mennyire veszélyes, ha a hitelpiacok „túlfűzötté” válnak.

## 5.2. Javaslat az Irányelv személyi hatályának a kiterjesztésére

Az új Irányelv maga mond le a biztosítéki ügyletek szabályozásáról, ennek megfelelően a kezességre sem terjed ki a hatálya. Több érv is szól azonban amellett, hogy a kezességre, illetve egyéb szukcessziós kötelekre is ki kellene terjeszteni az új Irányelv rezsimjét, vagyis az abban biztosított védelmi szintet.<sup>70</sup> Ezt támasztja alá, hogy a Bizottság 1995-ös jelentése, valamint a 2002-es első irányelvjavaslat szerint még kiterjedt volna az új Irányelv hatálya a fogyasztói kezességi szerződésre, illetve más hasonló biztosítéki ügyletekre is.<sup>71</sup> Erre azonban a végső szövegben már nem került sor.<sup>72</sup> Arra mindenesetre az új Irányelv alapján lehetősége nyílik a tagállami jogalkotóknak, hogy ezt a védelmi szintet – bár nem az Irányelv hatályát – a kezességre és más járulékos ügyletekre is kiterjesszék. A kielégítő szintű védelem megteremtése fogyasztói kezesség esetén azért lenne különösen fontos, mert erre vonatkozóan (jelenleg még) nincs európai uniós jogszabály, a hitelezők pedig sokszor nemcsak a hitelfelvevő, hanem a kezes teljesítőképességét sem vizsgálják megfelelően, illetve tévesen mérik fel azt.<sup>73</sup>

A védelmi szint kiterjesztése elsősorban a jogosultat terhelő, a szerződéskötést megelőző tájékoztatási kötelezettség szintjének emelésével járna együtt. A kiterjesztés ennek megfelelően érintené a reklámokba foglalandó általános tájékoztatást (irányelv 4. cikk) és a szerződéskötést megelőzően a hitelnyújtót terhelő egyéb tájékoztatást is (irányelv 5. cikk). Ki kell emelni az irányelv 5. cikk (6) bekezdését,

<sup>69</sup> Siems [2008], 458.

<sup>70</sup> Bülow–Arzt [2005], 1155.

<sup>71</sup> COM (2002) 443. L. a 3. cikkhez fűzött magyarázatot.

<sup>72</sup> Gsell–Schellhase [2009], 27.

<sup>73</sup> A német Alkotmánybíróságnak (BVerfG.) és Legfelsőbb Bíróságnak (BGH) vannak olyan döntései, amelyek ilyen esetekben eljutottak a kezességi szerződésben a semmisség kimondásáig. L.: BVerfG Beschluß vom 19.10.1993 (1BvR 567/89) = BVerfGE 89, 214. = NJW 1994, 36-39.; BVerfG Beschluß vom 05.08.1994 (1BvR 1402/89) = NJW 1994, 2749; BGHZ 25, 318., WM 1990, 969, ZIP 2003, 796., ZIP 2005, 432.

amely szerint a tagállamok biztosítják, hogy a hitelezők – és adott esetben a hitelközvetítők is – megfelelő magyarázattal szolgáljanak a fogyasztónak (az általunk javasolt esetben a kezesnek is) annak érdekében, hogy az értékelhesse, hogy a javasolt hitelmegállapodás (kezeségvállalás) megfelelő-e igényei és pénzügyi helyzet szempontjából. Ez a kezeség esetén azt jelentené, hogy jogszabályi alapja lenne annak, hogy a kezes alaposabban megismerje a biztosítandó alapügyletet. Lényeges továbbá az irányelv 8. cikke, amely a fogyasztó hitelképességének értékelésére vonatkozó kötelezettséget ír elő a hitelnyújtó számára. A kezeség szempontjából is fontosak emellett a 10. cikk (a hitelmegállapodásban feltüntetendő információk), illetve a 14. cikk (a fogyasztót megillető elállási jog) rendelkezései.

A 2008/48/EK irányelv implementációját végrehajtó, a fogyasztónak nyújtott hiteltől szóló 2009. évi CLXII. törvény sajnos nem tett lépéseket abba az irányba, hogy a fogyasztói kezeségre is kiterjessze az irányelv védelmi szintjét.

### Felhasznált irodalom

- Ady, J. – Paetz, E. [2009]: Die Umsetzung der Verbraucherkreditrichtlinie in deutsches Recht und besondere verbraucherpolitische Aspekte. *Zeitschrift für Wirtschafts- und Bankrecht Wertpapier-Mitteilungen*, 23/2009, 1061–1070.
- Artz, M. [2009]: Die „vollständige Harmonisierung“ des Europäischen Verbraucherprivatrechts. *Zeitschrift für Gemeinschaftsprivatrecht*, 4/2009, 171–177.
- Bacher V. [1998]: A versenyjog és az összehasonlító reklám. *Gazdaság és Jog*, 1998/6. sz., 3–10.
- Bodzási B. [2010]: Az általános szerződési feltételek egyoldalú módosításának joga – elemzés a német és az osztrák jog alapján. *Hitelintézeti Szemle* (9. évfolyam), 2010/1. sz., 24–42.
- Bülow, P. – Artz, M. [2005]: Am Vorabend einer neuen Verbraucherkreditrichtlinie. *Zeitschrift für Wirtschafts- und Bankrecht Wertpapier-Mitteilungen*, 25/2005, 1153–1157.
- Danco, A. [2003]: Die Novellierung der Verbraucherkreditrichtlinie. *Zeitschrift für Wirtschafts- und Bankrecht Wertpapier-Mitteilungen*, 18/2003, 853–861.
- Dübel, H.-J. – Köndgen, J. [2006]: *Die vorzeitige Rückzahlung in Europa*. Schriftenreihe des Verbandes deutscher Pfandbriefbanken, Band 20. Fritz Knapp Verlag, Frankfurt am Main.
- Effer-Uhe, D. O. – Watson, J. M. [2009]: Der Entwurf einer horizontalen Richtlinie über Rechte der Verbraucher. *Zeitschrift für Gemeinschaftsprivatrecht* (GPR), 1/2009, 7–15.
- Freitag, R. [2008]: Vorzeitige Rückzahlung und Vorfälligkeitsentschädigung nach der Reform der Verbraucherkreditrichtlinie. *Zeitschrift für Wirtschaftsrecht*, 24/2008, 1102–1110.
- Fuglinszky Á. [2000]: A kezeség jogintézménye a házaló kereskedelem, illetve a fogyasztói kölcsön szemszögéből a vonatkozó EU-irányelvek és a német jog tükrében. *Polgári Jogi Kodifikáció*, 2000/4. sz. 32–34.
- Fuglinszky Á. [2001]: Az elektronikus kereskedelem egyes fogyasztóvédelmi kérdései a német és a magyar jogban. In: Harmathy Attila (szerk.): *Jogi tanulmányok*. ELTE ÁJK, Budapest, 81–103.
- Gsell, B. – Schellhase, H. M. [2009]: Vollharmonisierte Verbraucherkreditrecht – Ein Vorbild für die weitere europäische Angleichung des Verbrauchervertragsrechts? *Juristische Zeitung*, 1/2009, 20–29.
- Köndgen, J. [2000]: Vorzeitige Tilgung hypothekarisch gesicherter Festzinskrediten. In.: *Die vorzeitige Rückzahlung von Festzinskrediten. Eine rechtsvergleichende und ökonomische Analyse*. Schriftenreihe des Verbandes deutscher Hypothekenbanken. Band 8., Fritz Knapp Verlag, Frankfurt a.M.



- Riesenhuber, K. [2003]: Information – Beratung – Fürsorge – Kritische Bemerkungen zum Vorschlag einer neuen Verbraucherkreditrichtlinie. *Zeitschrift für Bankrecht und Bankwirtschaft*, 5/2003, 325–334.
- Rott, P.[2008]: Die neue Verbraucherkredit-Richtlinie 2008/48/EG und ihre Auswirkungen auf das deutsche Recht. *Zeitschrift für Wirtschafts- und Bankrecht Wertpapier-Mitteilungen*. 24/2008, 1104–1113.
- Schaub, R. [2011]: Europäische Produkthaftung: Wie weit reicht die Harmonisierung heute? *Zeitschrift für Europäisches Privatrecht (ZEuP)*, 1/2011, 41–64.
- Schmidt-Kessel, M. [2010]: Zum Stand der Beratungen der Horizontalrichtlinie Verbraucherschutz – Meilensteine auf dem Weg zum legislatischen Desaster. *Zeitschrift für Gemeinschaftsprivatrecht (GPR)*, 3/2010, 129–137.
- Siems, M. [2008]: Die neue Verbraucherkreditrichtlinie und ihre Folgen. *Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht*, 15/2008, 454–458.
- Sulyok M. [2011]: A banki termékek reklámozására vonatkozó magyar és európai uniós szabályozás. Kézirat. Várható megjelenés: Kisfaludi András (szerk.): *Bankjogi tanulmányok*. Az ELTE Kuncz Ödön Jogi Tudásközpont kiadványai, ELTE Eötvös Kiadó, Budapest.
- Vékás L. [2001]: Európai közösségi fogyasztóvédelmi magánjog. In: Vékás Lajos (szerk.): *Európai közösségi jogi elemek a magyar magán- és kereskedelmi jogban*. KJK KERSZÖV Kiadó, Budapest, 27–96.
- Vígh J. F. [1999]: Irányelv az EU tagállamai összehasonlító reklámra vonatkozó jogi és igazgatási rendelkezéseinek harmonizálására. *Külgazdaság – Jogi Melléklet*, 1999/7–8. sz., 100–109.
- Wagner, Gerhard [2010]: Zwingendes Privatrecht – Eine Analyse anhand des Vorschlages einer Richtlinie über Rechte der Verbraucher. *Zeitschrift für Europäisches Privatrecht (ZEuP)*, 2/2010, 243–278.
- Wendehorst, Ch. [2009]: Die neue Verbraucherkreditrichtlinie: Rücktritt, Kündigung, vorzeitige Rückzahlungen. *Österreichische BankArchiv*, 1/2009, 30–46.

# Jogi melléklet

## VERSENYPOLITIKA ÉS VERSENYKÉPESSÉG

### Az európai jog versenykorlátozásokra vonatkozó szabályainak fejlődése –

### A decentralizációtól a közgazdasági megközelítésen át a magánjogi jogérvényesítésig

JÜRGEN BASEDOW

*A cikk a szerzőnek a Bécsi Egyetem (Universität Wien) által szervezett „Tagung zum Thema Wettbewerbsrecht 2008/2009” című konferencián 2008. november 27-én elhangzott előadásanyagának bővített változata. (Eredeti címe: Entwicklungslinien des Europäischen Rechts der Wettbewerbsbeschränkungen – Von der Dezentralisierung über die Ökonomisierung zur privaten Durchsetzung.) A cikk első része az európai versenyjog fejlődését tekinti át vázlatosan a kezdetektől napjainkig, míg a második rész a közgazdasági megközelítés (more economic approach) alkalmazását veszi górcső alá.\**

Journal of Economic Literature (JEL) kód: K – Law and Economics, K21 – Antitrust Law, L4 – Antitrust Issues and Policies.

\* A cikket fordította: Czigler Dezső Tamás (tudományos segédmunkatárs, MTA Jogtudományi Intézete, Budapest, e-mail cím: tczigler@jog.mta.hu) és Vörös Imre (igazgatóhelyettes, kutató professzor, MTA Jogtudományi Intézete, Budapest, e-mail cím: voros44@gmail.com)

Basedow, Jürgen, igazgató, Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales Privatrecht, Hamburg, Mittelweg 187. 20148 Hamburg. Email: basedow@mpipriv.de

A rovat cikkei a Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központjának támogatásával jelennek meg.

## I. Bevezetés: Az európai kartelljog fejlődésének négy szakasza

A versenyjog kezdetektől fogva az európai integráció központi magját képezte. A Montánuniót létrehozó szerződésben (a továbbiakban: „*ESzAK Szerződés*”)<sup>1</sup> – néhány évvel a második világháború befejezését követően – a legfontosabb cél még az volt, hogy a háború szempontjából oly fontos szén- és acélttermelésre vonatkozó hatalmi pozíciók kiépítését és ezáltal Európa békéjének újabb veszélyeztetését megszüntessék. A piaci viszonyoknak a verseny alapulvételével történő szabályozása és egy főhatóság alá vonása rövid idő alatt sikeresnek bizonyult, ráadásul – nem elhanyagolható módon – maga után vonta a szén- és acélgazdaság 50-es évekbeli fellendülését is.<sup>2</sup>

E folyamat következménye volt az Európai Gazdasági Közösség 1957-es létrehozatalakor<sup>3</sup> a versenyszabályozás egyéb piacokra történő kiterjesztése. Az Európai Közösséget Létrehozó Szerződés (a továbbiakban: „*Római Szerződés*” vagy „*EKSz*”) a versenyjogra úgy tekint, mint a nemzeti piacok megnyitásához szükséges funkcionális kiegészítésre. A piacnyitás az alapszabadságok – az áruk és a tőke áramlásának, a letelepedés és a szolgáltatások szabadságának, illetve a munkavállalók mozgásának – követelménye. A belföldi és külföldi vállalkozások között fennálló fokozott versenyt védeni kell a korlátozásoktól, attól függetlenül, hogy a korlátozás a tagállamoktól vagy magánvállalkozásoktól származik-e. Funkcionális okokból a szerződés versenyszabályokra vonatkozó fejezete együtt szabályozza az EKSz 81. és 82. cikkében található, magánfelek által történő versenykorlátozást az állam által történő korlátozással, azaz az állami vállalatok 86. cikkbeli szabályozásával, valamint az állami támogatásokra vonatkozó 87. cikkbeli rendelkezésekkel. Az eredetileg a Római Szerződésben szabályozott, a tagállamok dömpingtevékenysége kapcsán felmerülő eljárásra vonatkozó rendelkezések feleslegesnek bizonyultak, így később azokat törölték a szövegből.<sup>4</sup>

A kezdeti, ötvenes évekre tehető szakaszt követően az európai versenyjog fejlődése szempontjából három további fázist különböztethetünk meg. A 60-as és 70-es évek *úttörő szakaszában* a Bizottságot a 17-es számú végrehajtási rendelettel (a to-

<sup>1</sup> Vertrag über die Gründung der Europäischen Gemeinschaft für Kohle und Stahl vom 18.4.1951, BGBl. 1952 II, 447. A Schuman-tervből eredően itt elsősorban a háborús kockázatok megszüntetésén volt a hangsúly, lásd a francia kormányzat 1950. 5. hó 9-én kelt nyilatkozatát egy közös német–francia nehéziparról; *Schulze – Hoeren* [1999], Dok. 3. 8–10. – *A fordítók megjegyzése: a tanulmány még a Lisszaboni Szerződés hatályba lépése előtti számozással hivatkozik az EKSz egyes cikkeire; ezek alatt azóta értelemszerűen az EUMSz megfelelően átszámozott cikkelyeit kell érteni.*

<sup>2</sup> Történeti áttekintésre lásd *Basedow* [2008], 270–273. o.

<sup>3</sup> Vertrag zur Gründung der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft vom 25.3.1957, BGBl. II, 766.

<sup>4</sup> *Vö.* az EKSz korábbi 91. cikkével.

vábbaikban: „17. rendelet”)<sup>5</sup> és a csoportmentesítési rendeletekkel<sup>6</sup> felruházták azon eszközökkel, amelyek a kartellekre és visszaélésekre vonatkozó tilalmak érvényre juttatásához szükségesek. A 80-as évek *expanzív szakaszában* a versenyjog alkalmazását egyrészt kiterjesztették olyan, korábban kivételnek számító területekre, mint az energia,<sup>7</sup> a közlekedés<sup>8</sup> vagy a biztosítások joga.<sup>9</sup> Másrészt bevezették a vállalkozások összefonódásának ellenőrzését,<sup>10</sup> melyet 1957-ben a Római Szerződés még nem vett át az ESzAK szerződésből. A kelet-európai tervutasításos gazdasági rendszerek összeomlását követően a 90-es évek közepétől elkezdődött a kartelljog *posztoszocialista szakasza*, mely jelenleg is tart.

Az európai kartell-jogfejlődés ezen utóbbi, posztoszocialista szakaszban két forrásból táplálkozik.

Először is egyre nő a kétség, hogy az Európai Bizottság mint központi végrehajtó hatóság a feladatait a jövőben is megfelelően el tudja-e látni. A számtalan közép- és kelet-európai állam csatlakozásával egy félmilliárd embert magába tömörítő piaccal lehet számolni, azaz – 1958-hoz képest – a népesség száma megháromszorozódott. Vajon meg tud-e birkózni ezzel a feladattal a bizottság? Idővel fokozott igény merült fel új végrehajtási-szervezeti szabályok meghozatala iránt. Ez egyrészt a kartelljog alkalmazásának decentralizálásához (lásd a II. alcímet), másrészt a kartelljog magánjogi úton, polgári eljárásokban történő érvényesítésére irányuló kezdeményezésekhez (lásd a III. alcímet) vezetett.

Másodsorban a 90-es években Európában is előtérbe kerültek a közgazdaságtanban a Chicagói Iskola eszméi. A kartelljogi gondolkodás radikális, pusztán a jóléti analízist központba állító és a gazdasági szabadság egyes aspektusait teljesen figyelmen kívül hagyó leegyszerűsítésével nagy hatást gyakorolt azon európai hallgatókra, akik a 70-es és 80-as években az amerikai egyetemeken antitröszt-jogot tanultak és akik időközben nagy hatással rendelkeznek az európai kartelljog fejlődésére. Az eredmény az lett, hogy az Európai Bizottság átvette az úgynevezett közgazdasági

<sup>5</sup> 17-es tanácsi rendelet: első rendelet a Szerződés 85. és 86. cikkének végrehajtásáról. HL 13., 21.02.1962., 204. o.

<sup>6</sup> A csoportmentesítési rendeleteket – jórészt – a Bizottság bocsátotta ki. Az erre vonatkozó felhatalmazására lásd A Tanács 19/65/EGK rendelete (1965. március 2.) a Szerződés 85. cikke (3) bekezdésének a megállapodások és összehangolt magatartások egyes csoportjaira történő alkalmazásáról. HL P 36., 6.3.1965., 533.

<sup>7</sup> Az energiaszektor részben az ESzAK, részben az Euratom-Szerződés alá tartozott. Utóbbira lásd; Euratom-Vertrag, 25.3.1957, BGBI. II, 1014. Egyebekben az általános európai kartelljog volt alkalmazandó. Mindazonáltal a 81. és 82. cikkek alkalmazására csupán a belső piaci politika liberalizálását követően kerülhetett sor; az egyik első ítélet az Almelo-ügy volt, lásd Case C-393/92. Municipality of Almelo and others v NV Energiebedrijf IJsselmij. ECR 1994., I-1477. o. Az energiapiacok fejlődésére ld. *Nyssens–Schnichels* [2007], Chapter 12.

<sup>8</sup> *Basedow* [1989], 157., 173. o.

<sup>9</sup> Háttérére lásd *Schwintowski* [1987], 241., 314. o.; *Rivero–Nijenhuis–Ryan* [2004] 11., 92. o.

<sup>10</sup> A Tanács 4064/89/EGK rendelete (1989. december 21.) a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről. HL L 395., 1989.12.30., 1. o.

megközelítés (*more economic approach*) szemléletét, amely fokozatosan a versenyanalízisek összes területét áthatja (lásd a IV. alcímet).

## II. Decentralizáció

### 1. A mentesítések rendszere 2003 előtt

Az európai versenyjogot a 17. rendelet 1962-es elfogadása óta a Bizottság EK Sz 81. cikk (*EUM Sz 101. cikk*) 3. bekezdésében található mentesítési monopóliuma jellemzi.<sup>11</sup> Csupán a bejelentett megállapodások kaphattak mentességet.<sup>12</sup> A nemzeti hatóságoknak és bíróságoknak – a mai helyzethez hasonlóan – joguk és kötelességük volt az EK Sz 81. cikk 1. bekezdése szerinti kartelltilalmat figyelembe venni.<sup>13</sup> A Brüsszelben megindított mentesítési eljárások ugyanakkor a nemzeti eljárások felfüggesztését,<sup>14</sup> és ezáltal késedelmét okozták. A beérkező panaszok és mentesítési kérelmek száma feltartóztathatatlannal nőtt. A helyzetet a bizottság egyre kevésbé tudta kezelni.

Ebből kifolyólag a kiutat keresve a Tanács felhatalmazása alapján egyrészt csoportmentesítési rendeleteket hozott létre. Másrészt az egyes kérelmezők leveleire úgynevezett megerősítő levelekkel (*comfort letters*) válaszolt. A *comfort letter*-ekben csupán azon álláspontját rögzítette, hogy a levél kibocsátásának időpontjában nem lát indokot a beavatkozásra, azonban fenntartja magának a jogot egy későbbi vizsgálat lefolytatására.<sup>15</sup> E gyakorlat jelentős jogbizonytalanságot okozott. Felmerült ugyanis a kérdés, hogy a *comfort letter* kibocsátását követően a hasonló szerződéseket a nemzeti bíróságoknak vajon érvényesnek vagy semmisnek kell-e tekinteniük? A Közösség kibővítésével a problémás ügyek száma ráadásul még tovább nőtt.

### 2. Az EK Sz 81. cikk 3. bekezdésében szabályozott kivétel

Megoldásként az 1/2003/EK rendelet<sup>16</sup> 1. cikkének 2. bekezdése kimondja az EK Sz 81. cikk 3. bekezdésének közvetlen hatályát. A nemzeti bíróságok és hatóságok ebből eredően nem csupán a 81. cikk 1. bekezdésének kartelltilalmát, hanem azzal együtt a 3. bekezdés mentesítési szabályait is alkalmazzák. Utóbbi bekezdés tehát kivételként alkalmazható. Egyúttal a nemzeti hatóságok/bíróságok elveszítik

<sup>11</sup> Lásd a 17. rendelet 9 cikkének (1) bekezdését.

<sup>12</sup> Lásd a 17. rendelet 4. cikk (1) bekezdésének 2. mondatát.

<sup>13</sup> Lásd a 17. rendelet 9. cikkének (3) bekezdését.

<sup>14</sup> Lásd C-234/89. sz. ügy. Stergios Delimitis kontra Henninger Bräu AG. EBHT 1991 I-935. 48. és 52. pontja.

<sup>15</sup> A háttérre lásd *Bellamy–Child* [1987], 3-013. számszám.

<sup>16</sup> A Tanács 1/2003/EK rendelete (2002. december 16.) a Szerződés 81. és 82. cikkében meghatározott versenyszabályok végrehajtásáról. HL L 1., 2003.1.4., 1.

azon jogukat, hogy jogsértő magatartás esetén a 81. és 82. cikk helyet saját nemzeti versenyjogukat alkalmazzák. Amennyiben az államok közti kereskedelem csorbítása felmerül, a kartellmegállapodásokra és összehangolt magatartásokra kizárólag a 81. cikk alkalmazandó.<sup>17</sup> Gazdasági erőfölénnyel való visszaélésekkel kapcsolatosan hasonló a helyzet, ugyanakkor az erősebb nemzeti jog bizonyos esetekben a 82. cikkel (*EUMSZ 102. cikk*) szemben is alkalmazható.<sup>18</sup>

A nemzeti szabályok visszaszorításával a Közösség meg kívánja akadályozni, hogy a decentralizálás a közösség versenyjogi alapvetéseinek torzulásához vezessen. Hasonló célt szolgál egy, a Közösség által életre hívott hálózat, a *European Competition Network* (a továbbiakban: „*Network*”) is, amely az ügyek egyes hatóságokhoz való kiutalását végzi.<sup>19</sup> A *Network* a Bizottságból és a tagállami hatóságokból áll. Ahogyan az az 1/2003/EK rendelet különböző előírásaiból és további dokumentumokból, így a Bizottság és a Tanács egy közös magyarázatából,<sup>20</sup> illetve az úgynevezett *Network*-közleményből<sup>21</sup> kiderül, a *Network* tagjai szoros együttműködésre kötelezettek. Az egyes versenyjogi hatóságok felvilágosítása szerint az együttműködés mindenféleképpen sikeresnek mondható.

### 3. Kritikai megjegyzések

Mindazonáltal a fenti koncepció hagyhat némi kétséget maga után. Anélkül, hogy részletekbe bocsátkoznánk, a következő pontokra hívnánk fel a figyelmet. Először is elgondolkodtató, hogy az 1/2003/EK rendelet éppen abban az időpontban lépett életbe, amikor a tagállamok gazdasági helyzete a különböző kelet-európai államok csatlakozása következtében az utóbbi államokban korábban létrejött jelentős állami tulajdon, illetve a versenyellenes hagyományok miatt különösen heterogén volt. Ez az időpont nem megfelelő a decentralizálásra.

Másodsorban még az unió régi államainak gazdaságpolitikai meggyőződései is eltérnek egymástól. A politikusok – a részvényesi struktúrától függetlenül – mindenhol a „saját” vállalkozások védelméről beszélnek. Az EKSz 81. és 82. cikk tágran megfogalmazott tényállási elemei minden államban kikapukat nyújtanak a „nemzeti bajnokok” követeléseinek.

Harmadrészt egy ügy kiosztása az európai hálózaton belül olyan bizonytalan, hogy egy vállalkozás sem tudja előre megmondani, milyen nemzeti hatóságok fogják a magatartását megvizsgálni és szankcionálni. Ha figyelembe vesszük, hogy egyes

<sup>17</sup> Lásd a 1/2003/EK rendelet 3. cikk (2) bekezdés 1. mondatát.

<sup>18</sup> Lásd a 1/2003/EK rendelet 3. cikk (2) bekezdés 2. mondatát.

<sup>19</sup> Lásd ehhez *Oelke* [2006].

<sup>20</sup> Joint statement of the Council and the Commission on the functioning of the Network of Competition Authorities. Council document No. 15435/02 ADD 1.

<sup>21</sup> Commission notice on cooperation within the Network of Competition Authorities. OJ C 101., 27.4.2004. 43. o.

tagállamok büntetőjogi szankciókat is alkalmaznak, ez az Emberi jogok Európai Egyezményének 6. cikkében, illetve az Európai Unió Alapjogi Chartájának 47. cikkében rögzített, igazságszolgáltatással kapcsolatos alapjogokra tekintettel igencsak elgondolkodtató.

Negyedikként meg kell említeni, hogy hiány tapasztalható a kooperációs mechanizmusok tekintetében is; ennek megfelelően a tagállami határozatok kölcsönös elismeréséről és végrehajtásáról az 1/2003/EK rendelet nem szól.

Végezetül, ötödikként kritika illetheti a fennálló látens szankció-deficitet is. Ha ugyanis a *Network* egy ügyet az egyik tagállam hatóságához utal, utóbbi hatóság csupán azt a versenykorlátozást fogja vizsgálni, amellyel kapcsolatos forgalmat az érintett vállalat a hatóság saját nemzeti piacán ért el. Ebből következik, hogy a kiszabott bírság nagysága csupán az ezen a piacon elért forgalomtól és nem az Európa-szerte elért forgalomtól függ.

Összességében nézve tehát megállapítható, hogy az EK Sz 81. és 82. cikkei<sup>22</sup> ma gyakrabban kerülhetnének alkalmazásra, mint korábban. Ezért viszont jelentős árat kell fizetni: a Közösség jogalkalmazása nem homogén, a jogállamiság sérül, és a látens alulszankcionálás is jelentős.

### **III. A versenyjog magánjogi úton történő érvényesítése: az ún. magánjogi jogérvényesítés**

#### *1. Bírósági eljárások*

Az európai versenyjog központi, bizottság általi végrehajtásának gyengeségét azáltal is lehetne kompenzálni, ha versenyjogsértéseket a polgári bíróságok a jövőben nagyobb mennyiségben szankcionálnának. A peres felek által a versenyjogsértés kifogásként való felhívása nem új intézmény; sikeres esetben érvényesülhet az EK Sz 82. cikk 2. bekezdésének semmisségi előírása.

Ezzel szemben néhány éve a vita az EK Sz 81. és 82. cikkének offenzív, a versenyjogsérelem *sértettje* által történő alkalmazása körül folyik.<sup>23</sup> A közösségi jog hasonló igényeket a közelmúltig nem ismert el, csupán – az amerikai Clayton Act szabályozásához<sup>24</sup> hasonlóan – a nem háromszoros kártérítésre vonatkozó kártérítési igényeket.

A közösségi jog, pontosabban a közösségi jogalkotás és jogalkalmazás egy idő után ugyanakkor mozgásba lendült. Már az 1999-es, modernizálásról szóló Fehér Könyvben hangsúlyozta a Bizottság, hogy a cél a későbbi 1/2003/EK rendelet javaslatában lehetővé tenni a magánfél-sértettek általi magánjogi követelések érvényesí-

<sup>22</sup> A Lisszaboni Szerződéssel bevezetett változások óta: az EUM Sz 101. és 102. cikkei.

<sup>23</sup> A háttérre lásd *Schmidt* [1997], Art. 85 Abs. 2 Rnern. 38 ff.

<sup>24</sup> Lásd § 4 Clayton Act, 15 U.S.C. § 15 – Suits by persons injured.



tését a tagállami bíróságok előtt.<sup>25</sup> Ezt követően a nemzeti polgári bíróságok csak-ugyan közvetlenül dönthetnek az EKSz 81. cikkének megsértéséből eredő kártérítési követelések megítéléséről, anélkül hogy a bizottság hosszadalmas mentesítési döntésére várniuk kellene.

Időközben az Európai Bíróság a *Courage kontra Crehan*<sup>26</sup> ügyben is megállapította, hogy a kartelltilalom gyakorlati hatékonysága sérülne, „ha nem igényelhetne bármely személy kártérítést olyan szerződés vagy magatartás által okozott kárért, amely alkalmas a verseny korlátozására vagy torzítására”.<sup>27</sup> Ebben az ügyben tehát elismerték a magán(jogi) igényérvényesítés közösségi jogi alapját. A hatékonyság követelményét figyelembe véve 2006-ban a *Manfredi*-ügyben az európai bíróság kimondta, hogy „a károsultak nemcsak a tényleges kár (*damnum emergens*) megtérítését követelhetik, hanem az elmaradt haszon (*lucrum cessans*) megtérítését, valamint a kamatok megfizetését is”.<sup>28</sup> Egyéb kérdésekben ezzel szemben a vonatkozó nemzeti jogot kell alkalmazni.<sup>29</sup>

A vonatkozó, deliktuális természetű igényekre a közösségi jogalkotó a Róma II. rendelet 6. cikkének 3. bekezdésében azt mondja ki, hogy ezekre a kérdésekre az érintett piac jogát kell alapul venni; amennyiben több államra kiterjedő hatásról van szó, utóbbi jog helyébe a *lex fori* léphet.<sup>30</sup>

## 2. A jogszabályi háttér fejlődése

A bírói jogfejlesztéssel párhuzamosan a bizottság útjára indított egy politikai konzultációt az EKSz 81. és 82. cikkének megsértéséből eredő kártérítési igényekkel kapcsolatosan. Először is 2001-ben<sup>31</sup> megszervezték egy alaposan előkészített konferenciát, melynek a firenzei *European University Institute* adott otthont.

<sup>25</sup> Lásd Proposal for a Council Regulation on the implementation of the rules on competition laid down in Articles 81 and 82 of the Treaty and amending Regulations (EEC) No 1017/68, (EEC) No 2988/74, (EEC) No 4056/86 and (EEC) No 3975/87 ("Regulation implementing Articles 81 and 82 of the Treaty"). COM (2000) 582 final, Explanatory Memorandum 2 C 1 (a) pont.

<sup>26</sup> Lásd C-453/99. sz. ügy. *Courage Ltd* kontra *Bernard Crehan* és *Bernard Crehan* kontra *Courage Ltd* és társai. EBHT 2001., I-6297. o.

<sup>27</sup> Lásd az ítélet 26. pontját.

<sup>28</sup> C-295/04 és C-298/04. sz. egyesített ügyek. *Vincenzo Manfredi* és társai kontra *Lloyd Adriatico Assicurazioni SpA* és társai. EBHT 2006., I-06619. o. 100. pont.

<sup>29</sup> Lásd az ítélet 92. pontját.

<sup>30</sup> Az Európai Parlament és a Tanács 864/2007/EK rendelete (2007. július 11.) a szerződésen kívüli kötelmi viszonyokra alkalmazandó jogról („Róma II.”). HL L 199., 2007.07.31., 40. o.; Lásd még: *Mankowski* [2008], 177–193. o.

<sup>31</sup> Lásd *Ehlermann–Atanasin* [2003].

Ezt követően a Bizottság 2004-ben létrehozott egy kutatócsoportot,<sup>32</sup> amely egy kapcsolódó 2005-ös Zöld Könyv elkészítésében segédkezett.<sup>33</sup>

Egy átfogó, munkacsoportokban zajló konzultációt követően 2008 tavaszára közzétettek egy Fehér Könyvet az „EK trösztellenes szabályainak megsértésén alapuló kártérítési keresetekről”, melyben a bizottság számos javaslatot tett és jogpolitikai lehetőségeket vázolt fel.<sup>34</sup>

Utóbbi dokumentum a fogyasztók keresetindításhoz való jogosítványairól, a jogérvényesítésre hivatott csoportok, illetve az egyes ügyek kapcsán alapított ad hoc alapított szervezetek (közös keresetek) helyzetéről; a bizonyítékok nyilvánosságra hozatali kötelezettségéről és hozzáférésük módjáról; a nemzeti hatóságok döntéseinek más államban való kötelező erejéről; a vétkesség követelményéről a kereset indoklása során; a károk kiszámításának megkönnyítéséről, az árnövelés áthárításáról mint védekezésről, amely a közvetlen ügyfelekkel szemben szabad, ugyanakkor nem közvetlen ügyfelekkel szemben nem megengedhető; az elévülési idő kezdetéről és felfüggesztéséről; a kártérítési kereset költségeinek nagyságáról és a költségek megosztásáról, illetve a kartellejárás hatóságának engedékenységi programjai és a lehetséges kártérítési keresetek közötti kapcsolatról szólt.

### 3. Kiegészítő megjegyzések

A fent tárgyalt kérdések a magánjog, illetve a polgári eljárásjog területeire estek. Noha jelen írásban – terjedelmi okoknál fogva – nem vállalkozhatunk még a rövidebb, marginális szerepű értékelésre sem, bizonyos nézeteink kifejtését szükségesnek érezzük. E körben két lényegesebb észrevételt szeretnénk tenni.

Egyrészt a bizottság korábban leírt törekvései kapcsán azt láthatjuk, hogy azok utat nyitnak a jogalkotásnak arra, hogy bizonyos területeken a speciális deliktumokhoz köthető jogokat alakítsanak ki.

Így például a fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról szóló 2005/29/EK irányelv a vállalkozók és a fogyasztók közötti, fo-

<sup>32</sup> A csoport vezetője Walter van Gerven volt, a tagjai: Jürgen Basedow, Sir Christopher Bellamy, Carole Champalaune, Robert Mok.

<sup>33</sup> Zöld Könyv – Az EK antitröszt szabályainak megsértésére épülő kártérítési keresetekről COM (2005) 672 végleges. A Zöld Könyvvel együtt angol nyelven egy terjedelmes háttéranyagot (*Commission Staff Working Paper*) is közzétettek; mindkettőre nézve lásd Basedow [2007], 257. o. és köv.

<sup>34</sup> Fehér Könyv az EK trösztellenes szabályainak megsértésén alapuló kártérítési keresetekről. COM (2008) 165 végleges. A Fehér Könyvhöz is csatoltak egy angol nyelvű *Commission Staff Working Paper*, lásd SEC (2008) 404.

gyasztót sértő tevékenység kiküszöbölésére és a mulasztások megszüntetésére irányuló igényekről szól, ugyanakkor a kártérítésről nem rendelkezik.<sup>35</sup>

A szellemi tulajdonjogok érvényesítéséről szóló 2004/48/EK irányelv a jogtulajdonosnak a tájékoztatáshoz való jog, eltiltás mellett a kártérítés követelését is lehetővé teszi.<sup>36</sup> Ezen irányelvek bizonyos eljárásjogi kérdések kapcsán hasonlóságot mutatnak, éppen úgy, ahogyan az bizonyos fogyasztóvédelmi irányelvekből, illetve a korábban említett kartelljogi Fehér Könyvben is látható. Noha az európai jogharmonizáció csupán részletekben halad előre, az átfogó koncepciók iránti igény egyértelműen érezhető, még akkor is, ha ezek csupán hosszú távon valósíthatóak meg teljesen.

A második észrevételünk a felperes szerepével kapcsolatos. Az üzleti életben igencsak kevesen mennek bíróságra azért, mert az igazságosságot, a jog uralmát szeretnék helyre állítani; az ismert drámában igazságát kereső Michael Kohlhaas nem üzletember volt. Aki a gazdasági jog alapján perel, józanul mérlegel. Felméri az eljárás megnyerésének esélyét, és azt is, hogy léteznek-e egyéb megoldások, amelyek nagyobb sikerrel kecsegtetnek. A kartelljog magánjogi úton történő érvényesítése ilyen értelemben konkurál a felperesnek a kartellel való megállapodásával. Utóbbi választása esetén a felperes is részévé válik a versenykorlátozásnak. Ez a kartelljogi jogalkalmazás gazdaságosságának kérdésére világít rá; a továbbiakban e területtel fogunk foglalkozni.<sup>37</sup>

#### IV. A közgazdasági megközelítés

##### 1. A Chicagói Iskola

Az európai versenyjog modernizálásának további fontos jellemzője a közgazdaság-tudomány térhódítása. A közgazdasági megközelítés elterjedése azonban nem az Európai Közösségek bővítését követően jelentkező jogalkalmazási problémákra vezethető vissza, hanem a közgazdaság-tudomány Chicagói Iskolájára, amely a 80-as években a Reagan adminisztrációval az amerikai versenyjognak is domináns gondolati irányzatává vált. A Chicagói Iskola szembefordult az amerikai bíróságok formalista joggyakorlatával, amely évtizedeken át a gyengébb versenytársak védelme érdekében számos magatartást (így az agresszíven alacsony árazást, az árukap-

<sup>35</sup> Vö. Az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve (2005. május 11.) a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról („Irányelv a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról”). HL L 149., 22. o. 11. cikk.

<sup>36</sup> Vö. Az Európai Parlament és a Tanács 2004/48/EK irányelve (2004. április 29.) a szellemi tulajdonjogok érvényesítéséről. HL L 157., 45. o. 10., 12., 13. cikk.

<sup>37</sup> Lásd *Basedow* [2006], 97. o.

csolást, a kizárólagossági kikötéseket) anélkül nyilvánított jogellenesnek, hogy kellő figyelmet szentelt volna a magatartások tényleges versenyjogi hatásának.<sup>38</sup>

Ezzel a megközelítéssel szemben a Chicagói Iskola egy egyszerű és éppen ezért meggyőző elméleti keretet állított fel, amely lényegében három gondolatra épült.<sup>39</sup>

(1) A versenyjogi beavatkozást nem a versenytárs védelme, hanem a fogyasztói jólét maximalizálása vezérli, a verseny csupán eszköz a jólét maximalizálásához. (2) A versenyjogi analízis feladata az, hogy feltárja az egyes piaci magatartások jóléti hatásait. Végso soron nem az a kérdés, hogy a magatartás miatt sérül-e a verseny struktúrája az érintett piacon, vagy hogy a magatartás a versenytársak számának csökkenéséhez vezet-e. Ennél fontosabbak a magatartás várható jóléti hatásai, amelyeket a jövőre vonatkozóan fel kell tárnunk. A Chicagói Iskola szerint, ha az érintett piacon nincsenek belépési korlátok, amelyek akadályoznák új versenytársak megjelenését, akkor az erőfölényben lévő vállalkozás monopolista magatartása várhatóan új versenytársak piacra lépését vonzza. Az új versenytársak megjelenésének veszélye viszont eleve korlátok között tarthatja az erőfölényes vállalkozás magatartását. (3) A versenykorlátozó magatartások indokolhatósága szempontjából minden esetben figyelembe kell venni a magatartásból eredő hatékonysági előnyöket.

Az elmúlt évtizedben ezek a gondolatok az európai versenyjog számos területén hatottak a jogalkotói és a jogalkalmazói munkára. A versenyre gyakorolt hatás közép-pontba helyezése tükröződik a horizontális együttműködésekről szóló közleményben,<sup>40</sup> valamint a vertikális csoportmentességi rendeletben, amely szerint a vertikális korlátozások nem vezetnek versenyjogi aggályokhoz, ha az érintett vállalkozások piaci részesedése nem haladja meg a 30 százalékot.<sup>41</sup> Mindemellet immár három éve folyamatban van az EKSZ 82. cikkének az erőfölényben lévő vállalkozások kizáró hatású magatartására történő alkalmazásával kapcsolatos jogalkalmazói gyakorlat felülvizsgálata.<sup>42</sup> Ennek során is a legfontosabb kérdés a magatartások jóléti hatásainak pontos feltérképezése, különös tekintettel a piacra lépés esetleges korlátaira. A bizottság az állami támogatások területén is közzétett egy cselekvési tervet, amely szerint az állami támogatások jogszerűségének EKSZ 87. cikk (3) bek. alapján történő vizsgálata során kiemelt figyelmet kell szentelni az érintett piacok közgazdasá-

<sup>38</sup> A Chicagói Iskoláról lásd *Schmidt* [2005], 19. o. és köv.

<sup>39</sup> Lásd részletesen *Wurmnest* [2010], § 7 B.

<sup>40</sup> A bizottság közleménye: Az EK-Szerződés 81. cikkének a horizontális együttműködési megállapodásokra való alkalmazhatóságáról szóló iránymutatás HL C 3., 6.1.2001., 2. o. és köv.

<sup>41</sup> A bizottság 2790/1999/EK rendelete (1999. december 22.) a Szerződés 81. cikke (3) bekezdésének a vertikális megállapodások és összehangolt magatartások csoportjaira történő alkalmazásáról HL L 336., 29.12.1999., 21. és köv.

<sup>42</sup> Lásd a Verseny Főigazgatóság Vitaanyagát az EKSZ 82. cikkének alkalmazásáról a kizáró hatású visszaélésekre (2005. december), <http://ec.europa.eu/comm/competition/antitrust/art82/discpaper2005.pdf> (Letöltés: 2011. január 1.). [Lásd továbbá: A Bizottság Közleménye – Iránymutatás az EK-Szerződés 82. cikkének az erőfölényben lévő vállalkozások versenykorlátozó visszaélő magatartására történő alkalmazásával kapcsolatos bizottsági jogérvényesítési prioritásokról. COM (2008) 832 végleges (a fordítók)].

gi jellemzőinek, különösen az esetleges piaci hiányosságoknak.<sup>43</sup> Mindezek mellett a fejlődés különösen fontos tanújele az 139/2004 EK Fúziós Rendelet által bevezetett új anyagi jogi teszt az összefonódások elbírálására, amelyet az alábbiakban vesszünk részletesebben szemügyre.<sup>44</sup>

## 2. A régi és az új fúziós rendelet

A korábbi 4064/89/EGK fúziós rendelet alapján a közös piaccal összeegyeztethetetlennek kellett nyilvánítani az összefonódást, ha „olyan erőfölényt hoz létre vagy erősít meg, amelynek következményeként a közös piacon vagy annak egy jelentős részén a hatékony verseny jelentősen korlátozódna”. Ezen kétlépcsős teszt második tényállási eleme, a hatékony verseny jelentős korlátozása azonban nem töltött be önálló funkciót a dominanciateszt mellett.<sup>45</sup> A dominanciateszt révén a korábbi fúziókontroll rendelet indirekt módon az EKSZ 82. cikkének gondolati kategóriáihoz kapcsolódott, különösen ahhoz a Bíróság által felállított vélelemhez, miszerint 50 százalékos piaci részesedés felett megállapítható az erőfölényes helyzet,<sup>46</sup> illetve a kollektív erőfölénnyel kapcsolatos esetjoghoz.

A korábbi fúziós rendelethez képest a 139/2004 EK Rendelet 2. cikkének 3. bekezdése felcserélte a tényállási elemek sorrendjét. Az új teszt szerint akkor összeegyeztethetetlen a közös piaccal az összefonódás, ha „különösen erőfölény létrehozása vagy megerősítése következményeként a közös piacon vagy annak egy jelentős részén a hatékony versenyt jelentősen akadályozná”. A dominanciateszt így már csupán példaként szolgál a hatékony verseny jelentős akadályozására, azaz az ún. „*significant impediment to effective competition*” (SIEC-) tesztre. Az új SIEC-teszt alapján akkor is megtiltható egy összefonódás, ha az nem hoz létre, illetve nem erősít meg erőfölényes helyzetet.

Mennyiben tükrözi azonban az új fúziós teszt a közgazdasági megközelítést? Miért volt egyáltalán szükség arra, hogy a Bizottság nagyobb szabadságot kapjon az összefonódások megtiltására? A Fúziós Rendelet preambuluma 25. bekezdése ezzel kapcsolatban a nem egyeztetett (az ún. „*non-coordinated*” vagy „*unilateral*”) hatásokat emeli ki, amelyek oligopolisztikus felépítésű piacon történő összefonódások következtében jelentkezhetnek.

<sup>43</sup> Lásd Állami Támogatási Cselekvési Terv. COM (2005) 107 végleges.

<sup>44</sup> A Tanács 139/2004/EK rendelete (2004. január 20.) a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről („Fúziós Rendelet”) HL L 24., 29.1.2004., 1. o. és köv.

<sup>45</sup> Ezen tényállási elem jelentőségéről lásd bővebben: *Immenga* [1997], FKVO Art. 2 Rn. 18. és köv., valamint *Rösler* [2008], FKVO Art. 2. Tz. 216. és köv.

<sup>46</sup> C-62/86 sz. ügy. AKZO Chemie kontra Bizottság. EBHT 1991. I-3359 o. 60. pont.

A nem egyeztetett hatások kérdése az *Airtours-ügyben* került a figyelem középpontjába az Elsőfokú Bíróság ítélete nyomán.<sup>47</sup> Az ügy a kontinentális Európába és az azt körülvevő államokba irányuló üdülési csomagok brit piacát érintette, ahol a négy vezető utazási iroda közül a harmadik és a negyedik fuzionált 15 és 19,4 százalékos piaci részesedésekkel. Az összefonódást követően létrejövő vállalkozás piacvezető lett volna 34,4 százalékos piaci részesedéssel, megelőzve a korábbi piacvezetőt és a második legnagyobb piaci szereplőt, amelyek 30,7 százalék, illetve 20,4 százalékos piaci részesedéssel bírtak. A bizottság az összefonódást azzal az indoklással tiltotta meg, hogy a tranzakció a négy piacvezető vállalkozás közös erőfőlnyes helyzetét erősítette volna.<sup>48</sup>

A Bíróság azonban megsemmisítette a bizottság döntését. Az ítéletben a Bíróság kiemelte, hogy közös erőfőlnyes fennállta csak fokozott piaci transzparencia esetén állapítható meg, amely lehetővé teszi, hogy a közös erőfőlnyesben lévő vállalkozások mindegyike pontosan és gyorsan figyelemmel kísérje a többi vállalkozás magatartását. Továbbá, a Bíróság szerint csak akkor alakulhat ki közös erőfőlnyes helyzet, ha az érintett vállalkozások képesek az oligopóliumból kitörni kívánó vállalkozásokat megregulázni, amelyek ennek veszélyét előre látva eleve elrettennek attól, hogy versenyt provokáljanak. A Bíróság szerint a bizottság az adott ügyben azonban nem bizonyította ezen – a közös erőfőlnyes megállapításához szükséges feltételek – fennálltát.

A strukturális erőfőlnyes teszt igazi korlátait az *Airtours-ügy* mutatta meg. Hiányzott ugyanis a közös erőfőlnyes megállapításának egyik alapfeltétele, a kölcsönös megfigyelés lehetősége: az üdülési csomagok sokféleségére tekintettel az érintett termékek nem alkottak homogén csoportot, az egyes üdülési csomagok nehezen voltak összehasonlíthatók. Mindazonáltal amint azt a közgazdaságtan bizonyította, a versenytársak számának csökkenése egy szűk oligopólium esetén valóban növeli az oligopólium tagjainak esélyét a monopolár felé történő elmozdulásra, még hozzá anélkül, hogy a vállalkozások egyeztetnék magatartásukat. Az *Airtours-ügyben* valószínűtlen volt, hogy az új piacvezető versenyelőnyét behozzák a versenytársak, mivel nem tudtak volna rövid időn belül megfelelő mennyiségű hotelszobát és repülőjegyet foglalni ahhoz, hogy felvehessék a versenyt. Míg az ilyen nem egyeztetett hatások a korábbi erőfőlnyes teszt hatálya idején nem voltak versenyjogilag értékelhetők, a SIEC-teszt már tágabb teret enged a versenyjogi beavatkozásnak.<sup>49</sup>

<sup>47</sup> T-342/99 sz. ügy. *Airtours plc* kontra Európai Közösségek Bizottsága. EBHT 2002. II-2585. o.

<sup>48</sup> Commission Decision of 22 September 1999 declaring a concentration to be incompatible with the common market and the EEA Agreement (Case IV/M.1524 — *Airtours/First Choice*). Text with EEA relevance. Notified under document number C (1999) 3022. HL L 93., 13.4.2000., 1. o. és köv.

<sup>49</sup> Lásd *Bundeskartellamt, Arbeitskreis Kartellrecht* [2001], 16. o. és köv.

A fenti érvelés azt sejteti, hogy az Airtours-ügyben az utazási irodák közti összefonódást a SIEC-teszt alkalmazásával meg lehetett volna tiltani, mivel az összefonódás jelentősen korlátozta volna a hatékony versenyt. Ez azonban egyáltalán nem biztos. A hivatkozott versenyjogi analízis ugyanis kizárólag egyetlen szezonra terjedt ki, amely egy rendkívül korlátozott időtartam, és ez idő alatt a versenytársak valóban nem tudnak reagálni az új piacvezető versenyelőnyére. Az analízis azonban figyelmen kívül hagyja a versenytársak lehetséges reakcióját a következő években. Ha ugyanis egy versenytárs az egyik évben váratlanul versenyhátrányba kerül a piacvezetővel szemben, akkor a következő évben növelni fogja kapacitásait, és megpróbálja növelni piaci részesedését. A tapasztalatok szerint ez adekvát reakció a versenyre. Miért kellene tehát az egyetlen szezonra vonatkozó prognózis alapján azt feltételezni, hogy a hatékony verseny valóban jelentősen csorbul?

A fentiek tükrében az Airtours-ügyben az erőfölényes teszt és a SIEC-teszt alkalmazása ugyanarra az eredményre vezethet, még hozzá az összefonódás engedélyezéséhez. Ráadásul az Európai Bizottság gyakorlata 2004 óta egyáltalán nem utal arra, hogy a SIEC teszt egyes ügyekben vagy ügycsoportokban más eredményre vezetne, mint az erőfölényes teszt alkalmazása. Bár a bizottság az új teszt bevezetése óta nagyobb hangsúlyt fektet érvelésében a hatékony verseny jelentős korlátozására, nem lehettünk tanúi olyan ügyeknek, amelyekben a dominanciaseszt alapján más döntés született volna.<sup>50</sup>

#### 4. A hatékonysági védekezés

A közgazdasági megközelítés egy további fontos tényezője az ún. hatékonysági védekezés, (*efficiency defence*).<sup>51</sup> Az 139/2004 Rendelet preambuluma 29. bekezdése kifejezetten utal annak lehetőségére, hogy „az összefonódás révén megvalósuló hatékonyságjavulás ellensúlyozza a versenyre gyakorolt hatásokat, és különösen a fogyasztóknál máskülönböző jelentkező lehetséges hátrányokat, és ennél fogva az összefonódás a hatékony versenyt [...] nem akadályozza jelentősen”. A versenykorlátozás megállapíthatósága keretében így figyelembe kell venni a hatékonyságjavulás kérdését. A bizottság által közzétett horizontális összefonódásokra vonatkozó iránymutatás szerint is kompenzálhatók a versenyre gyakorolt káros hatások a hatékonyságnövekedés által.<sup>52</sup> Bár a német fúziókontroll a hatékonysági védekezést nem ismeri, a hatékonyságjavulás azonban az összefonódások elbírálása során figyelembe vehető az analízis különböző pontjain.

<sup>50</sup> Lásd *Monopolkommission* [2008], Tz. 691-699.

<sup>51</sup> Lásd *Mestmäcker–Schweitzer* [2004], § 25 Rn. 142. és köv.; Zeise [2005], Rn. 1282. és köv.

<sup>52</sup> Iránymutatás a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló tanácsi rendelet szerint a horizontális összefonódások értékeléséről. HL C 31., 05.02.2004., 5. o.



A hatékonysági védekezés ellen két érv szól: egyrészt a hatékonyságjavulás csak szubjektív módon ítélnél meg, másrészt a jövőbeli gazdasági folyamatok csak korlátozott biztonsággal jelezhetők előre.

Ami az első (ellen)érvet illeti, a hatékonyságjavulás mérlegelése elsősorban nem egy állami szerv feladata. A piaczgazdaságra épülő modell abból az alapvető feltevéseből indul ki, hogy a piac szereplői a gazdasági preferenciáikat saját maguk határozzák meg szubjektív alapon.<sup>53</sup> Senkit sem lehet racionális módon meggyőzni arról, hogy a pénzét inkább nagyobb lakásra költse, mint luxusautóra, vagy világ körüli utazásra. Az egyéni preferenciák pszichológiai és kulturális tényezőkkel magyarázhatók, vagy egyszerűen az egyes szereplők egyedi szükségleteire és vágyaira vezethetők vissza. A piacnak el kell fogadnia ezeket a preferenciákat mint az áruk és szolgáltatások cseréjének kiindulópontját és az árképzés meghatározóját. A hatékonyságjavulás az egyén döntéseinek következménye, miszerint hajlandó egy meghatározott termékért vagy szolgáltatásért egy bizonyos árat fizetni és ezáltal saját megelégedettségét fokozni. Ebből következik, hogy a hatékonyságjavulás nem más, mint a piaci szereplők megelégedettségének aggregált növekedése, amely a piaci folyamatok eredményeként következik be. A hatékonyságjavulás megítéléséhez nem elegendő ezért az összefonódás résztvevőire gyakorolt hatások elemzése, hanem harmadik felek (versenytársak, szállítók, vevők, fogyasztók) megelégedettségét is figyelembe kell venni. Rögtön felmerül azonban a kérdés, hogyan lehet képes egy állami szerv mindezen szereplőknek az összefonódásról alkotott egyéni megítélését feltárni és értékelni?

Ami a második (ellen)érvet illeti, a hatékonyságjavulás kérdése a jövőben zajló gazdasági folyamatokra vonatkozó előrejelzésektől függ, így az Airtours-ügyben például attól, hogy az összefonódás révén létrejövő vállalkozás nagyobb piaci részesedésének köszönhetően képes-e kedvezőbb árakat kialakítani a repülőtársaságokkal és hotelláncokkal, hogy a megtakarításokat aztán legalább részben továbbadhasa a fogyasztóknak. A jövőbeni gazdasági folyamatokat azonban még rövid távon, két-három évre előre is rendkívül problematikus előre jelezni. Köztudott módon a vállalkozások közti összefonódások fele annak ellenére megbukik a vállalatok közti összhang hiánya miatt, hogy a közvetlenül érintett menedzserek saját vállalkozásukat nyilván sokkal jobban ismerik, mint egy állami szerv. Az összefonódás életképességére vonatkozó előrejelzésnél miért lenne tehát megbízhatóbb a várható hatékonyságjavulásról adott előrejelzés? Az összefonódásban részt vevő vállalkozások eleve csak közvetlen környezetüket ismerik, a távolabbi piaci szereplők reakciójáról nem tudnak semmit. Így az Airtours-ügyben sem az összefonódás résztvevői, sem a hatóság nem képes megjósolni, hogy a hotelláncok valóban módosítják-e árazási politikájukat az összefonódás következtében, valamint hogy erre hogyan reagálnak más európai országok utazási irodái, illetve azok vevői.

<sup>53</sup> Lásd *Mestmäcker* [2005], 19. o. és köv., valamint 26. o. és köv.

A hatékonyságról mint az egyének szubjektív megelégedettségének eredőjéről nem lehet objektív kijelentéseket tenni. Ezt a piacgazdasági modell is elismeri, amelynek alaptétele az egyén szabadsága, azaz hogy az egyes piaci szereplők cselekvéseit mindenkor szubjektív döntéseik vezérlik. A hatékonysági védekezés a piaci szereplők szubjektív döntései helyébe állami döntést helyez, amely a piaci szereplők szubjektív érdekeinek mérlegelésén és súlyozásán alapul. Mivel a hatékonysági védekezés nagyrészt objektíve igazolhatatlan feltételezéseken alapul, a versenyjog feladata az egyének cselekvési szabadságát megvédeni azoktól a korlátozásoktól, amelyek a piac monopolizálása esetén jelentkezhetnek. Mindezzel összhangban az EKSZ 82. cikkének alkalmazásával kapcsolatban az Európai Bíróság nemrég rámutatott arra, hogy „a piaci erőfölénnyel [való] visszaélés megtiltásával ez a rendelkezés olyan magatartásokra vonatkozik, amelyek alkalmasak arra, hogy befolyásolják a piac szerkezetét, ahol pontosan az ilyen helyzetben lévő vállalkozás jelenlétének következtében a verseny már meggyengült...”<sup>54</sup> Ugyanezen ítéletben a Bíróság a hatékonysági előnyökre mint a magatartás igazolhatósága szempontjából fontos tényezőre hivatkozik.<sup>55</sup>

Az európai versenypolitika vezérelvét a *British Airways*-ügyben hozott ítélet rögzíti: a versenyjog célja e szerint elsősorban a verseny és a versenyt biztosító piaci struktúra védelme. A jóléti megfontolások a magatartás igazolhatósága körében vizsgálhatóak. Ez a bizonyítási teher megoszlása szempontjából fontos kérdés, és a jövőre vonatkozó előrejelzések bizonytalansága miatt akár meg is határozhatja az ügy végkimenetelét: ha ugyanis nem valószínűsíthető kellő biztonsággal a hatékonysági előnyök megvalósulása, a piaci struktúrát meg kell védeni a versenykorlátozásoktól.

## V. Záró gondolatok

A fenti gondolatokat néhány szkeptikus megjegyzéssel zárjuk. Az európai versenyjog átforgalmazása immár egy évtizede folyamatban van, bár a módosításokra nem egy csapásra került sor. A decentralizáció akkor valósult meg, amikor az unió olyan tagállamokkal bővült, amelyeknek nem voltak tapasztalatai a versenyjog területén. Ebben az értelemben a decentralizáció azonban egyben a segítségnyújtás megtagadása is, különös tekintettel arra, hogy az európai versenyhivatalok hálózatának megítélése ambivalens. Noha a magánjogi jogérvényesítés olyan lehetőség, amelyet a jövőre vonatkozóan komolyan kell venni, sikeressé csak akkor válhat, ha a felperesek számára megfelelő jogbiztonság biztosítható. A közgazdasági megközelítés azonban pontosan a jogbiztonság megteremtését akadályozza azáltal, hogy a piaci magatartások nehezen megragadható hatását helyezi a versenyjogi analízis középpontjába

<sup>54</sup> C-95/04 sz. ügy. *British Airways* kontra Bizottság. EBHT 2007. I-2331. o. 66. pont.

<sup>55</sup> *Ibid*, 86. pont.

a piaci struktúra, illetve maga a magatartás helyett. Mindent egybevetve az elmúlt tíz év jelentős jogalkotói erőfeszítései (a közgazdasági megközelítés meghonosítására) csak korlátozott mértékben segítették elő a hatékony verseny védelmét.

#### Felhasznált irodalom

- Basedow, J.* [1989]: Wettbewerb auf den Verkehrsmärkten – Eine rechtsvergleichende Untersuchung zur Verkehrspolitik. C. F. Müller, Heidelberg.
- Basedow, J.* [2006]: Das Kartelldeliktsrecht und der „More Economic Approach“, *EuZW – Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht*, Vol. 17., No. 4., 97. o.
- Basedow, J.* (szerk.) [2007]: Private Enforcement of EC Competition Law. Kluwer Law International, Alphen aan den Rijn.
- Basedow, J.* [2008]: Kartellrecht im Land der Kartelle. *WuW – Wirtschaft und Wettbewerb*, Vol. 58., No. 3., 270–273. o.
- Bellamy, Ch. – Child, G.* [1987]: Common Market Law of Competition (3rd ed.). Sweet & Maxwell, London.
- Bundeskartellamt, Arbeitskreis Kartellrecht* [2001]: Das Untersagungskriterium in der Fusionskontrolle – Marktbeherrschende Stellung versus Substantial Lessening of Competition? Konzepte für die Prüfung von Unternehmenszusammenschlüssen. Diskussionspapier des Arbeitskreises Kartellrecht. Elérhető: <http://cms.bundeskartellamt.de/wDeutsch/publikationen/Diskussionsbeitraege/AKK.php> (Letöltve: 2011. január 1.)
- Ehlermann, C.-D. – Atanasin, I.* (szerk.) [2003]: Effective Private Enforcement of EC Antitrust Law. Hart Publishing, Oxford.
- Immenga, U.* [1997]: FKVO Art. 2. In: EG-Wettbewerbsrecht, Kommentar, Band I. (szerk.: *Immenga, U. – Mestmäcker, E.-J.*) C. H. Beck, München.
- Mankowski, P.*: [2008]: Das neue Internationale Kartellrecht des Art. 6 Abs. 3 der Rom II-Verordnung. *RIW – Recht der Internationalen Wirtschaft*, Vol. 54. (2008), No. 4., 177–193. o.
- Mestmäcker, E.-J. – Schweitzer, H.* [2004]: Europäisches Wettbewerbsrecht. 2. kiadás. C. H. Beck, München.
- Mestmäcker, E.-J.* [2005]: Die Interdependenz von Recht und Ökonomie in der Wettbewerbspolitik. In: *Monopolkommission: Zukunftsperspektiven der Wettbewerbspolitik*. Nomos, Baden-Baden.
- Monopolkommission* [2008]: Weniger Staat, mehr Wettbewerb. Nomos, Baden-Baden.
- Nyssens, H. – Schnichels, D.* [2007]: Energy. In: *The EC Law of Competition*, 2nd edition (szerk.: *Faull, J. – Nikpay, A.*) Oxford University Press, Oxford, New York.
- Oelke, Ch.* [2006]: Das europäische Wettbewerbsnetz. Nomos, Baden-Baden.
- Rivero, E. M. – Nijenhuis, A. – Ryan, S.* [2004]: Financial Services. In: *The EC Law of Competition*, 2nd edition (szerk.: *Faull, J. – Nikpay, A.*) Oxford University Press, Oxford, New York.
- Rösler, P.* [2008]: FKVO Art. 2. In: *Frankfurter Kommentar zum Kartellrecht*. VI. kötet. (*Jaeger, W. – Pohlmann, P. – Rieger, H. – Schroeder, D.*) Otto Schmidt, Köln.
- Schmidt, I.* [2005]: Wettbewerbspolitik und Kartellrecht (8. kiadás). Lucius & Lucius, Stuttgart.
- Schmidt, K.* [1997]: Art. 85. In: *EG-Wettbewerbsrecht. Kommentar. Band I.* (szerk.: *Immenga, U. – Mestmäcker, E.-J.*) Beck, München.
- Schulze, R. – Hoeren, Th.* (Szerk.) [1999]: *Dokumente zum europäischen Recht*, Bd. 1. Springer, Berlin.
- Schwintowski, H.-P.* [1987]: Der private Versicherungsvertrag zwischen Recht und Markt. Nomos, Baden-Baden.
- Wurmnest, W.* [2010]: Marktmacht und Verdrängungsmisbrauch (Beiträge zum ausländischen und internationalen Privatrecht). Mohr Siebeck, Tübingen.
- Zeise, M.* [2005]: 358. Szj. In: *Handbuch der Fusionskontrolle* (szerk.: *Schulte, J.*) Luchterhand, München.

# Jogi melléklet

## VERSENYPOLITIKA ÉS VERSENYKÉPESSÉG

### A hatékonyságjavulás értékelése az uniós versenyjogban – az egyoldalú hatások és a hatékonyságjavulás

SZILÁGYI PÁL

*A hatékonyságjavulás kérdése régóta áll a figyelem középpontjában a versenypolitikával foglalkozó szakirodalomban. A tanulmány áttekinti az új fúziós teszt hatályba lépését követően a hatékonyságjavulás figyelembe vételének lehetőségét, különös tekintettel az Európai Bíróság esetjogára. Az Európai Bíróság gazdasági erőfölény kapcsán alkalmazott gyakorlata nem teszi lehetővé, hogy a hatékonyságjavulásra mint a gazdasági erőfölényt ellensúlyozó tényezőre tekintsünk. Az új SIEC teszt azonban megengedi, hogy az ezt a szintet el nem érő piaci hatalom esetén, ha az a határos versenyt az összefonódás következtében lényegesen akadályozná, akkor a hatékonyságjavulást kedvezően vegyük figyelembe. Az új fúziós teszt egyik valódi nagy előnye az, hogy reális lehetőséggé tette a hatékonysági védekezést.\**

Journal of Economic Literature (JEL) kód: K – Law and Economics, K21. – Antitrust Law.

#### Hatékonyságjavulás és a nem egyeztetett hatások

A hatékonyságjavulás kérdése régóta áll a figyelem középpontjában a versenypolitikával foglalkozó szakirodalomban. Közkeletű vélekedés, hogy a fúziók és fel-

\* A tanulmány az Országos Tudományos Kutatási Alap támogatásával készült. (A verseny szerepe és felfogása Magyarországon, OTKA: 78683. sz.)

Szilágyi Pál, a Versenyjogi Kutatóközpont igazgatója és a PPKE JÁK Környezetjogi és Versenyjogi Tanszékének oktatója. E-mail cím: pal.szilagyi@versenyjog.com

A rovat a Gazdasági Versenyhivatal és annak Versenykultúra Központja támogatásával jelenik meg.

vásárlások egyik legjelentősebb indoka az, hogy hatékonyságjavulással vagy egyéb szinergiákkal járnak. A közgazdaság-tudomány azonban, úgy tűnik, eddig nem tudta ezt a közkeletű vélekedést a horizontális összefonódások esetén empirikus úton alátámasztani.<sup>1</sup> Nem véletlen, hogy még Posner is azon az állásponton van, hogy nincs szükség a hatékonysági védekezés általános lehetőségére.<sup>2</sup> A továbbiakban elfogadjuk azt a feltételezést, hogy amennyiben nem jön létre vagy nem erősödik jelentős piaci erő, akkor az összefonódások az esetek jelentős részében hatékonyságjavulással járnak.

A hatékonyságjavulás szerepe az összefonódások értékelése során és a hatékonysági védekezés kérdése az egyik leginkább feldolgozott területe a fúziókontrollnak,<sup>3</sup> így eltekintünk a téma bemutatató tárgyalásától. 1968-as alapvető jelentőségű tanulmányában *Williamson* bemutatta, hogy egy horizontális összefonódás miért járhat hatékonyságjavulással.<sup>4</sup> Könnyű belátni, hogy intenzív verseny esetén a vállalkozások abban érdekeltek, hogy az árakat lejjebb vigyék, hiszen így újabb vevőket tudnak elhódítani a versenytársaktól. Amennyiben ilyen helyzetben egy összefonódás hatékonyságjavulást eredményez, akkor pozitívan értékelendő, hiszen az intenzív verseny arra kényszeríti a vállalkozást, hogy a hatékonysággal járó előnyöket a fogyasztókhoz eljuttassa alacsonyabb árak formájában. Ezzel azonban több probléma is adódik. Egyrészt, a hatékonyságjavulásnak valóban be is kell következnie, másrészt a piacokon ilyen eredményt automatikusan kikényszerítő erős verseny ritka. Ugyanakkor a fenti értelmezés konzisztens az Európai Bíróság és Törvényszék joggyakorlatával, amely kimondja, az, hogy „a versenytársak árcsökkenéséből fakadó nyomás a vállalkozást saját árainak leszállítására ösztönzi, általánosan összeegyeztethetetlen az erőfölényt jellemző független magatartással”.<sup>5</sup> Azaz amennyiben erős a versenynyomás, akkor nem lehet gazdasági erőfölényről beszélni. Ebben az esetben pedig a hatékonyságjavulásnak fontos versenyösztönző hatása van.

<sup>1</sup> Lásd pl. Röller, et al.: *Efficiency gains from mergers*. (Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, Berlin, 2000) 9. és 35. Bővebben ibid Vö. még Lindsay – Berridge: *The EC Merger Regulation: Substantive Issues*. (Thomson Reuters, London, 2009) 28 – 29. és Ilzkovitz – Meiklejohn: *European merger control: do we need an efficiency defence?* In Ilzkovitz – Meiklejohn: *European Merger Control: Do We Need an Efficiency Defence?* (Edward Elgar, Cheltenham, 2006) 49. Vö. Posner: *Antitrust Law*. (The University of Chicago Press, Chicago, 2001) 133–136.

<sup>2</sup> Posner: *Antitrust Law* (2001) 133. Lásd még Ilzkovitz–Meiklejohn: *European merger control: do we need an efficiency defence?* 76–78. Hatékonysági védekezésen azt a helyzetet értjük, amikor egy összefonódás kapcsán a versenyre káros hatással járó összefonódásokat azért lehet engedélyezni, mivel a hatékonyságjavulás oly mértékű, hogy ellensúlyozza a káros hatásokat.

<sup>3</sup> Lásd szakirodalomra pl. *Lindsay–Berridge: The EC Merger Regulation: Substantive Issues* (2009) 558. 1. lj.

<sup>4</sup> *Williamson: Economies as an Antitrust Defense: The Welfare Tradeoffs* (1968) 58 *The American Economic Review* 18. Ennek rövid kritikájára lásd pl. Hovenkamp: *Federal Antitrust Policy: The Law of Competition and Its Practice*. (Thomson/West, 2005) 119.

<sup>5</sup> T-210/01. sz. ügy *General Electric Company kontra az Európai Közösségek Bizottsága* [EBHT 2005. II-05575. o.] (továbbiakban: GE kontra Bizottság (T-210/01. sz. ügy)). 116. pont és 85/76. sz. ügy *Hoffmann-La Roche & Co. AG kontra az Európai Közösségek Bizottsága* [EBHT 1979. 00461. o.] (továbbiakban: Hoffmann-La Roche (85/76. sz. ügy)). 71. pont.

A hatékonyságjavulás elvi szinten eltérően kezelendő a horizontális és a vertikális összefonódások esetében. Ismeretes, hogy a horizontális összefonódások hatékonyságjavulás hiányában a fogyasztókra káros hatással járnak. A vertikális és egyéb nem horizontális összefonódások esetében ugyanakkor ez az alapfeltevés nem állja meg a helyét.

### **Hatékonyságjavulás és a horizontális összefonódások**

Horizontális összefonódás a piac koncentrációja esetében a gyakorlatban szinte kivétel nélkül növelik a piaci erőt. Az előzőekben utaltunk arra, hogy tökéletes vagy intenzív verseny esetében a hatékonyságjavulást a piaci mechanizmus kikényszerítheti. A horizontális összefonódások esetében azonban más esetben is járhat előnnyel a társadalom számára a hatékonyságjavulás. Amennyiben a hatékonyságjavulás eredményeként a termelői többlet növekedése nagyobb, mint a piaci erő növekedése miatti magasabb árból eredő holtteher-veszteség, akkor az társadalmilag hasznos. Mivel azonban a versenypolitika az Európai Unióban nincs figyelemmel a termelői többlet növekedéséből származó jótékony hatásokra, hanem kizárólag a fogyasztói jólét növekedését fogadja el pozitív hatásként e körben, így a hatékonyságjavulásból eredő említett pozitív hatás nem értékelhető egy összefonódás javára.

A fentebb kifejtettek alapján logikusan következik az, hogy csak olyan hatékonyságjavulás vehető figyelembe, amely eljut a fogyasztókhoz. A horizontális iránymutatás e feltételen túlmenően további két feltétel teljesülését követeli meg, nevezetesen a hatékonyságjavulásnak összefonódás-specifikusnak és igazolhatónak kell lennie.<sup>6</sup> Utóbbiakkal nem foglalkozunk részletesen, ugyanis az összefonódás-specifikusság követelménye az okozati összefüggéshez, az igazolhatóság pedig a bizonyítási teherhez és nem a versenyhatások értékeléséhez kapcsolódik.

### **Hatékonyságjavulás és a nem-horizontális összefonódások**

A vertikális és a konglomerátum összefonódások esetében a horizontális összefonódásokkal ellentétes alapvetés igaz főszabályként, nevezetesen az előbbieket az esetek legnagyobb százalékában hatékonyságjavulással járnak.<sup>7</sup>

Tipikus példája a vertikális összefonódásokkal járó hatékonyságjavulásnak a kettős árrés megszüntetése. A konglomerátum típusú összefonódások kapcsán

<sup>6</sup> Lásd részletesen Iránymutatás a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló tanácsi rendelet szerint a horizontális összefonódások értékeléséről [2004] HL HU.ES fejezet 08 kötet 03 10. o. VII. fejezet. Lásd még *Lindsay–Berridge: The EC Merger Regulation: Substantive Issues* (2009) 572–583.

<sup>7</sup> Lásd bővebben *Bishop, et al. The Efficiency-Enhancing Effects of Non-Horizontal Mergers* (2005) különösen 107. és folyt., *Bishop–Walker: The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement*. (Sweet & Maxwell, London, 2010) 466–469., *Lindsay–Berridge: The EC Merger Regulation: Substantive Issues* (2009) 404–406. és 453–454. és *Church The Impact of Vertical and Conglomerate Mergers* (2004) 281–286.



a kettős árrés problematikájának megfelelője az ún. *Cournot-hatás*: amennyiben a vállalkozások kiegészítő termékeket gyártanak, akkor a vállalkozások abban érdekeltek, hogy a másik vállalkozás csökkentse a saját termékének az árát.<sup>8</sup> Két vállalkozás összefonódása ahhoz vezet, hogy a nevezett hatást internalizálni tudják, hasonlóan a kettős árrés megszűnéséhez. A fentebbiekhez hasonlóan a nem horizontális összefonódások gyakran csökkentik a tranzakciós költségeket is.<sup>9</sup>

A fentebbiek alapján nem meglepő, hogy a nem-horizontális iránymutatás 23 alkalommal hivatkozik a hatékonyságjavulásra.<sup>10</sup> A vertikális és a konglomerátum összefonódások esetén nincs piaci koncentrációnövekedés, azaz nem vonható le egyértelmű következtetés a piaci erő növekedésére nézve. Ennek hiányában pedig nem lehet szembeállítani a hatékonyságjavulást a holtteher-vesztéssel, hanem esetről esetre szükséges annak vizsgálata, hogy teljesül-e a horizontális iránymutatásban meghatározott három feltétel.<sup>11</sup>

### **A hatékonyságjavulás figyelembevételének jogalapja**

Az Európai Unió versenyjogában sokáig kétséges volt, hogy pozitív vagy negatív hatásként kell-e értékelni a hatékonyságjavulást?

A Fúziós Rendelet (1989)<sup>12</sup> végső tervezetében szerepelt utalás arra, hogy amennyiben egy összefonódás pozitív gazdasági hatásai meghaladják a versenyben bekövetkező sérelem szintjét, akkor az engedélyezhető.<sup>13</sup> Későbbiekben az 1989-es rendelet nem tartalmazott kifejezett hivatkozást a hatékonyságjavulás figyelembevételének lehetőségére. A kifejezett utalást a 2004-es rendelet vezette be a 29. preambulum bekezdésében: „*Egy összefonódás közös piaci versenyre gyakorolt hatásának meghatározásához helyénvaló figyelembe venni az érintett vállalkozások által bemutatott, alátámasztott és valószínűsíthető hatékonyságjavulást. Lehetséges, hogy az összefonódás révén megvalósuló hatékonyságjavulás ellensúlyozza a versenyre gyakorolt hatásokat, és különösen a fogyasztóknál máskülönben jelentkező lehetséges hátrányokat, és ennél fogva az összefonódás a hatékony versenyt, különösen erőfölény létrehozásának vagy megerősítésének következményeként, nem akadályozza jelentősen a közös piacon vagy annak egy jelentős részén. [...]*”.

<sup>8</sup> Bővebben lásd *Bishop–Walker: The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement* (2010) 467. és részletesen Church *The Impact of Vertical and Conglomerate Mergers* (2004) 131–133.

<sup>9</sup> Lásd pl. *Bishop–Walker: The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement* (2010) 468–469.

<sup>10</sup> Iránymutatás a nem horizontális összefonódásoknak a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló tanácsi rendelet alapján történő értékeléséről [2008] HL C 265 6–25. o.

<sup>11</sup> Vö. *Ibid* 17., 54. és 99. lj.

<sup>12</sup> A Tanács 4064/89/EGK rendelete (1989. december 21.) a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről HL [2004] HL L magyar kiadás fejezet 08 kötet 01 31–42. o.

<sup>13</sup> Amended Proposal for a Council Regulation (EEC) on the Control of Concentrations Between Undertakings [1989] HL C 22 14. o. 16. preambulumbekkezdés.



Egy-két kivételtől eltekintve az Európai Bizottság elutasította a hatékonyságjavulásra történő hivatkozást, legalábbis abban az értelemben, hogy az ellensúlyozhatja a káros versenyhatásokat, az összefonódás engedélyezéséhez vezetve egy egyébként gazdasági erőfölényt létrehozó összefonódás esetén.<sup>14</sup> 1996-ban egészen odáig ment az Európai Bizottság, hogy hivatalosan állást foglalt amellett, hogy a hatékonysági védekezésre nincs mód a Fúziós Rendelet (1989) alapján.<sup>15</sup>

A ma hatályos Fúziós Rendelet<sup>16</sup> preambuluma 29. bekezdése előírja, hogy az Európai Bizottság adjon eligazítást a hatékonyságjavulás figyelembevételével kapcsolatban, amely a horizontális<sup>17</sup> és nem horizontális iránymutatásokban<sup>18</sup> öltött testet. Az előbbi részletesen foglalkozik a kérdéssel,<sup>19</sup> az utóbbi viszont a horizontális iránymutatásra számos helyen.

Mind a rendeletről, mind a kapcsolódó iránymutatásokból kitűnik, hogy homályosan fogalmaznak a hatékonysági védekezés pontos szerepéről. Ennek egyik oka, hogy a hatékonysági védekezés megítélése ellentmondásos, valamint számos – alábbiakban tárgyalt – olyan kérdést vet fel, amely miatt a kérdést nem lehetett ilyen módon rendezni.

### **A hatékonyságjavulás figyelembevételének korlátai**

A jogszabályok, az uniós bíróságok és az Európai Bizottság mai napig folytatott joggyakorlata alapján különbséget kell tennünk három eset között. Az első eset az, amikor az összefonódás káros versenyhatással jár, de nem hoz létre vagy erősít meg gazdasági erőfölényt. A második esetben az összefonódás gazdasági erőfölényt hoz létre vagy erősít meg. A harmadik eset pedig az, amikor az összefonódás nem jár a fúziós rendelet által károsnak ítélt versenyhatásokkal.

#### *Gazdasági erőfölényt létrehozó vagy megerősítő összefonódás esetén a hatékonyságjavulás figyelembevételének korlátai*

A szakirodalomban kérdéses, hogy amennyiben egy összefonódás gazdasági erőfölényt hoz létre vagy erősít meg, akkor engedélyezhető-e a SIEC teszt alapján,

<sup>14</sup> Lásd bővebben *Lindsay–Berridge: The EC Merger Regulation: Substantive Issues* (2009) 564–566. és *Schwalbe–Zimmer: Law and Economics in European Merger Control*. (Oxford University Press, Oxford, 2009) 323–330.

<sup>15</sup> OECD *Competition Policy and Efficiency Claims in Horizontal Agreements* (1996) 54. A hatékonysági védekezés korabeli elemzésére lásd NOËL: *Efficiency Considerations in the Assessment of Horizontal Mergers under European and U.S. Antitrust Law* (1997) 18 ECLR 498.

<sup>16</sup> Tanács 139/2004/EK rendelete (2004. január 20.) a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről HL [2004] HU.ES fejezet 08 kötet 03 40. o.

<sup>17</sup> Horizontális iránymutatás (2004).

<sup>18</sup> Nem horizontális iránymutatás (2008).

<sup>19</sup> Horizontális iránymutatás (2004) VII. fejezet.

amennyiben a káros hatásokat a horizontális iránymutatásokban megfogalmazott feltételeknek megfelelő hatékonyságjavulásból eredő előnyök meghaladják?

A válasz a kérdésre a jog mai állása alapján egyértelmű nem. Ez a SIEC teszt megfogalmazásából és a gazdasági erőfölény fogalmából következik. A SIEC teszt alapján nem engedélyezhető egy olyan összefonódás, amely gazdasági erőfölényt hoz létre vagy erősít meg.<sup>20</sup> A gazdasági erőfölény egységes és kialakult fogalma, hogy az „erőfölény az adott vállalkozás olyan gazdasági hatalmi helyzetét jelenti, amelyben az a szóban forgó piacon a hatékony piaci versenyt jelentősen korlátozhatja, méghozzá azáltal, hogy módjában áll a többi versenytárstól, az ügyfelektől és végső soron a fogyasztóktól érzékelhető függetlenséggel eljárni”.<sup>21</sup>

Nem nehéz belátni, hogy amennyiben egy vállalkozás hatékonyabbá válik, akkor az azt jelenti, hogy a korábbiakhoz képest nagyobb a mozgástere, hiszen a hatékonyságjavulás következtében például alacsonyabb költség mellett tudja előállítani a termékeit. Ezt követően eldöntheti, hogy megtartja a keletkező termelői többletet, vagy alacsonyabb árak formájában eljuttatja a fogyasztókhoz. Ugyanakkor gazdasági erőfölény esetében nincs versenynyomás, amely ennek bekövetkeztét biztosítja.

A gazdasági erőfölény fogalma jogi fogalom, és a központi elem a független viselkedésre való képesség. Hangsúlyozandó, hogy nem kell ténylegesen olyan magatartást folytatnia, amely káros a versenyre, hanem az is elegendő, ha képes a független viselkedésre. Mint az uniós bíróságok joggyakorlatából is kitűnik, a fúziókontroll célja elsősorban a piac szerkezeti változásainak felügyelete: „[a fúziókontroll] célja a piaci szerkezetek és nem a vállalkozások magatartásának ellenőrzése”.<sup>22</sup>

Amennyiben egy gazdasági erőfölényben lévő vállalkozás hatékonyabbá válik – ha más tényező nem változik –, akkor a hatékonyságjavulást megelőző állapothoz képest nő a független viselkedésre való képessége. Ehhez képest más értelmezés nem képzelhető el, ez szükségszerű következmény. Természetesen ez nem érinti azt, hogy e függetlenségével a fogyasztók javára (továbadja az előnyöket) vagy kárára (nem adja tovább az előnyöket) él-e majd. A fentebbieknek egyenes következménye, hogy a gazdasági erőfölény jogi fogalmával nem egyeztethető össze a hatékonysági védekezés. Ezt az értelmezést alátámasztja az is, hogy egyetlen jogforrás sem tartal-

<sup>20</sup> Ez alól az egyetlen kivétel az elbukó vállalkozás esete.

<sup>21</sup> Megerősítette pl. 102/77. sz. ügy *Hoffmann-La Roche & Co. AG kontra Centrafarm Vertriebsgesellschaft Pharmazeutischer Erzeugnisse mbH* [EBHT 1978. 01139. o.] (továbbiakban: Hoffmann-La Roche kontra Centrafarm (102/77. sz. ügy)). 38. pont, C-322/81. sz. ügy *NV Nederlandsche Banden Industrie Michelin kontra az Európai Közösségek Bizottsága* [EBHT 1983. 03461. o.] (továbbiakban: Michelin (C-322/81)). 30. pont, T-30/89. sz. ügy *Hilti AG kontra az Európai Közösségek Bizottsága* [EBHT 1991. II.1439. o.] (továbbiakban: Hilti kontra Bizottság (T-30/89. sz. ügy)). 90. pont, vagy a fúziós ügyek közül a T-102/96. sz. ügy *Gencor Ltd kontra az Európai Közösségek Bizottsága* [EBHT 1999. II-00753 o.] (továbbiakban: Gencor kontra Bizottság (T-102/96. sz. ügy)). 200. pont, GE kontra Bizottság (T-210/01. sz. ügy) 85. pont.

<sup>22</sup> Gencor kontra Bizottság (T-102/96. sz. ügy) 314. pont. Vö. még T-158/00. sz. ügy *Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) kontra az Európai Közösségek Bizottsága* [EBHT 2003. II-03825. o.] (továbbiakban: ARD kontra Bizottság (T-158/00. sz. ügy)). 192. pont.

maz arra utalást, hogy egy gazdasági erőfölényt létrehozó vagy megerősítő összefonódás engedélyezhető lenne azért, mert hatékonyságjavulással jár.<sup>23</sup> Hovatovább, erre az uniós és amerikai fúziókontroll történetében sem akad példa. Sem az Európai Bíróságok, sem pedig az Európai Bizottság egy határozatában nem mondta azt még ki, hogy egy gazdasági erőfölényt létrehozó vagy megerősítő összefonódás engedélyezhető lehet ezen az alapon. Álláspontunk szerint ez nem is lenne az előzőekben kifejtettek miatt konzekvens jogértelmezés. Az Európai Bíróság a fogyasztói jólét védelme mellett a versengő piaci szerkezetet is védeni rendeli a versenypolitika útján.<sup>24</sup> Ez szintén alátámasztja, hogy a gazdasági erőfölény létrehozása vagy megerősítése összefonódás útján nem ellensúlyozható hatékonyságjavulással.

A közelmúltban a Törvényszék egy ítéletében részletesen foglalkozott a hatékonyságjavulás kérdésével. A *Ryanair kontra Bizottság* ügyben<sup>25</sup> a peres felek között kérdéses volt, hogy az összefonódást engedélyezni kellett volna-e azért, mert az a káros versenyhatásokat ellensúlyozó hatékonyságjavulással járna. A bíróság részletesen tárgyalta a hatékonyságjavulás bizonyításával kapcsolatos kérdéseket.<sup>26</sup> Az ítéletet megelőző bizottsági határozat igen magas piaci részesedésekre alapozva nem tartotta valószínűnek, hogy a hatékonyságjavulás oly mértékű legyen, amely ellensúlyozza a káros versenyhatásokat. Még ha teljesülnének is az iránymutatásban foglalt feltételek, akkor is a hatékonyságjavulásnak igen jelentős mértékűnek kellene lennie ahhoz, hogy ellensúlyozza a határos verseny lényeges akadályozását.<sup>27</sup> A Törvényszék, akárcsak az Európai Bizottság nem tér ki kifejezetten az általunk vizsgált kérdésre. Az ítéletben kifejtettek szerint ugyanakkor az bizonyos, hogy elviekben elképzelhető olyan helyzet, amikor a piaci szerkezetre nézve kedvezőtlen hatású összefonódás a hatékonyságjavulás következtében engedélyezhető lehet.

<sup>23</sup> Megjegyzendő, hogy a horizontális iránymutatás 84. bekezdése kimondja: „Igen valószínűtlen, hogy az olyan összefonódás, ami monopóliumhoz közeli piaci helyzetet vagy hasonló mértékű piaci erőt eredményez, a közös piaccal összeegyeztethetőnek nyilvánítható azért, mert a hatékonyságjavulásból eredő előnyök elegendőek lesznek a potenciális versenyellenes hatások ellensúlyozására.” Ebből a *contrario* arra is lehet következtetni, hogy amennyiben az összefonódás nem teremt monopóliumközeli helyzetet, akkor az elviekben a belső piaccal összeegyeztethetővé nyilvánítható lehet ezen az alapon.

<sup>24</sup> A legújabb joggyakorlatból lásd C-501/06 P, C-513/06 P, C-515/06 P és C-519/06 P. sz. ügy *GlaxoSmithKline Services Unlimited kontra az Európai Közösségek Bizottsága (C-501/06 P)* és *Az Európai Közösségek Bizottsága kontra GlaxoSmithKline Services Unlimited (C-513/06 P)* és *European Association of Euro Pharmaceutical Companies (EAEPIC) kontra az Európai Közösségek Bizottsága (C-515/06 P)* és *Asociación de exportadores españoles de productos farmacéuticos (Aseprofar) kontra az Európai Közösségek Bizottsága* [EBHT 2009. I-09291. o.] (továbbiakban: *GlaxoSmithKline (C-501/06 P, C-513/06 P, C-515/06 P és C-519/06 P. sz. egyesített ügyek)*). 63. pont vagy C-8/08. sz. ügy *T-Mobile Netherlands BV, KPN Mobile NV, Orange Nederland NV és Vodafone Libertel NV kontra Raad van bestuur van de Nederlandse Mededingingsautoriteit* [EBHT 2009. I-04529. o.] (továbbiakban: *T-Mobile (C-8/08. sz. ügy)*).

<sup>25</sup> T-342/07. sz. ügy *Ryanair Holdings plc kontra Európai Bizottság* [EBHT 2010. 00000. o.], továbbiakban: *Ryanair kontra Bizottság (T-342/07. sz. ügy)*.

<sup>26</sup> Lásd *ibid* 386–443. pontok.

<sup>27</sup> COMP/M.4439. sz. ügy (2007. június 27.) *Ryanair/Aer Lingus* [2008] HL C 47 9-20 1103. bekezdés.

Végezetül arra is utalni kell, hogy a fúziós reform során a felülvizsgált jogszabály megalkotásának története is a fenti értelmezést támasztja alá. Az Európai Bizottság akkori versenypolitikai biztos a egyetértett azzal, hogy legyen lehetőség a hatékonysági védekezésre abban az értelemben, hogy az akár egy gazdasági erőfőlnyét létrehozó összefonódást is engedélyezhetővé tesz.<sup>28</sup> Később azonban visszaléptek ettől az egyértelmű megfogalmazástól.<sup>29</sup> Azaz, a jogszabályok történeti értelmezése is azt sugallja, hogy gazdasági erőfőlny létrejötte vagy erősítése esetén nem kívánták alkalmazni a hatékonysági védekezést.

*Káros versenyhatással járó összefonódások esetén  
a hatékonyságjavulás figyelembevételének korlátai, amennyiben az összefonódás  
nem hoz létre vagy erősít meg gazdasági erőfőlnyét*

A hatékonyságjavulásnak mint a piaci hatalmat ellensúlyozó kedvező hatásnak elsősorban azon esetekben lehet jelentős szerepe, amelyekben nem jönne létre vagy erősödne meg gazdasági erőfőlny, de az összefonódás a hatásos versenyt jelentősen akadályozná. Ezen helyzetek esetén a piac szerkezete nem változik annyira károsan, mint amikor gazdasági erőfőlnybe kerülne egy vállalkozás. Ez egyben azt is jelenti, hogy a fúziókontroll piaci szerkezetet védő céljával is inkább összhangban lévő helyzetről beszélhetünk. A gazdasági erőfőlny tesztről SIEC tesztre váltás lényegében az ilyen helyzetek „kezelésére” történt. Az nyilvánvaló a SIEC teszt alapján, hogy a gazdasági erőfőlny el nem érő piaci hatalom esetén is felmerülhetnek káros versenyhatások.

Amennyiben az eljárás során az Európai Bizottság arra a következtetésre jut, hogy olyan káros versenyhatások léphetnek fel, amelyek a hatásos versenyt jelentősen akadályozzák a belső piacon, de gazdasági erőfőlny nem jön létre, akkor a vállalkozás bizonyíthatja, hogy a káros versenyhatásokat ellensúlyozzák a hatékonyságjavulásból fakadó előnyök.

Tekintettel arra, hogy ezen esetben nincs gazdasági erőfőlny, így az összefonódást követően a vállalkozás nem képes a piac többi szereplőjétől nagymértékben függetlenül viselkedni. Ez azt jelenti, hogy a vállalkozás ki van téve versenynyomásnak, csak éppen az nem vezet ahhoz, hogy a fogyasztói jólét ne csökkenjen. Ilyenkor, ha az összefonódásban részes vállalkozások bizonyítani tudják az egyéb feltételek mellett,<sup>30</sup> hogy a hatékonyságjavulás miatt a fogyasztói jólét nem csökken, akkor az kedvezően hat az összefonódás elbírálására. Ez a követelmény teljes mértékben

<sup>28</sup> SPEECH/02/252 MONTI: *Review of the EC Merger Regulation – Roadmap for the reform project*. Brüsszel, 2002. június 4.

<sup>29</sup> Lásd pl. LOWE: *The substantive standard for merger control, and the treatment of efficiencies in merger analysis: an EU perspective*. New York, 2002. október 30.

<sup>30</sup> Lásd Horizontális iránymutatás (2004) VII. fejezet és Lindsay–Berridge: *The EC Merger Regulation: Substantive Issues* (2009) 572–854.

összeegyeztethető a korábbi joggyakorlattal, valamint a fúziós elemzés módszertanával. A hatékonysági védekezést többek az EUMSZ 101. cikk működéséhez hasonlítják. A 101. cikk alkalmazása során először arról kell dönteni, hogy versenykorlátozó-e egy megállapodás, majd ha itt igenlő a válasz, akkor kell megnézni, hogy a 101. cikk (3) bekezdése vagy annak alapján hozott másodlagos jogforrások szerint mentesülhet-e? A hatékonysági védekezés esetén is gyakran találkozni hasonló megfontolásokkal, miszerint először megvizsgáljuk, hogy várható-e káros versenyhatások, és ha igen, akkor alkalmazzuk a hatékonysági védekezést mint „mentesülési alapot”. Ez azonban nem egyeztethető össze sem a jogszabályok szövegével, sem pedig a jogszabályok és a joggyakorlat fejlődésével.

A Fúziós Rendelet 2. cikk (2) és (3) bekezdései határozzák meg, hogy egy összefonódás mikor egyeztethető össze belső piaccal. Az ennek során figyelembe veendő szempontokat a 2. cikk (1) bekezdése határozza meg. Az utóbbi b) pontjából „nőtte ki magát” a hatékonysági védekezés. A 2. cikk (1) bekezdés b) pontja ugyanis utal arra, hogy figyelembe kell venni a műszaki és gazdasági fejlődést, ha az a fogyasztók számára előnyös, és nem akadályozza a versenyt.<sup>31</sup>

Amennyiben tehát az összefonódás eredményeként nem jön létre vagy erősödik meg gazdasági erőfölény, akkor a versenyelemzés során nem két, hanem egy lépcsőben vizsgáljuk, hogy várható-e a fogyasztók számára káros versenyhatások, vagy sem? Amennyiben összességében arra a következtetésre jutunk, hogy nem, akkor engedélyezhető egy összefonódás. Ha viszont arra, hogy káros versenyhatások várhatóak, akkor viszont hatósági beavatkozásnak van helye.

Érdeemes felidézni a Fúziós Rendelet 25. preambulum bekezdését, miszerint a SIEC tesztre váltás oka az volt, hogy „adott körülmények között azok az összefonódások, amelyek az összefonódó felek által korábban egymással szemben támasztott versenykénysszerek megszüntetését vonják maguk után és amelyek egyúttal csökkentik a verseny fennmaradó versenytársakra nehezedő nyomását, még az oligopólium tagjai közötti egyeztetés valószínűségének hiányában is a verseny jelentős akadályozásához vezethetnek”. Ha az összefonódást követően a hatékonyságjavulás pl. alacsonyabb árak formájában eljut a fogyasztókhoz, az inkább növeli a fennmaradó versenytársakra nehezedő versenynyomást. Nem olyan helyzetről van tehát szó, amelyre az erőfölénytesztet a jogalkotó kibővítette SIEC teszt formájában.

Ha tehát a fentebbi feltételek teljesülnek, és azokat az összefonódásban részes vállalkozások bizonyítani is tudják, akkor végeredményben a *Williamson*-féle érvelés<sup>32</sup> jól szemlélteti a piaci helyzetet, hiszen a versenynyomás következtében csökkennek a piacon az árak, és a jóléti növekedés elsősorban a fogyasztók oldalán jelenik meg, annak ellenére, hogy a piaci hatalom is nő.

<sup>31</sup> Lásd még Lowe: *The substantive standard for merger control, and the treatment of efficiencies in merger analysis: an EU perspective*, 2002. október 30. (New York).

<sup>32</sup> *Williamson: Economies as an Antitrust Defense: The Welfare Tradeoffs* (1968).

*A hatékonyságjavulás figyelembevétele a Fúziós Rendelet értelmében káros versenyhatásokkal nem járó összefonódások esetében*

Az Európai Unió szintjén fúziókontroll csak bizonyos méretű tranzakciók esetén írt elő bejelentési kötelezettséget. Emellett megfigyelhető, hogy a bejelentett összefonódások igen jelentős részét engedélyezik.<sup>33</sup> Ezeknek egyik oka az a vélekedés, hogy amennyiben az összefonódás nem eredményez jelentős piaci hatalmat, vagy nem növeli a már meglévőt, akkor nagy valószínűséggel olyan hatékonyságjavuláshoz vezet, amely kedvező a gazdasági verseny szempontjából. Ugyanezen megfontolás az alapja annak, hogy a vertikális és konglomerátum összefonódásokat lényegesen enyhébben kezeli az Európai Bizottság.

A fúziókontroll során az egyoldalú hatások kezelése tehát azon a megfontoláson nyugszik, hogy mindaddig, amíg nem áll fenn jelentős piaci erő, addig feltételezzük, hogy az összefonódás hatékonyságjavulással fog járni, erős gazdasági verseny mellett ugyanis akkor van értelme két vállalkozás összefonódásának, ha így a korábbihoz képest kedvezőbb helyzetbe kerül a vállalkozás. Ennek az elvnek a kikényszerítését pedig a gazdasági versenyre bízuk. Természetesen az élénk verseny még nem jelzi pl. a gazdasági erőfölény hiányát,<sup>34</sup> így a mostani megállapításaink arra vonatkoznak, amikor nem áll fenn jelentős piaci erő.

## Összegzés

Az előzőekben láthattuk, hogy az összefonódások során a klasszikus értelemben vett hatékonysági védekezés nem létezik az uniós versenyjogban. Nem lehetséges tehát, hogy egy gazdasági erőfölényt létrehozó vagy megerősítő összefonódást engedélyezzen az Európai Bizottság azon az alapon, hogy az jelentős hatékonyságjavulással fog járni. Erre a két legjelentősebb ok az alábbi. Egyrészt az uniós versenyjog Európai Bíróság által követett értelmezése erre nem ad lehetőséget, másrészt erősebb az a vélelem, hogy a hosszú távú hatással járó strukturális káros hatás (gazdasági erőfölény létrejötte, megerősödése) károsabb, mint a biztosan csak rövid távon bekövetkező fogyasztóknál jelentkező előny. A fentebb vázolt megközelítési mód a választható versenypolitikai megoldások közül nemcsak hogy az uniós bí-

<sup>33</sup> Aktuális statisztikára lásd <http://ec.europa.eu/competition/mergers/statistics.pdf>. (Utoljára ellenőrizve: 2011. május 31.)

<sup>34</sup> Lásd pl. Hoffmann-La Roche (85/76. sz. ügy) 70. pont, T-210/01. sz. ügy *General Electric Company kontra az Európai Közösségek Bizottsága* [EBHT 2005. II-05575. o.] (továbbiakban: *General Electric* (T-210/01. sz. ügy)). 117. pont és T-340/03. sz. ügy *France Télécom SA kontra az Európai Közösségek Bizottsága* [EBHT 2007. II-00107. o.] (továbbiakban: *France Telecom* (T-340/03. sz. ügy)). 101. pont: „Még az adott piacon fennálló, akár élénk verseny sem zárja ki, hogy e piacon erőfölény álljon fenn, amely elsősorban azzal jellemezhető, hogy lehetővé teszi a vállalkozás számára olyan magatartás folytatását, amely piaci stratégiájában nincs tekintettel e versenyre, anélkül azonban, hogy ebből káros hatások érnék [...] Vagyis a verseny esetleges fennállása a piacon valóban releváns körülmény az erőfölény meglétének értékelése szempontjából, ám e tekintetben önmagában nem meghatározó körülmény.”



róságok joggyakorlatával összeegyeztethető, hanem nagymértékben tükrözi a harvardi és ordoliberalis iskola eredményeiből kinövő fúziókontroll hagyományait is.<sup>35</sup> Az oligopol elméletek egyértelmű tanulsága, hogy a piaci koncentráció igenis számít.<sup>36</sup> Ennek pedig a jelenlegi kétpilléres értékelés kellő hangsúlyt ad.

Tekintettel a gazdasági verseny működési elveire, megállapítható, hogy amennyiben nem jön létre vagy erősödik meg gazdasági erőfölény, a hatékonyságjavulás ellensúlyozhatja az összefonódással járó esetleges káros versenyhatásokat, de ezeket a vállalkozásoknak kell tudniuk bizonyítaniuk. E tekintetben különbség figyelhető meg aközött, hogy horizontális vagy nem horizontális összefonódásokról van szó. Előbbi esetben rendkívül nehéz bizonyítani a hatékonyságjavulás oly mértékét és valószínűségét, amely eleget tesz az Európai Bizottság horizontális iránymutatásában megfogalmazott és a Törvényszék által a *Ryanair kontra Bizottság*-ügyben<sup>37</sup> részletesen elemzett feltételeknek. A nem horizontális összefonódások esetében azonban jelentős hatással van erre a kérdésre is az a vélekedés, hogy azok elsősorban hatékonyságjavulással járnak. Ez esetben tehát bár a bizonyítandó kérdések ugyanazok, mint a horizontális összefonódások esetében, bizonyítási kötelezettség könnyebben teljesíthető.

#### Felhasznált irodalom

- Baker, J. B. – Shapiro, C.* [2008]: Reinforcing Horizontal Merger Enforcement. In: *Pitofsky, R.*: How the Chicago School Overshot The Mark – The Effect of Conservative Economic Analysis on U.S. Antitrust. (Oxford University Press, New York, 2008)
- Bishop, S.* et al. [2005]: The Efficiency-Enhancing Effects of Non-Horizontal Mergers. *Bishop, S. – Walker, M.* [2010]: The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement. Sweet & Maxwell, London.
- Church, J.* [2004]: The Impact of Vertical and Conglomerate Mergers. Iránymutatás a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló tanácsi rendelet szerint a horizontális összefonódások értékeléséről [2004] HL HU.ES fejezet, 08 kötet, 03 10. o.
- Iránymutatás a nem horizontális összefonódásoknak a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló tanácsi rendelet alapján történő értékeléséről [2008]. HL C 265, 6–25. o.
- Hovenkamp, H.* [2005]: Federal Antitrust Policy: The Law of Competition and Its Practice. Thomson/West.
- Ilzkovitz, F. – Meiklejohn, R.* [2006]: European merger control: do we need an efficiency defence? In: *Ilzkovitz, F. – Meiklejohn, R.*: European Merger Control: Do We Need an Efficiency Defence? Edward Elgar, Cheltenham.
- Lindsay, A. – Berridge, A.* [2009]: The EC Merger Regulation: Substantive Issues. Thomson Reuters, London.
- Lowe, P.* [2002]: The substantive standard for merger control, and the treatment of efficiencies in merger analysis: an EU perspective. New York, október 30.

<sup>35</sup> Lásd pl. Hovenkamp: *Federal Antitrust Policy: The Law of Competition and Its Practice* (2005) 219 – 221.

<sup>36</sup> Lásd még Baker–Shapiro: *Reinforcing Horizontal Merger Enforcement*. In Pitofsky: *How the Chicago School Overshot The Mark – The Effect of Conservative Economic Analysis on U.S. Antitrust*. (Oxford University Press, New York, 2008) 252–253.

<sup>37</sup> *Ryanair kontra Bizottság* (T-342/07. sz. ügy).



- Monti, M.* [2002]: Review of the EC Merger Regulation – Roadmap for the reform project. SPEECH/02/252, Brüsszel, június 4.
- Noël, P.-E.* [1997]: Efficiency Considerations in the Assessment of Horizontal Mergers under European and U.S. Antitrust Law (1997), 18 ECLR 498.
- OECD [1996]: Competition Policy and Efficiency Claims in Horizontal Agreements.
- Posner, R. A.* [2001]: Antitrust Law. The University of Chicago Press, Chicago.
- Röller, L.-H. et al.* [2000]: Efficiency gains from mergers. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, Berlin.
- Schwalbe, U. – Zimmer, D.* [2009]: Law and Economics in European Merger Control. Oxford University Press, Oxford.
- Williamson, O. E.* [1968]: Economies as an Antitrust Defense: The Welfare Tradeoffs. 58 The American Economic Review, 18.

## Brief Summary of the Articles

### Assessment of efficiencies in EU competition law – unilateral effects and efficiencies

PÁL SZILÁGYI

The assessment of efficiencies in competition law has been always controversial. The article evaluates the place of an efficiency defence after the adoption of a new substantive test in EU merger control. The author argues that the adoption of the new test makes it possible to interpret the efficiency defence consistently with previous case law. The notion of dominance as interpreted by the European Court of Justice does not make it possible to rely on an efficiency defence to justify a concentration creating or strengthening such a position. But the new SIEC test allows such a defence if the concentration does not reach this level, but would significantly impede effective competition in other ways. One of the main benefits of the new substantive test is that it makes the efficiency defence a real alternative in merger proceedings.

# VERSENYPOLITIKA ÉS VERSENYKÉPESSÉG

## A nagy szanalás – Válságkezelés: Chrysler, Ford és GM PÁSZTOR SÁRA

*A gazdasági válság átrendezte az autógyártók közötti nemzetközi sorrendet. 2008 óta minden szereplő számára nyilvánvalóvá vált az is, hogy jövőbeni versenyképességük a rendkívül tőke- és innovációigényes műszaki megújulásuk függvénye. Különösen az amerikai tradicionális gyártók, de az európaiak többsége is évtizedek óta halogatta ezeket a fejlesztéseket. A GM és a Chrysler 2009-es csődje kifejezetten arra vezethető vissza, hogy a hetvenes évek közepe óta nemzetközi terjeszkedéssel próbálták meg elodázni az elkerülhetetlen váltást. A cikk részletesen tárgyalja az amerikai autógyárak megmentése érdekében az autógyártóknak a kormánnyal folytatott alkudozásait, megállapodásait és azok ismert eredményeit. A pénzügyi szanalás következményei úgy a GM, mint a Chrysler esetében jelenleg biztatónak tűnnek, azonban még nem elegendők a megújulás kétségtelen igazolásához. A GM ugyan időközben már kisebbségire tudta mérsékelni a 2009 nyaratól 61 százalékos állami tulajdont, de a csődjét követően még nem tudott előrelépni a műszaki fejlesztések, vagy a topmenedzsment szakmai megerősítése terén. A cikk a második felében a szerző a GM európai leányvállalatának, az Opelnek a sorsát kíséri végig a 2008 és 2010 közötti időszakban. Érzékelhetővé válnak az európai (a legfőképpen érintett német) és az amerikai kormány szanalási, támogatási feltételeinek és tárgyalási technikáinak az eltérései. A különbségek jól jelezhetők azzal, hogy a GM otthon, bár nagyon szerette volna, de nem kerülhette el a csődeljárást, az Opel értékesítési tárgyalásai során viszont következmények nélkül játszhatott csupán időhúzásra.*

Journal of Economic Literature (JEL) kód: D22.

---

Pásztor Sára, közgazdász. E-mail cím: pasztor.sara@upcmail.hu

A rovat a Gazdasági Versenyhivatal és annak Versenykultúra Központja támogatásával jelenik meg.

A gépjárműgyártók pozícióit a gazdasági válság a jelenben, a feltörekvő országok (Kína és India) autópárájának várhatóan gyors terjeszkedése, az ágazat előtt álló rendkívül fejlesztés- és tőkeigényes váltás pedig a közeljövőben rendezi át. Az európai és amerikai tradicionális gyártók némelyike évtizedek óta nemzetközi terjeszkedéssel igyekezett helyettesíteni, elodázni a műszaki váltást, ezért nagy volumenű felesleges kapacitások halmozódtak fel mind a két kontinensen.

A gépjárműgyártás a leginkább nemzetköziesedett iparágak egyike. Nem új keletű jelenség ezért a vállalatcsoportok közötti rivalizálás, az előnyös nemzetközi rangsorolás megtartása, elérése, vagy az eliten belül a világhatalom elnyerése érdekében folytatott harc.<sup>1</sup> A szakma konszenzusos alapon az első hat legmagasabb értékesítési volument produkáló konszern tekintetében hosszú távon is fennmaradónak. Éppen ezért a klubon kívüliek<sup>2</sup> számára még fontosabbá vált gazdasági méretük növelése a szokásosnál is intenzívebb vállalatfelvásárlásokkal, egyesülésekkel.<sup>3</sup>

A cikkben a GM és a másik két amerikai tradicionális gépjárműipari konszern (a Ford és a Chrysler), valamint a GM európai leányvállalata, a GM Europe (az Opel és a Vauxhall) eseményekben gazdag 2008-as és 2009-es történetére koncentrálnak az iparági rivalizálás eszköztárába is betekinthetünk, s megtapasztalhatjuk az amerikai és a német szövetségi kormány vállalatvezetése közötti különbségeket. Utóbbi esetben a háttérben mindig felsejlik az Európai Unió, normáival és sajátos kontrolljával. Túlzás volna azt állítani, hogy csupán azért mutatkoztak készen 2008 őszén úgy a detroiti hármak, mint az Opel megsegítésére az éppen hivatalban lévő amerikai elnök és elnökjelöltek, valamint az újrászó német kancellár és legfőbb riválisa, mert ez az év az Egyesült Államokban és Németországban is választási év volt. De ez a tény teljesen figyelmen kívül sem hagyható. Mindenesetre a GM-ben a szanalásakor, 2009 közepén az állam többségi tulajdont szerzett. Az alig több mint egy hónapig tartó csődeljárást (az életképes márkák és üzemek új GM-be történő ki-szervezését) követő év minden negyedében a konszern már nyereséget realizált,<sup>4</sup> és a piaci kedvező megítélés visszaszerzése érdekében 2010 novemberében (1925 után immár másodszor) elsődleges tőzsdei kibocsátást hajtott végre. Ennek során a korábban 61 százalékos állami tulajdon 33 százalékra mérséklődött. Mindezek ellenére a történetnek még ez a része sem maradéktalanul befejezett. A GM Europe/Opel sztori – amely egy rövid ideig önállósodni látszott – kimenetele is meghatározóan attól függ, hogy a GM valóban és teljes mértékben vissza tud-e kapaszkodni a piacra.

<sup>1</sup> 1931 után először 2007-ben a Toyota hódította el a világhatalomot a General Motorstól. A (2010-ben harmadik) Volkswagen 2018-ra célozta meg az első hely elérését.

<sup>2</sup> Például: a 2009-et 98 milliárd eurós veszteséggel záró Fiat, vagy a PSA (Peugeot és Citroen) és a francia állam 15 százalékos tulajdonában levő Renault konszernnek számára.

<sup>3</sup> Például: a Chryslert szanaló, illetve másutt, többek között az Opel és a Saab megszerzésével is próbálkozó Fiat esete.

<sup>4</sup> Ezt a kínai és az amerikai piaci értékesítés, az üzleti környezet említett időszak alatti és a várakozások szerinti további javulása tette lehetővé.

## A detroiti hármás, avagy a GM és a Chrysler szanalása

2008-ban és 2009-ben drasztikusan, évenként kb. hárommillió darabbal mérseklődött az Egyesült Államokban az autóértékesítés.<sup>5</sup> A legnagyobb veszteségeket a tradicionális amerikai gyártók szenvedték el. 2007 és 2008 októbere között (egy év alatt) a General Motors eladásai 45 százalékkal csökkentek, nagyobb mértékben, mint a Chrysler (35 százalék) vagy a Ford (30 százalék) értékesítése. A *detroitiak* (GM, Ford, Chrysler) együttes *piaci részesedése 50 százalék alá esett*, pedig a GM – az amerikai gazdaság egykori zászlóshajója – 1980-ban még egyedül 45 százalékos arányban fedte le az Egyesült Államok autópiaacát. 2007-ben viszont 47 milliárd dolláros rekordvesztést produkált, részvényeinek az árfolyama 2008 első félévében 60 százalékkal zuhant (ezzel az 1954 utáni mélypontra, tíz amerikai dollár alá került, majd október elején – mint 1949-ben – már négy dollárt sem ért) (GM: 30,9 milliárd..., 2009).

Ebben az időszakban az ázsiai autógyártók – amelyek kínálati palettájában a kis- és közepes kategóriájú kocsik lényegesen nagyobb súlyt képviselnek – értékesítési eredményei is drasztikusan visszaestek az amerikai (és a világ-) piacon, de kevésbé, mint az amerikai autókonszernké.

### *Amit a válság felszínre hozott*

A három detroiti autókonzern méretbeli különbségeit a *foglalkoztatottak száma* jól kifejezi: 2008 végén a GM 252 ezer, a Ford 87 700, a Chrysler pedig 55 ezer főt alkalmazott. Az amerikai autóiipari szakszervezet (United Auto Workers – UAW) rendkívül szervezett és hatékony érdekérvényesítésre képes.<sup>6</sup> A *fordizmus* fennmaradása a hetvenes évek olajárrobbanásait követően lehetetlenné tette a detroitiak rugalmas alkalmazkodását a megváltozott kereslethez, és a japán, majd később más országokból, kontinensekről származó konkurensekhez. A detroiti autógyárak alkalmazottainak a jövedelme is magasabb, mint a külföldi (európai, japán, dél-koreai), vagy az Egyesült Államok déli államaiba betelepült autógyárak nem, vagy más feltételekkel szervezett alkalmazottainak. Ezen túl a munkáltatóik nagy összegű hozzájárulásokat fizetnek a nyugdíj- és egészségpénztári alapokba is. Érzékeltetésül: az egészségügyi hozzájárulások költségemelő hatása autónként 1500 dollár a GM vezetői szerint (Tóth, 2008). A detroiti autógyárak versenyképesség-vesztésének, tehetetlenségének egyik oka volt és ma is az a *korszertűtlen alkalmazotti jogosultságok léte*.

<sup>5</sup> A tényleges trendforduló 2007 novemberre, az autóeladások drasztikus és tartós csökkenése ettől az időponttól számítható.

<sup>6</sup> Ennek a gyökerei egészen *Henry Fordig*, bizonyos tekintetben pedig az ötvenes évek szakszervezeti maffiájáig, az akkor kötött nagyvonalú kollektív szerződésekig nyúlnak vissza.

Ehhez még további két lényeges ok társul. Az egyik: úgy a GM, mint a Chrysler és 2004-ig (a nagyszabású reorganizációs programja megkezdéséig) a Ford az első olajárrobbanás (1974) óta halogatta *modelljeinek* megújítását, az átállást a kisebb fogyasztású, *energiatakarékos* típusokra. A konkurensnek folyamatosan hódították el tőlük az amerikai piacon a vásárlókat, és a *megújulás hiányát* az intenzív nemzetközi terjeszkedés<sup>7</sup> is csak ideig-óráig helyettesíthette. Továbbá, s ez különösen a GM-re volt igaz, a *márkák, modellek és típusok* között cégcsoporton belül hiányzott az ügyfél- és termékszegmentáció.<sup>8</sup> Nagy *átfedések* alakultak ki, ugyanaz a modell több márkánál is feltűnt, feltűnik. A GM azonban – részben az Opel s részben az amerikai fejlesztőmérnökeinek köszönhetően – legalább fel tudja mutatni a teljesen elektromos meghajtású, 2011-ben piacra kerülő *Chevrolet Voltot*, s bizonyítani azt, hogy a versenytársaktól ugyan jelentős lemaradással, de jó irányba tart.<sup>9</sup>

Detroitot földrajzi elhelyezkedése (kikötőváros), az odatelepült kohászati, acél- és vegyipari üzemek a huszadik század elején alkalmassá tették arra, hogy az autóiipar amerikai, majd globális központja legyen. Az 1904-ben alapított Ford Motor Company odavonzotta az autógyártás más jelentős úttörőit is.<sup>10</sup> A Ford, az 1908-ban létesített GM, majd az 1925-ben alapított Chrysler gyárakban színvonalas szakembergárda nevelődött ki. Az autógyárak köré természetes módon települt a beszállítói hálózat. Ennek az autóiipari koncentrációnak a múlt század hetvenes éveigi számtalan előnyt tulajdonítottak, azt követően azonban ezek az előnyök sokat vesztek értékeikből. Ma a telephelyek kiválasztásakor az elsődleges szempont a munkaköltség (bérek, egyéb bérhez kötött vagy bérjellegű juttatások és járulékaik), és minden más fizikailag ehhez hozzárendelhető. Maga a big3 is a kezdeti Detroit környéki környűrs decentralizációt követően az Egyesült Államok határain belül és kívül (Kanada, Mexikó) szétterítette gyártását. Nemcsak az amerikai autógyárak vették el vezető szerepüket az amerikai piacon tehát, de Detroit és vonzáskörzetének súlya is termelésükben mára meglehetősen összezsugorodott. Ehhez elegendő arra utalni, hogy Detroit annyira szlömösödött, hogy a legkevésbé élhető amerikai várossá vált. A GM amerikai termelésének jelentős része is más államokban

<sup>7</sup> Az 1908-ban alapított GM már 1924-ben irodát nyitott Manilában – később áthelyezte azt Sanghajba –, és a húszas években összeszerelő üzemeket létesített több európai és dél-amerikai országban, valamint Japánban. Ekkor vásárolta meg az Opelt és brit Vauxhallt is.

<sup>8</sup> A valamikor tiszta termékpalalettájú GM esetében szinte teljes volt a káosz. A márkaközi együttműködések eredményeként nemcsak a Daewoo forgalmazzák Chevroletként (Európában), de Mexikóban, Brazíliában az Opel-modelleket (Chevrolet Astra stb., de Vauxhall, Holden, Saturn márkanev alatt is futnak másutt), a Lada Niva pedig (a GM-AvtovAZ kooperáció óta) újabban Chevrolet Niva névre hallgat. És nem csak a Chevrolet rabolt más márkáktól, az egykor amerikai tömegigények kielégítésére kifejlesztett modelljeit más kontinensen más márkanev alatt forgalmazzák (Ausztrália: Chevrolet Holden) (A Chevrolet..., 2009). A GM egyébként nem engedi be az Egyesült Államok piacára leányvállalatai, köztük az Opel gyártmányait.

<sup>9</sup> Az Egyesült Államokban a hibridautók közül a Toyota Priust évek óta forgalmazzák, de 2008 végén már a Honda FCX is kapható volt.

<sup>10</sup> Az akkori cégek egy része egyesült a későbbi három nagy valamelyikével.

levő üzemeiből származik már. (Ezzel párhuzamosan alkalmazotti létszámán belül a szervezettek aránya is kb. 60 százalékra csökkent.) Ennek ellenére Detroitnak, az autógyártás egykori fellegvárának és a GM-nek, az amerikai ikonnak a problémái választási periódusban különösen alkalmasak politikai megnyilvánulások kiváltására úgy a szavazók, mint a politikai riválisok oldaláról. 2008 őszén sem a hivatalban levő republikánus Bush elnök, sem a demokrata elnökjelölt, majd a megválasztott elnök, Barack Obama nem vállalta fel azt, amit a gazdasági racionalitás diktált volna – azt, hogy magukra hagyják az amerikai autókonszerneket.

### *Önszanálási kísérletek*

Az amerikai autókonszernek ebben a kritikus időszakban szívesen hivatkoztak arra, hogy nemcsak a háttér- és kiegészítő tevékenységek ellehetetlenüléséhez lett volna elegendő, ha bármelyiküket ki kellett volna vezetni a piacról, hanem az viszszahatásként a másik két gyárat is magával ránthatta volna.<sup>11</sup> Ezzel magyarázták azt is, hogy bár örök konkurensek, *nem csak közösen*, de *egymásért is* küzdöttek. Az autóértékesítés egyesült államokbeli zuhanása, majd világméretű mérséklődése következtében nagyon jelentős, a gazdálkodásuk folytatását valóban veszélyeztető veszteségeik keletkeztek, de pozícióik nem voltak teljesen azonosak. A Ford helyzete két lényeges szempontból *kedvezőbb* volt, mint a másik két konszerné. Bár a Ford is amerikai autógyár, tehát jellemző termékei ezen a piacon változatlanul a városi terepjárók (Sports Utility Vehicle – SUV-ok, sport haszonjárművek), pickupok, de az utóbbi években a már említett reorganizációs programja következtében sokat zöldült: hibrid terepjárói egyre nagyobb népszerűsége tettek szert, ezért a piaci trendváltást és az ahhoz igazodó kormányzati roncsprémium programot versenytársainál sikeresebben tudta kihasználni. A Chryslernél a GM is jobb, rendbe tehetőbb állapotban volt, legalább az elektronikus motorfejlesztésében próbált haladni a korrallal. A Chrysler minden lényeges szempontból lepusztult, nem rendelkezett folyamatban levő fejlesztésekkel, innovációkkal, forrásokkal még kevésbé. A Chrysler az első olajárrobbanást (1974-ben) is alig úszta meg, 1979 őszén (a második olajárrobbanásakor) pedig – külön erre a célra alkotott törvénnyel (Chrysler Act 1979) – a kifejezetten műszaki megújulásra, energiatakarékosabb modellek kifejlesztésére nyújtott másfél milliárd dolláros szövetségi támogatás mentette meg a csődtől.

A Ford másik, nem kevésbé lényeges relatív erőssége a válság időszakában, hogy 2006-ban 23 milliárd dollár összegű jelzáloghitelt vett fel (fedezete: a konszern teljes vagyona, közte: márkanévek, technológiák, céglogo), ezért napi likviditási gondok

<sup>11</sup> A Ford, amikor a közös fellépésen, az állammal való alkudozáson túl volt, 2009-ben beszállítói felével szerződést bontott.

nem nehezítették működését, gazdálkodása a pénzügyi piacok kiszáradása és különösen megkérdőjelezhető hitelképessége ellenére folyamatosan menedzselhető volt.

A 2008-as évet végig jellemezték az autókonzernek *önszanálási törekvései*, amelyek érthetően a GM<sup>12</sup> és a Chrysler esetében erőteljesek. Ezek legfontosabb célja a *csődvédelem elkerülése* volt. A kilábalási kísérletek során a konszernek gyakorlatilag minden lehetséges *eszközt* bevetettek, úgymint: műszakok számának csökkentése; létszámleépítés; gyárbezárások; költségracionalizálás; modellek és leányvállalatok értékesítése; modellváltás, azaz a termelés gyors felfuttatása a kisebb járműveknél és masszív redukálása a nagy fogyasztásúaknál; technológiai és értékesítési együttműködések létrehozása; termelés kitelepítése a növekvő keresletű térségekre; egyesülés más gépjárműgyártókkal.

A *Chryslernél*<sup>13</sup> a válságmenedzselés csak korlátozottan tartozott a menedzsmentre, mivel többségi tulajdonosa, a *Cerberus Capital Management* a konszern értékesítésére törekedett. Egyeztetések folytak a GM és a Chrysler egyesítéséről, ennek során a GM felajánlotta a Cerberusnak 49 százalékos GMAC-tulajdonrészét a Chryslerrel történő egyesülésért cserébe.<sup>14</sup> A szövetségi kormány azonban a GM és a Cerberus által az egyesüléshez kért tízmilliárd dolláros mentőcsomagot 2008 őszén elutasította.

<sup>12</sup> Például a GM 2009 első félévében az amerikai üzemekben 3500 dolgozót szándékozott elbocsátani, júniusra ez a szám 27 ezerre emelkedett (91 ezer helyett 64 ezer fő foglalkoztatott maradt volna), a munkaköltségeket 20 százalékkal akarta csökkenteni (nagyobb részben azzal, hogy a foglalkoztatott nyugdíjas dolgozóknak az egészségügyi juttatások helyett nyugdíj-kiegészítést fizet). Ekkor négy terrepjárgyárában szünetelt volna meg műszakokat, és 88 ezerrel kevesebb pickupt és ötvenezerrel kevesebb SUV-ot tervezett gyártani. Ősszel már négy gyár bezárása és a teherautó üzletág értékesítése (a japán Isuzunak ajánlotta fel) volt terítéken. A Toyotával, mely éppen ez idő tájt fosztotta meg világszágétól, a műszaki együttműködésük kiterjesztése mellett egyes érdekeltségei eladásáról is tárgyalt. Az USA-beli gépjárműkereslet bezuhanásának ellensúlyozására az ígéretes és költségtakarékosabb délkelet-ázsiai régióban szándékozott felfuttatni az értékesítést, ennek érdekében Thaiföldön új dízelmotorgyárat épített volna, és összeszerelő üzemét fejlesztette volna. Hozzákezdett finanszírozási (GM Acceptance Corporation – GMAC, magyarországi leányvállalata a GMAC Hungary Pénzügyi Szolgáltató Rt./Zrt. volt) és értékesítési hálózatának az átalakításához. Tárgyalt a – benzinfalók között is a leginkább izomautónak számító – Hummer márka eladásáról (kereslete az amerikai piacon az említett időszakban 40 százalékkal csökkent), de felhagyott az Oscar-gála szponzorálásával, akciót szervezett árengedményekkel, és meglebegett a Chryslerrel történő egyesülést is.

<sup>13</sup> A Chrysler és pénzügyi szolgáltatója 80 százalékat – amelyet a *Daimler-Benz* 1998-ban *36 milliárd dollárért* vásárolt meg (ez volt a transzatlanti vállalatgyesülések egyike) – 2007-ben a *Cerberus* befektetési társaság (amely többnyire az utolsó előtti fázisban levő cégekbe vásárolja be magát, mint azt tette a NABI esetében is) *7,4 milliárd dollárért* szerezte meg. A *Cerberus* a Chrysler értékesítéséről tárgyalt az ügylet révén amerikai piaci felfutásban, s az amerikai kormányzati támogatás elérhetőségében reménykedő *Nissannal* és 44 százalékos tulajdonosával, a *Renault*-val (amely 2007-ben úgy vonult ki az amerikai piacról, hogy leányvállalatát, az American Motors Corporationt a Chryslernek adta el). Végül ezek a tárgyalások egy megállapodással zárultak, mely szerint a Chrysler a Nissan-Renaultnak kis teherautókat, a japán–francia páros pedig kis- és középkeletű autót gyárt a Chrysler számára. A Chrysler partnerségre lépési tárgyalásokat folytatott a *Tatával* – a Chrysler legsikeresebb modellje, a Wrangler jeep ázsiai forgalmazásában és helyi összeszerelésében szívesen lett volna partner – és a kínai *Great Wall Motor Company*-val is.

<sup>14</sup> A Cerberus a GMAC-ben 2006-ban 7,4 milliárd dollárért már 51 százalékos tulajdonrészét szerezte.



2008 nyarán a három autókonzern megkereste a kormányt és a Fed-et (Federal Reserve System), hogy tegyék lehetővé *kedvező kamatozású szövetségi hitel* igénybevételét a környezetbarát, üzemanyag-takarékos járművek kifejlesztése és gyártása érdekében. Arra hivatkoztak, hogy a járműipar az amerikai gazdaság kulcságazata, s más bajban levő ágazatoknak (acélipar, atomerőművek, légi közlekedési cégek) is jelentős összegű hitelgaranciákat nyújtott a kormányzat, nem szólva a pénzügyi intézeti tőkeinjekciók százmilliárdjairól. Ne feledjük, bankhitelhez már egyikőjük sem juthatott hozzá, részvényeik árfolyamai történelmi mélypontokon voltak, pótlólagos finanszírozásként tehát csak szövetségi támogatás jöhetett szóba. Míg a Chrysler és a Ford összesen 25 milliárd dollár összegű hitelt tartott szükségesnek, a GM ennek dupláját. A későbbiekben az autókonzernek az átszervezési terveik bemutatásakor 34 milliárd dollárra módosították azt az összeget, amelyet az összeomlásuk elkerüléséhez 2009. március 31-éig szükségesnek véltek. A 2008. november 4-i elnökválasztást megelőző kampány-, majd az új elnök januári hivatalba lépéséig terjedő időszak politikailag rendkívül túlfűtött volt, amelyet az autókonzernek kérésének a teljesítésével kapcsolatban is éles politikai csatározások jellemeztek.

George W. *Bush* elnök az egyeztetések kezdetekor kinyilvánította, hogy a 2008. október 14-én elfogadott, 700 millió dollár összegű bankmentő csomagból (Troubled Asset Relief Program, TARP) akkor sem részesülhetnek az autókonzernek, ha (beszállító, értékesítő hálózataikat is figyelembe véve) több millió munkahely megszűnése forog veszélyben. Ugyanakkor nem zárkózott el attól, hogy a 25 millió dolláros, energiatakarékos járművek fejlesztését célzó keretből kapjanak támogatást a detroiti hármak. Az autógyárak államainak demokrata szenátorai és képviselői (köztük a képviselőház elnöke) viszont a TARP következő részletének a folyósítását tették függővé az autóiipari konzernek támogatásának a befogadásától. A pénzügyi segítséggel szemben szkeptikusok közé azoknak az államoknak a szenátorai tartoztak, amely államokban külföldi járműgyártók üzemei működtek.<sup>15</sup>

2008. december 10-ére a 25 milliárdos hitelkeret terhére nyújtandó 15 milliárdos támogatásról ugyan elvi egyezség alakult ki a kongresszus és a Fehér Ház között, azonban a javaslatához nem sikerült megszerezni a szenátus kétharmados támogatását. Mégpedig azért nem, mert a republikánus szenátorok feltételül szabták az *alkalmazotti bérek csökkentését a déli államokban működő külföldi tulajdonú gyárak béreinek a szintjére*, a szakszervezet viszont ezt *nem fogadta el*. Szakértők számára ez idő tájt vált kétséget kizáróan nyilvánvalóvá, hogy a GM és a Chrysler helyzete súlyosabb, mint amit feltételeztek, szövetségi támogatás nélkül decemberi kötelezettségeiket sem képesek teljesíteni, így összeomlásuk legkésőbb 2009 már-

<sup>15</sup> Alabama államban például a Honda, a Toyota, a Hyundai és a Mercedes a kilencvenes évek elejétől 3,8 milliárd dollárt fektetett be, és – mint a szenátora hangsúlyozta – ezekben a gyárakban is amerikaiak dolgoznak.

ciusában elkerülhetetlen. Egyéb lehetőség hiányában ezért december 19-én *Bush* elnök korábbi álláspontját feladva mégis arról döntött, hogy a *bankmentő csomag terhére 17,4 milliárd dollár támogatást* nyújt közvetlen tőkejuttatás formájában a GM-nek és a Chryslernek, hétéves futamidőre, az első öt évben öt, az azt követő időszakra kilencszázalékos kamattal. A Ford a csomag feltételeinek az ismeretében, és remélve azt, hogy a gépkocsi-értékesítés az amerikai piacon eléri a fizetőképessége megőrzéséhez szükséges 10,5-11 millió darabot, nem tartott igényt a tőkejuttatásra, csupán egy kilencmilliárd dolláros készenléti hitelkeretre.<sup>16</sup>

A *csomag feltételei* markáns *járműipari sajátosságokkal* kiegészítve a TARP igénybevétele során megszokottakkal azonosak:

– az autókonszernek kötelesek három hónap alatt, azaz 2009. március 31-ig gyökeresen átszervezni tevékenységüket, elfogadható javaslatcsomagot benyújtani a kormánynak;

– adósságaik összegét egyharmadára kell csökkenteniük, valamint

– *fel kell számolniuk a szakszervezeti működtetésű állásbankokat;*

– *át kell alakítaniuk bérpolitikájukat;*

– opciós jogot kell biztosítaniuk az állam részére szavazati joggal nem bíró részvények vásárlására;

– a cégvezetők jövedelmét mérsékelniük kell;

– osztalékfizetési tilalmat kell bevezetni;

– prioritást kell biztosítani a kormányzati hitel törlesztésére minden más kötelezettség teljesítésével szemben;

– tudomásul kell venniük, hogy nagyobb (100 millió dollár fölötti) ügyletek csak a kormánybiztos (autócézár) ellenjegyzése mellett bonyolíthatók (*Takács, 2009a*).

Az autókonszernek szövetségi támogatásával egyetértett Barack Obama, az Egyesült Államok újonnan megválasztott, de hivatalba még nem lépett elnöke is, aki már ekkor hangsúlyozta, hogy a vállalatcsoportok vagy képesek életképes átalakítási terveket bemutatni a további támogatáshoz, vagy csőd vár rájuk.

A pénzügyminisztérium számára készített első jelentést 2009. február 17-én kellett a konszerneknek bemutatniuk. A *Chrysler* a stratégiai együttműködés lehetőségeiről a Fiattal kötött jogi kötelezettségeket nem tartalmazó megállapodását prezentálta, amely technológiák, gyártási platformok cseréje mellett a piacaikhoz történő kölcsönös hozzáféréssel, termékpallettaik újra- és megosztásával, s nem utolsósorban a Fiat – 1983-as kivonulását követően – amerikai piacra történő visszatérésével, modelljei ismételt megjelenésével foglalkozott. A Fiat tisztában volt azzal, hogy a Chrysler nem képes megállni a saját lábán, s azzal is, hogy a megállapodáson kívül semmi más nincs a tarsolyában, amit a kormány felé tálalni tudna. Éppen ezért (s talán azért is, mert nem állt módjában, mivel maga is meglehetősen eladósodott)

<sup>16</sup> Kommunikációja szerint azért, ha a későbbiekben mégis külső forrás bevonására volna szüksége, ténylegesen pedig annak kinyilvánítása helyett, hogy azért nem kér támogatást, mert nincs rá szüksége – ez volt az elegáns magyarázat.

nem szándékozott készpénzzel beszállni a Chryslerbe, a megroggyant gyár konszolidálását az amerikai kormányzattól várta.<sup>17</sup> Obama elnök csapata ekkor már alaposan ismerte a Chrysler helyzetét, ezért még attól sem zárkózott el, hogy az ügylet sikeres lebonyolítása után további hat milliárd dolláros hitelt nyújtson a Chrysler továbbéléséhez.

A GM azt jelentette a Pénzügyminisztériumnak, hogy megválnak 47 ezer alkalmazottjától, megszüntet több márkát, és eladja vagy bezárja a belgiumi és két németországi Opel-gyárát.

Az Obama elnök szakértői stábja (a 24 tagú vizsgálóbizottság,<sup>18</sup> az Automotive Task Force) által készített helyzetjelentések alacsony színvonalú, nem hatékony, túlburjánzóan soklépcsős vezetési struktúrát, a műszaki fejlesztések és a piaci alkalmazkodás elhanyagolását állapították meg mindkét konszernnél. A szakértők a benyújtott átalakítási terveket sem tartották kellően kimunkáltaknak, szerintük azok nem bizonyították a cégcsoportok életképességét. Az elnök 2009. március 30-án újabb – gesztusértékű – határidőket szabott: a Chryslernek harminc napot adott arra, hogy alaposan kidolgozza a Fiattal tervezett partneri viszonyának feltételeit, a GM-nek pedig hatvan napot arra, hogy bemutassa életképes működését biztosító költségcsökkentési, strukturális átalakítási tervét. Miután az elnöki stáb hangsúlyozta, hogy a működésükhöz szükséges forrásokat (a GM esetében ez havi egymilliárd dollár) csak ez alatt az idő alatt biztosítja a kormányzat, ekkor már az sem volt alku tárgya, hogy ha az újabb javaslatokat a szakértői stáb nem tartja kielégítőnek, akkor a további támogatás érdekében mind a két konszernnek *önkéntes csődeljárást* kell kezdeményeznie. Utólag megállapítható, hogy a csődeljárást mind a két autógyári konszernnél gyakorlatilag a kormányzat erőszakolta ki. A menedzsmentek a legutolsó pillanatig próbáltak ellenállni, szerintük a kormányzati támogatás melletti átalakulás kevésbé költséges, mint a kockázatos csődeljárás, s ezt kísérelték meg egészen az elnöki ultimátum által adott határidő lejártáig képviselni. Obama ultimátuma egyébként a GM-et 2000-től vezető (2004 és 2009 márciusa között 82 milliárd dolláros veszteséget felhalmozó) Richard Wagoner azonnali távozását is eredményezte. A határidők lejártakor mind a két konszern csődvédelmet kért, s ez ismét megnyitotta a kormányzati pénzcsoport a számukra. A GM rendelkezésére tartott összesen 50 milliárdos kölcsönből például az éppen szükséges 15 milliárd dollár lehívását a csődbíró az eljárás bejelentésekor azonnal engedélyezte. Mind a két konszern csődeljárását a *kanadai kormány is támogatta*, a GM-et összesen 9,5 milliárd amerikai dollárral (mert vállalta, hogy a termelése 16 százalékát Kanadában tartja), a Chryslert pedig 3,8 milliárddal.

<sup>17</sup> A Fiat gyakran mer nagyokat álmodni (és minden céggel próbálkozik is, mint azt a Saab és a GM Europe kapcsán is látni fogjuk). Miután a Daimler 2009. április 27-én átengedte maradék chrysleres részesedését is a Cerberusnak, és befizetett 600 millió dollárt a Chrysler nyugdíjalapjába, a Fiat 55 százalékos tulajdonrész elérését sem tartotta irreálisnak a Chryslerben és pénzügyi szolgáltatójában, a Chrysler Financial-ben. A Fiat és a Chrysler közötti stratégiai megállapodást március végén a Bush-kormányzat által kijelölt határidőre véglegesítették.

<sup>18</sup> A csoport tagjai kivétel nélkül japán kocsikkal érkeztek az első megbeszélésre (Gazda, 2009).

Az Obama-adminisztráció a csődeljárás kierőszakolásával részben bizonyítani akarta, hogy az diktál, aki fizet, illetve tisztában volt azzal, hogy csőd esetén a nagyobb társadalmi nyilvánosság miatt a kormányzat helyett sokkal inkább a konszernekre terhelődik a megállapodások nem teljesítésének a felelőssége. Pontosan érzekelte azt is, hogy nagyon is szükség van a csőddel való fenyegetettségre, a csődbírói nyomatókra ahhoz, hogy az alkudozások a kormány és a konszernek, valamint az alkalmazottak, a leányvállalatok (és kormányai), az üzleti partnerek (beszállítók, márkakereskedők), a hitelezők és a konszernek között ne hiúsítsák meg az eredeti célt, hogy ne váljanak parttalanúvá. Az 1979-es Chrysler Act is azt bizonyította, hogy a szimpla állami támogatás nem vezet életképes megújuláshoz. Hangsúlyozni kell azt is, hogy csőd hiányában a konszernek lehetőségei is korlátozottabbak voltak életképes szervezet létrehozására. Egyáltalán nem jelentéktelen az, amit ezt megelőzően évek alatt végrehajtottak: valóban lényegesen, több tízezerrel csökkentették alkalmazottaik számát, valóban bezártak üzemeket és jelentősen mérsékeltek beszállítóik körét – miközben önmaguk sokkal többet nem tehettek, ez együtt is kevés volt.

A Chrysler végül is azért kért 2009. május 1-jén csődvédelmet a szövetségi csőd-törvény 11. – a reorganizációs, és nem a felszámolást eredményező – szakasza alapján, mert nem sikerült hitelezői egy részével (az adósságai kb. 30 százalékaival, 6,9 milliárd dollárral rendelkező több mint negyven fedezeti alappal) megállapodnia követeléseik egy részének veszteségként történő leírásáról (*Takács, 2009b*). A csődbíró felbontotta a konszern minden olyan szerződését, amelyet nem delegált utódcégébe. Ennek a legfőbb hozadéka a kereskedői hálózat racionalizálása volt. A még az év elején a *Cerberus* által kidolgozott, a GM-nek is szánt pénzügytechnikai megoldást a *Chrysler*nél próbálták ki.<sup>19</sup>

<sup>19</sup> A 39 milliárd dollár összegű csődeljárás során két részre (Old Cargo LLC és Chrysler Group LLC) osztották a vállalatot. A kormányzat 3,34 milliárd dolláros csődhittel nyújtott az eljárás lebonyolításához, amelynek feltételei a következők voltak: az igazgatótanácsba és más vezető testületekbe együttesen az amerikai kormány kilenc (ezen belül a kilenctagú igazgatóságba négy), a Fiat pedig három főt delegálhat; a Chrysler köteles fenntartani amerikai termelésének jelentős részét, összes értékesítésének legalább 40 százalékát amerikai üzemekben kell előállítania. A régi vállalat minden eszköze, stabil és működőképes részlegei és márkái a Fiat által irányított új cégbe kerültek, amely így az elődjénél lényegesen alacsonyabb költséggel és adósságállománnyal rendelkezik. Az új Chrysler tulajdonosai: az amerikai és a kanadai kormányzat/pénzügyminisztérium (8 százalék + 2 százalék), a kis autók gyártási technológiájának átadásáért és globális kereskedelmi hálózatának megnyitásaért 20 százalékban a Fiat (ami a hitelek visszafizetése után növekedhet 30 százalékra) és az egészség- és nyugdíjbiztosítási terhek átvállalásáért cserében az amerikai autoipari munkásokat tömörítő szakszervezet, az UAW (55 százalék), a többi a régi Chrysler hitelezőié. A Chrysler az amerikai kormányzattól összesen 12,5 milliárd dollár áthidaló hitelt kapott (*Szőcs, 2009*). A konszern a csődeljárást megelőzően sem volt tőzsdei cég, ezért az állam kivonulásáról az új tulajdonosi szerkezet kialakításakor gondoskodni kellett. A Fiat számára biztosított részesedésszerzési opció ezt a célt szolgálta.

A GM ez idő tájt új vezérigazgatója – elődjétől eltérően – a csődeljárást nem tekintette a végső rossznak, már csak azért sem, mert nagyon is pontosan érzékelt a kormányzat ez irányú elvárásait, s tudta azt is, hogy a Chevrolet Volt olyan adu a GM kezében, amely miatt a kormány sem hagyhatja cserben a cégcsoportot. De a Chrysler csődeljárásának gyors sikerei a köz- és szakmai véleményt is kedvezően előkészítették a számára. A GM – az amerikai ikon,<sup>20</sup> amely hetvenhét évig, egészen a legutolsó időkig vezette az értékesített járművek világranglistáját, a világon 140 országban forgalmazza és szervizeli személy- és teherautóit, és Európában is több mint negyven piacon van jelen – beadta a derekát és 2009. június 1-jén fizetesképtelenséget jelentett.<sup>21</sup>

A GM csődeljárása során a meghirdetett, a kormányzat által is elfogadott reorganizációs szempontokból, feltételekből és célokból a következőket célszerű kiemelni:

– a *vevők igényei szerinti, kimagasló színvonalú autógyártás*: kis fogyasztású, energiatakarékos típusok felé fordulás;

– *új vállalat létesül a régi GM erősségeire építve (részletesen lásd később)*;

– *négy alapmárka, erős márkakereskedői hálózat*: a korábbi nyolc márka helyett a Chevrolet, a Cadillac, a Buick és a GMC személy- és teherautók, crossoverek friss választéka marad a termékpalalettán, összesen 34 amerikai típus. A márkakereskedők száma hatezerről 3600-ra csökken 2009 végére;

– *karcsúbb, hatékonyabb globális szervezet, gyors és eredményes döntéshozatal*: a megállapodás legkeményebb feltételei tartoznak ide, karcsúsodik a GM az Egyesült Államokban és az adminisztráció a régiók központjaiban (bővebben erről is később lesz szó);

– *közvetlen kapcsolat az ügyfelekkel*: ezt célozza a felesleges vezetői szintek csökkentése.

A hivatalos megfogalmazás szerint a régi GM, a General Motors Corporation az új GM-nek, a *General Motors Company*nak értékesítette külföldi leányvállalatait és az amerikaiak közül a megtartásra érdemeseket, gépkocsimárkáit, valamint minden fontosabb eszközét. Az eszközöket június 10-ig kellett a régi GM-nek eladnia. (Az önként indított csődeljárást követően a csődbíró hagyta jóvá az értékesítést.)

<sup>20</sup> A GM csődje a 4. legnagyobb az amerikai cégek között a Lehman Brothers (2008), a Washington Mutual (2008) és WorldCom (2002) után.

<sup>21</sup> A GM 2009. június 1-jei csődvédelmi kérvényében 82,29 milliárd dolláros vagyon és 172,81 milliárd dolláros adósságállomány szerepelt. A megelőző banknapon (pénteken) részvényeinek árfolyama 75 centre zuhant a New York-i tőzsdén. (1933. április 8-a óta még nem volt ennyire alacsony. Ekkor már fényévnyi távolságra volt a 2000. áprilisi 94,63 dolláros árfolyam.) A csődeljárás megindítását követő állapotról közölt GM-adatok szerint „[...] sokkal stabilabb mérleggel indul, benne körülbelül 11 milliárd dolláros U.S.-adóssággal, amely nem tartalmaz 9 milliárd dollárnyi elsőbbségi részvényt [...] a kötelezettségek összesen több mint 40 milliárd dollárral csökkentek, és jórészt biztosítatlan adósságként, illetve az UAW nyugdíjasok [...] egészségügyi alapjánál mutatkoznak”, és az átszervezést követően a kötelezettségek csökkenése a részesedésre történt átváltások következménye – nyilván az előzetes alkuk szerinti diszkontokkal, halasztott kötelezettségvállalásokkal (Megalakult az új General..., 2009).

A régi GM-et felszámolják, részvényeivel (Motors Liquidation Co. néven) az eljárás befejezéséig lehet kereskedni az ún. pink sheet OTC-piacokon.<sup>22</sup> Az új GM zártkörű részvénytársaság, ötszázmillió darab részvénnyel. Az amerikai állam a tőkejuttatások és a hitelei jelentős részének tőkésítésével 60,8 százalékos tulajdonrész (42,2 milliárd dollárral 304 millió részvényt) szerzett. További tulajdonosok: Kanada és Ontario kormánya (11,7 százalék, 58,5 millió részvény), UAW Retiree Medical Benefist Trust (szakszervezeti nyugdíjasok egészségbiztosítója – 17,5 százalék, 87,5 millió részvény) és 10 százalékban (50 millió darab részvénnyel) a régi GM, ebből fizetik ki a kötvényeseket (ehhez még 15 százalék warrant, azaz részvényvásárlási opció társul).<sup>23</sup> A régi GM részvényesei értelemszerűen nem számíthattak semmiféle közvetlen kielégítésre (mint ahogyan a Cerberus sem a Chryslernél).

A TARP felhasználásáról szóló jelentés alapján biztosnak tekinthető, hogy a GM-nek és a Chryslernek közvetlenül és közvetve<sup>24</sup> nyújtott hitelek/garanciák együttes összege 2009 szeptemberére *meghaladta a nyolcvanmilliárd dollárt*. (Kongresszusi meghallgatásán a különleges biztos bírálta a TARP „nem megfelelő átláthatóságát”). (Aligha térül meg..., 2009.)

A GM az *Egyesült Államokban* sokkal karcsúbbá vált. Tervei között szerepelt 2010 végére az összeszerelő, hajtómű- és présüzemei számának a 2008-as 48-ról 37-re csökkentése, és 2011 végére a 100 százalékos kapacitáskihasználtság elérése. Az amerikai – de nem csak az Egyesült Államokban dolgozó – *alkalmazottainak* számát a 2008-as 91 ezerrel 2009 végéig 64 ezerre kívánta mérsékelni (bár ezt a feltevélt nem tudta maradéktalanul teljesíteni). A vállalatirányítás laposabb lett, több feladatkört is ellát egy-egy vezető. A két felsővezetői fórum helyébe – Automotive Strategy Board és Automotive Product Board – kisebb létszámú és operatív igazgatóság lépett. Megszűntek a regionális elnöki pozíciók és a regionális stratégia tanácsok is. A nemzetközi irányítás sanghaji központtal működik. A tervek szerint a regionális vezetési szintek számának csökkenése miatt 2009 végéig 35 százalékkal

<sup>22</sup> Ez a legkevésbé integrált, a legkisebb társaságok papírjainak a forgalmazását szolgáló, gyakran sorsjegybörzének nevezett tőzsdén kívüli értékpapírpiacon (OTC: over-the-counter market). A gazdasági sajtó gyakran ad hírt kötésekről régi GM papírokkal.

<sup>23</sup> A GM legfőbb hitelezőit tömörítő szervezetek közül a kötvényesek 22,8 milliárd, az UAW 20,6 milliárd, a Deutsche Bank 4,44 milliárd dollárra, az autókereskedők pedig az eljárás során eszközökre tartottak igényt – a Bloomberg szerint (Más lesz az..., 2009). A szakszervezet pozícióját jelzi, hogy a tárgyalások során lényegesen kisebb engedményre kényszerültek, mint a kötvényesek. (A Deutsche Bank mint a régi GM finanszírozója feltehetően a 10 százalékos tulajdonnal rendelkező utolsó csoportba sorolódott.) Az UAW-val kötött megegyezés eredményeként évi 1,3 milliárd dollárra mérséklődtek a GM kiadásai, a munkaköltségek szintjét a legfőbb rivális, a Toyota költség szintjén állították be. Az új GM tájékoztatásai kiemelik, hogy „stabil mérleggel, versenyképes költségstruktúrával” rendelkezik „és erős fizetőképesség” jellemzi az induló állapotot (GM, 2009).

<sup>24</sup> Többek között az amerikai roncsautóprogramban való részvétel fokozására, a gépjármű-értékesítés finanszírozására a kormány a GMAC-ot (a GM és – a csődök, pontosabban az állam tulajdonossá válását követően – a Chrysler vásárlóinak és partnereinek legfontosabb hitelezője) fokozatosan majdnem teljesen kivásárolta a GM-től, és más formában (garanciaállalással, hitellel) is támogatta a GMAC-ot és közvetve az egész ágazatot.



csökkent az amerikai igazgatók és 20 százalékkal az amerikai fizetett alkalmazottak – azaz a központi státusban külföldön foglalkoztatottak – száma is (Megalakult az új General..., 2009).

### *Márkák kivezetése a GM termékpalettájáról*

A régi GM-nek a nála hagyott márkáktól meg kellett válnia. Az eredeti tervekben a Hummer és a Saab értékesítése és a Saturn és a Pontiac márkák gyártásának megszüntetése szerepelt. A GM Amerikában kért csődvédelmet, más piacokon (Európa, Latin-Amerika, Afrika, Közel-Kelet, ázsiai, csendes-óceáni térség) működő érdekeltségeire ez automatikusan nem terjedt ki. A GM az öncsőd bejelentésével egyidejűleg deklarálta is, hogy a nem amerikai üzemei, részlegei tovább folytatják tevékenységüket. A nyilatkozatok szintjén nem, ténylegesen azonban a reorganizáció része volt a két európai leányvállalat, a Saab és az Opel értékesítése is. A későbbiekben ez az Opel tekintetében változott, azaz a GM az Opelt megtartotta

A *leépítésre* kerülő márkák sora a sokáig bizonytalan sorsú Saabbal szemben biztos értékesítésre várónak tűnő *Hummerrel* egészült ki.<sup>25</sup> A svédországi *Saab* – amelynek adóssága 10,6 milliárd svéd korona (283 milliárd forint), fő hitelezője a GM, foglalkoztatottainak a száma négyezer fő volt, és egy ausztriai üzemmel is rendelkezik – 2009 februárjában csődvédelmet kért. A *svéd állam* korábban mereven elzárkózott attól, hogy bármiféle támasztékot nyújtson a cégnek, később azonban *hárommilliárd eurós autóipari segélycsomagot* hozott létre a Saab<sup>26</sup> és (az 1999-től a Ford tulajdonában levő, majd 2010-ben a kínai Geely-nek értékesített luxusmárka) a Volvo megmentése érdekében. A Saab vevője, a Spyker a 285 millió eurós vételárból *53 millió eurót* készpénzben fizetett, a különbözetre pedig a GM nyújtott részvényre konvertálható kereskedelmi (eladói) hitelt – mintegy prezentálva, hogy

<sup>25</sup> A Hummer szabadidős részlegéért (a katonai terepjáró nem volt tárgya az adásvételnek) és (a világszerte összesen négyszáz tagból álló) márkakereskedői hálózatért a GM 500 milliós várakozásához képest végül 150 milliós vételárat kínáló vevő a magántulajdonban levő kínai Sichuan *Tengzhong Heavy Industrial Machinery* (és 20 százalékban egy hongkongi befektető) volt (Peking is..., 2009). 2010. február 24-én a GM bejelentette, hogy leállítja a terepjáró gyártását, mert az ügylet a Tengzhonggal nem jöhetett létre. A kínai kormány az autógyártásba való belépést szigorúan szabályozza, és arra hivatkozva utasította el az engedélyezési kérelmet, hogy a (többek között építkezési gépeket, billenős járműveket előállító) Tengzhong nem számít autógyártónak Kínában.

<sup>26</sup> A GM – amely 1990-ben a cég felét hatszázmillió dollárért szerezte meg, s az egészére vonatkozó opciót 2000-ben váltotta be – mérlegelte annak a lehetőségét is, hogy újrászervezi a gyárat a svéd kormány segélycsomagjának a Saabra eső részéből. Leginkább azonban arra törekedett, hogy lehetőleg már 2009 nyarán, de legkésőbb 2009 vége előtt vevőt találjon a vállalatra. Három hónappal a csődvédelmének kezdő időpontját követően beszámolójában – a beígértől elmaradó alkalmazotti létszámcsökkenésen túl – a Saab értékesítését volt kénytelen nem teljesítésként jelenteni. Ekkor már annyira reménytelennek látta a helyzetet, hogy a kaput ugyan még nyitva hagyta egy esetleges vevő számára (nem zárta be a céget), de elkezdte felszámolását is. A hosszú és sokfordulós értékesítési kísérlet végül eredménnyel járt, a jelentkezők közül a Chryslerre és az Opelre is pályázó Fiatot érdemes említeni.



nem áron alul adta el a vállalatot (A veszteséges..., 2010).<sup>27</sup> A svéd állam az akciót 400 millió eurós hitellel támogatta.

*GM: gyors piaci sikerek a csődvédelem után*

A GM reorganizációja következtében veszteségei jelentősen, a piaci várakozásoknál is nagyobb mértékben mérséklődtek, piaci pozíciója látványosan javult a csőd utáni időszakban. Ezt részben a javuló konjunktúra, részben pedig vezető gépjárműgyártók (a kezdeti időszakban és főleg az Egyesült Államokban a Toyota) nagy visszahívásai magyarázzák. 2009 júliusa és decembere között csupán 4,3 milliárd dolláros vesztesége keletkezett (szemben a 2009. évi 30,9 milliárddal) 2010 első negyedévét 865 millió dollár, a másodikat 1,3 milliárd dollár nyereséggel zárta, éves szinten pedig (2004-et követően először ért el pozitív) 4,7 milliárd dolláros üzemi eredményt (A vártnál kisebb profitról..., 2011). Forgalma Európa kivételével minden piacon számottevően bővült, legjelentősebben – az Egyesült Államokat is megelőzve – Kínában.

A vállalat az összesen 8,1 milliárd dolláros kormányhiteleket (a 6,7 milliárd dollár amerikai hitelt és az új GM létrehozásakor 9,5 milliárdról 1,4 milliárdra apadt kanadai kölcsönt az ötéves visszafizetési moratóriummal szemben) már 2009 végén elkezdte törleszteni (negyedévenként egy-egy milliárd dollárral, illetve a kanadai kormány felé fennálló tartozását 200 millióval mérsékelte), majd 2010 áprilisában maradéktalanul kiegyenlítette (Indulhat a történelem..., 2010). 2010 augusztusában pedig kérelmet nyújtott be az amerikai értékpapír-piaci felügyelethez<sup>28</sup> részvényei ismételt tőzsdei bevezetésére. Ez az ügylet az amerikai tőzsde második legnagyobb elsődleges bevezetése<sup>29</sup> 16 milliárd dollár értékben. 2010. november 17-én, a kibocsátás napján a 33 dolláros induló ár átlagosan 9,7 százalékos árfolyam-növekedést, összesen 20,1 milliárd dolláros bevételt eredményezett. Valamennyi fő részvényes megszabadult pakettje egy részétől. Az állami tulajdonrész 61 százalékról 33-ra csökkent, 11,8 milliárd dollár bevétel mellett<sup>30</sup> (A General Motors..., 2010). A tőzsdei kibocsátással a GM-nek sikerült a számára rendkívül nyugös többségi állami tulajdont ötven százalék alá szorítania. Szakértők szerint az amerikai állam

<sup>27</sup> A tranzakció feltétele az volt, hogy a svéd kormány garantálja az autógyár 400 millió eurós hitelét, amit párhuzamosan az Európai Beruházási Bank (EIB) átvállalt. Gyakorlatilag tehát a kormánygarancia volt az ára a 3400 svéd munkahely megőrzésének. A régi GM volt hitelezői igényeinek részbeni kielégítésére tehát az új GM-es 10 százalékos, ezt a célt szolgáló részesedésen túl a Spykértől kapott vételárat fordíthatja, s esetleg az új GM-be át nem került más eszközök értékesítéséből származó nettó bevételt is (Az eladó ..., 2010).

<sup>28</sup> Securities and Exchange Commission, SEC.

<sup>29</sup> Eddig a legmagasabb értékű a Visa 2008-as, 19,7 milliárd dolláros elsődleges bevezetése (IPO-Initial Public Offering) volt.

<sup>30</sup> Az akció során az UAW portfóliójában levő GM-részvények 34 százalékkal, Kanada és Ontario tartomány kormányáé pedig 20 százalékkal csökkentek.

a GM-es tulajdonosi kalandját akkor nem zárna veszteséggel, ha maradék papírjai árfolyama értékesítéskor elérné legalább az 53 dolláros árfolyamot<sup>31</sup> (A General Motors ..., 2010).

### *A csőd eredményei*

A GM és a Chrysler csődje a Ford működésére is kedvezően hatott. A *csődvédelem* – amely mind a két vállalatnál az új társaságok megalakulásával lezárult – a bejelentéshez képest alig *egy hónapig tartott*. Sem a GM, sem a Chrysler a kormányzati beavatkozás nélkül nem tudott volna úrrá lenni pénzügyi gondjain. A hitelek és tőkejuttatások szerepét, a törlesztési kötelezettségek súlyát nem bagatellizálva, azokkal legalább egyenrangú és talán sokkal hosszabban ható haszna a beavatkozásnak az évtizedek óta halogatott, elkerülhetetlen karcsúsítás legitimálása volt. Segített megvívni a harcot az erős szakszervezettel, a jelentős pénzügyi intézetekkel elfogadtatni követeléseik nagy részének (90 százalékanak) veszteségként történő leírását, elfogadtatni a beszállítókkal és a márkakereskedőkkel kedvelt márkák forgalomból történő kivonását, vagy értékesítését nem amerikai befektető számára. Az utak ezt követően kétfelé ágaztak. A Chrysler esetében a választott válságkezelési stratégia során a kormány az ambiciózus Fiatra bízta a konszern sorsát. A Fiat számára pedig a vállalatcsoport méretének a növekedése az elsődleges, fontos azonban az is, hogy a Chrysler reorganizációját kormányhitelből valósíthatja meg. 2011 elején a Fiat – összhangban vállalásai egyikével – az Egyesült Államokban üzemanyag-takarékos motorokat elállító gyárat létesített, s ezzel tulajdonrésze húsz százalékról 25-re növekedett a Chryslerben. A 35 százalékos – szintén részvényopció lehívásával – akkor érheti majd el, ha új kisautókat gyárt az Egyesült Államokban, és növelni tudja a Chrysler-modellek nemzetközi értékesítését. Többségi tulajdonossá pedig akkor válhat a Chryslerben, ha adósságait jelentősen csökkentette (a kormányhitelt visszafizette). Ennek elérését azonban más piacszerzési lehetőségei felülírhatják. A Fiat-csoport nemzetközi piaci pozícióját akkor tekintené stabilnak, ha kibocsátása közelítene az élbolyhoz, akvizíciós étvágya ezért változatlanul töretlen (jelenleg éppen az orosz piacon keres partnert).

A GM – úgy tűnik – közelmúltbeli szétesettségéhez képest megizmosodva, karcsún került ki a csődeljárásból. A GM azóta is folyamatosan üzent és üzen a piacoknak, magát változatlanul a legrangosabbnak, megszerzett piaci pozícióit pedig stabilnak mutatja. Az olcsó, költségtakarékos gyártás középpontba állításával a sokkal alacsonyabb munkaköltséggel működő kínai, mexikói és dél-koreai üzemeiben gyártott modelljei még inkább felértékelődtek a számára. A GM öt év alatt 15 száza-

<sup>31</sup> A Bloomberg előzetes (kibocsátást megelőző) számításai szerint viszont ahhoz, hogy az állam veszteség nélkül szabaduljon meg *teljes* csomagjától, legalább 69,4 milliárd dollárt (139 dollár/részvény) kellett volna (a maradék paketten nyilván ennél jóval magasabb árfolyamot kell) realizálnia (Mégis visszatér..., 2010).

lékról 23 százalékra kívánja emelni ezekben az országokban autógyártói kapacitásainak arányát. 2009-ben már bejelentette, hogy a Kínában gyártott GM-modelleket 2011-ben az amerikai piacra bevezeti. Az azonban az ismételt tőzsdei megjelenésétől függetlenül minimum megkérdőjelezhető, hogy a terjeszkedéséhez szükséges forrásokkal és forrásszerzési feltételekkel rendelkezik-e. Változatlanul megkísérli partnerei pénzével vagy/és kormányaik támogatásával végrehajtani, ha nem is a lehetetlent, de gyakran a realitások fölött járó elképzeléseit. Ezzel a gépjárműiparban nem számít kivételnek. A csődeljárását követően azonban rá kellett jönnie, hogy az adott körülmények között ez nem az erő, hanem éppen a gyengeség jele lehet. Európai leányvállalata (Opel) szanalásának áttekintésekor majd tapasztalhatjuk, hogy ezt a látszatot 2010 második negyedévéától – készülvén részvényei ismételt tőzsdei bevezetésére – már mindenképpen igyekezett elkerülni.

A látványos sikerek ellenére a GM pénzügyi, piaci pozíciója jelenleg sem tekinthető megnyugtatóan stabilnak. Öt év veszteséges gazdálkodás után 2010-et (mint a másik két amerikai autóipari konszern) nyereséggel zárta, eladósodottsági szintje azonban változatlanul magas. (Több milliárd dollárt kell beforgatnia a nyugdíjalapjába<sup>32</sup> is a csődöt követő nem teljesítése miatt, s feltehetően nem ez az egyetlen jelentős tétel, ahol halasztással élt.) Kielezett pénzügyi pozíciója lehet a magyarázat arra is, hogy csúcsmenedzserei között kevés a figyelemre méltó járműipari múlttal rendelkező szakember (a jelenleg hivatalban levő vezérigazgató is kívülről érkezett), s arra is, hogy késlekedik az új modellek fejlesztésével (Különleges részvényeket..., 2010).

A GM-ről akkor lehet majd fenntartások nélkül állítani, hogy életképesen került ki a csődből, ha kereskedelmi bankoktól piaci teljesítménye alapján piaci feltételekkel jut hitelekhez, ha majd a kereskedelmi bankok tekintik ismét hitelképesnek.

A *Ford* rendkívül jól taktikázott, amikor a másik két konszern megsegítéséért lobbizott, majd élt is a felkínált kormányzati segítséggel, meg nem is. Pontosabban pályázott, és 5,9 milliárd dolláros hitelt el is nyert a 25 milliárd dolláros energiaracionalizálási hitelkeretből, amelyből a GM és a Chrysler csődvédelme miatt nem részesedhetett. A Ford kicsit sajnálkozott amiatt, hogy a csődeljárás kedvező eredményeiből – úgymint karcsúsodó szervezet és termékpaletta – kimaradt, és hangsúlyozta, hogy csak üzletágak közötti forrásátcsoportosítással (ingatlanból gépjárműbe) tudta a csődeljárást elkerülni, mivel az autóipar és az autóértékesítés 2008-ban és 2009 első félévében számára is masszív veszteséget termelt. A csőd árnyékában maradván azonban meg tudta tenni a szükséges mértékű lépéseket azokon a területeken, ahol az már nagyon időszerű volt (munkaköltségek lefaragása, beszállítói és márkakereskedői hálózat racionalizálása). Ugyanakkor presztízse látványosan

<sup>32</sup> A GM igyekszik csökkenteni ezeket a kiadásokat. 2010 végén hatvanezer dollárt ajánlott fel a nyugdíjba vonuló vagy amerikai gyáraiból távozó dolgozóinak. Miközben az amerikai autóipari kereslet növekedése miatt több helyen kénytelen növelni létszámát, azonban az újakat a régiek bérének feléért alkalmazza (A GM leépít..., 2010).

növekedett a két konkurens csődjével, márkái, amelyek mindig is az amerikai vásárlók kedvencei voltak, még kedveltebbekké váltak. 1931 után 2009-ben visszavet- te az értékesített gyártmányok tekintetében első helyezését az amerikai piacon, és a GM<sup>33</sup> olyan első számú vezetőt kíván magának, mint a Ford 2006 óta pozícióban levő vezérigazgatója (Alan Mulally), aki képes volt a pénzügyi és a műszaki meg- újulás útjára átállítani a konszernt. A szakértők változatlanul egyetértenek abban, hogy a Ford sokkal egészségesebb szervezettel és korszerűbb termékösszetétellel rendelkezik, mint a GM.

## Huzavona az Opel körül

Az Opel körüli bonyodalmakat és minden mást, ami a német gépjárműszektor- ban történt (a legnagyobbvalóbb ismert roncsautó-prémium program,<sup>34</sup> a Volkswagen

<sup>33</sup> A GM igazgatótanácsa nyolc hónap után felállította székéből a céget egyébként utólag is a meg- elégedésükre csődvédelem alá navigáló Frederick Henderson elnök-vezérigazgatót.

<sup>34</sup> A német kormány – konjunktúraélénkítő intézkedései részeként – 2009. január végétől 1,5 milliárd eurós autócsere-támogatási keretet nyitott, amelyet márciusban ötmilliárd euróra emelt. Az autónkénti 2500 eurós prémium a régi autó bezúzásáért vagy a forgalomból történő kivonásáért járt, és azok igényelhetők, akik a minimum kilencéves autójukat új vagy maximum egyéves használt olyan autóra cserélték, amely legalább az Euro4 normának megfelel. A bónuszt a lízingelt új és az egy- két éves használt autókra, valamint a lakóautókra és a nehéz terepjárókra is igénybe lehetett venni. A motorkerékpárookra és a kis teherautókra viszont nem.

Németországban az átlagos autó listaára az állami prémiumnál nagyobb összeggel, 3400 euróval csökkent, és 2009 első félévében 13,8 százalékkal volt alacsonyabb, mint 2008-ban. Az autógyártók tehát az állami prémiumot saját prémiummal egészítették ki.

A kétmillió autó kedvezményes vásárlását lehetővé tevő roncsautó-prémium program nyertese a belföldi gyártók közül minden kétséget kizáróan a *Volkswagen* volt. A konszern kihasználta a válsá- got, agresszív terjeszkedését rendkívül stabil pénzügyi helyzetére alapozhatta.

Az uniós előírásokat maximálisan teljesítő német roncsautó-prémium program a németek kötődé- sére, saját gyártmányok (VW) iránti vonzódására épített, és a hazai modellek (VW Golf) támogatását szolgálta. E vonása miatt tűnhet több szempontból is a legsemlegesebbnek az összes ismert program közül. Említésre méltó jellemzői ebből a szempontból a következők.

– Kizárólag az autók korához kötötte a prémium igénybevetését, a tulajdonszerzés időpontja nem szerepelt a feltételei között (más országok programjainál többnyire minimálisan egy évvel korábban kellett az autónak a pályázó tulajdonába kerülnie). Ezzel növelte a potenciális keresletet a kínálati oldal érdekeit szolgálva.

– Lehetővé vált, hogy német autókereskedők a cserealapot akár külföldről – például: magyar ke- reskedőktől – frissen beszerzett öreg autókhoz az értékesítésével biztosítsák a programban részt venni szándékozó német vásárlóknak.

– Márka-, modell- és típussemleges volt: a nagyon olcsó fapados autókat olyanok vásárolták, akik a program nélkül nem cserélték volna le matuzsálemeiket, vagy még nem váltak volna gépjármű-tulaj- donossá. Aki tehetné, az pedig drágább, komfortosabb – jelentős arányban német (Golf VI) – nyugat- európai autót vásárolt.

– Vételi oldalon a 160 gramm/kilométer CO<sub>2</sub>-kibocsátás volt köbe vése, ezzel a program egyér- telműen a német gyártmányok előtt tárta szélesebbre a lehetőségeket. Nagy teljesítményű gépjárművek az unión belül a németországi gyártókra, köztük a Volkswagentre jellemzők. (Az ún. euro4-es emisziós normát – 160 gramm/kilométer – 2012-ben váltotta volna fel a szigorúbb euro5 – 130 gramm/ kilométer –, de a felhalmozott készletekre hivatkozva 2015-re módosították a határidőt.)

győzelme a Porsche felett)<sup>35</sup> – hasonlóan az Egyesült Államokban történetekhez – felnagyította az, hogy 2009 Németországban választási év volt. Barack Obama felvállalta kampányában az amerikai autóipar megmentését, Angela Merkel és pártja (CDU) némi kezdeti hezitálás után – főleg a nagykoalíciós partner szociáldemokraták és az Opel-gyártók székhelye szerinti tartományok nyomására – szánta rá magát a németországi gyárak és alkalmazottaik érdekeinek képviselőjére. (Mondhatnánk, s nem járnánk messze az igazságtól, a német ipar ékköve a Volkswagen, amelynek nyomába sem léphet az 1928 óta amerikai tulajdonban levő, sokkal kisebb teljesítményű Opel.) Ezt követően azonban Merkel kancellár korrektül képviselte a németországi gyárakat, s versenyt futott az idővel, hogy a GM csődeljárásának a kezdetére az Opel sorsa megnyugtatóan rendeződjön. A későbbiekben pedig már kizárólag a GM diktálta a menetrendet. Az Opel esetében eltérő nemzetgazdasági érdekek és uniós szempontok is színesítették az eseményeket – mintegy alapot kínálva az Egyesült Államok és az Európai Unió, valamint a tagállamok döntési mechanizmusai hatékonyságbeli különbségeinek az összehasonlítására.

A válság kezdetekor GM Europe a GM legfontosabb leányvállalata, 48 ezer európai (ebből 26 ezer német) munkahellyel, jelentős spanyol (7000 fő), angol (4700 alkalmazott) és néhány ezer főt foglalkoztató belga, lengyel, olasz és – említsük meg – 700 fős magyar érdekeltséggel. A 2008-as évet (a Saabbal együtt) 2,8 milliárd dolláros veszteséggel zárta, havonta 70 millió eurós veszteséget produkált. 2008 végén, 2009 elején úgy a GM Europe vezetői – a GM-es vezetők tudtával

<sup>35</sup> 2007 nyarán a Porsche – felvásárlási sorozata eredményeként – 30,97 százalékos Volkswagen-részesedéssel rendelkezett, és ajánlatot tett a konszernre. A Porschénak az Európai Bizottságnál kellett interpretálnia, illetve az Európai Bíróságnak kellett döntést hoznia arról, hogy a VW esetében is emeljék a kivételes 20 százalékról a Németországban 25 százalékban maximált arányra a blokkoló kisebbség határértékét. Alsó-Szászország tartományi kormánya 20,75 százalékos részesedésével megakadályozta volna az ügyletet. A Porsche azonban fél éven belül annyira eladósodott, hogy kénytelen volt a VW tizedik márkájává válni (Hamarosan nagyot..., 2009).

A *Volkswagen* 2009-ben végig lendületben volt, az egész évet *erőből* csinálta végig. Úgy tűnik, ez a lendület még hosszasan kitart. Azzal, hogy a nyár közepén sikerült megállapodnia a Porsche több lépcsőben történő beolvasztásáról, szinte azonnal átrendezte a piacot. És a GM-től is megvásárolta a *Suzuki esztergomi gyárát*, hogy az indiai piacon ezen a vonalon haladva növelhesse részesedését. De a VW ennél sokkal merészebb stratégia alapján működik: 2018-ra tartósan a világ legnagyobb és legnyereségesebb autógyártójává kíván válni. (Jelenleg Európában az első, a világon a harmadik.) 2009-ben világszerte *6,29 milliárd járművet értékesített*, százezerrel többet, mint 2008-ban. A Calyon értékelése szerint erős pénzügyi pozícióban találta a válság: 10 milliárd eurós készpénzpozíciója lehetővé teszi, hogy agresszíven árazzon (Ronszprémium: a felpörgetett..., 2009). A VW készpénzpozíciója 2010 elején is változatlanul jó volt, nyeresége viszont lecsökkent az árháború következtében. A Golf VI-ot a német roncsautóprogram idején a 2500 eurós állami prémiummal együtt 7100 euró kedvezményrel tízezer euró alatti áron kínálta. Nyilván nem ez volt a legolcsóbb, de az ár/érték arány feltehetően ennél a típusnál messze megelőzi az összes többi gyártmányét. A jelenlegi körülmények között, ha egy vállalatnak a pénzügyi pozíciója jobb a többiekénél, vagy ha lépéselőnyben van a többi autógyártóval szemben, akkor masszív kényszer a számára, hogy a kínálgató lehetőségeket kihasználja. Egyébként pedig valamennyi járműgyártó próbál előremenekülni, az is, amelyeknek kifejezetten rossz a pénzügyi pozíciója (például a Fiat).

és támogatásával – mint a szakszervezetek 3,3 milliárd euróra becsülték az Opel megmentésének forrásigényét (ez az adat egyébként a későbbiekben sem változott). Az európai kormányok kezdeti, olykor naivnak tűnő szondázásai után (a német kormány vásárolja be magát az Opelbe, a jobbkormányos Opel-modelleket gyártó brit Vauxhall – amelynek már évtizedek óta nincs fejlesztő részlege – önállósodjon), a GM felvázolta a számára elfogadható új GM Europe, a Saab értékesítése után gyakorlatilag az új Opel tulajdonosi konstrukcióját.

### *Kié legyen az Opel?*

Az Opel teljes leválása a GM-ről legfeljebb kósza ötletként vetődhetett fel a történet legelején. Az Opel összes szabadalmának (licenckek és szabványok) a GM a tulajdonosa, más márkáinál is (a Chevrolet Volt<sup>36</sup> elektronikus autó motorját is – mint arról már szó volt – részben Rüsselsheimben tervezték) hasznosítja azokat. A GM tehát nem engedhette el teljesen az Opelt. De az Opel is csak akkor tudott volna maradéktalanul leválni a GM-ről, ha egy másik jelentős autógyártó vásárolta volna ki. Szakértők szerint évi 4,5-5 millió autó előállítására van szükség az önálló léthez. A német/európai Opel-gyárak ennek legfeljebb a felére képesek. A német Volkswagen 2010-ben a világranglistán a harmadik (a Toyota 8,4 és a GM 7,8 millió darabja után), értékesítése 7,1 millió darab volt. A szakmai befektetővel szembeni követelmény német részről éppen ezért kettős volt, az egyesülés után se veszélyeztesse a Volkswagen pozícióját, és jelentősen ne fedje át az Opel termépalettáját, ne szüntessen meg modelleket.

A befektető keresésére irányuló tárgyalások során a GM végig ragaszkodott a következő *konceptiójához*: megtartja az önállóvá váló új Opel részvényeinek a 35 százalékát, 10 százaléka kerüljön az alkalmazottak tulajdonába, 55 százalékát pedig értékesítsék, továbbá a német kormány és az üzemek telephelyei szerinti német tartományok nyújtsanak 1,5 milliárd euró összegű áthidaló hitelt a leányvállalat havi 70 millió eurós veszteségeinek finanszírozására.<sup>37</sup>

*Szándéknyilatkozatot* nyújtott be az Opel megvásárlására a Fiat konszern, az osztrák–kanadai *Magna International* járműipari alkatrészgyártó-beszállító kon-

<sup>36</sup> F. Henderson, a GM akkori elnök-vezérigazgatója Chevrolet Volttal érkezett Obama elnök szakértői stábjához, amikor arról tájékoztatta a bizottságot, hogy csődvédelmet kér a GM. A Chevrolet Volt – mint munkaneve is utal rá – hálózatról három óra alatt feltölthető, egy töltéssel 64 kilométert képes megtenni üzemanyag égetése nélkül, végsebessége 161 km/óra. A Volt nem alternatív jármű, mint a konkurens futó típusai. Motorja benzinnel vagy bioetanollal működik, és csak a lítiumion-akkumulátor töltésekor kapcsol be, a jármű hajtását kizárólag elektromos forrás végzi. (Második C..., 2008).

<sup>37</sup> A német nagykoalíciós kormány – tartva a GM csődjétől – már korai szakaszban jelezte, hogy vagyonkezelői szervezet közbeiktatásával kész a kért támogatás biztosítására, ha egy tőkeerős és megbízható szakmai befektető vásárolja meg az új Opel 55 százalékát. A kormány mellé Opel-ügygondnokot neveztek ki, és – mint az Egyesült Államokban – autóiipari munkacsoport (Automotive Task Force) működött.



szern az orosz *Szberbankkal* és a *GAZ*<sup>38</sup> [OAO GAZ Group – amelynek egyik tulajdonosa Oleg Gyeripaszka – közösen a Beijing Automotive (*BAIC*)], valamint a belga *RHJ International* (az amerikai Ripplewood pénzügyi befektető csoport leányvállalata). A *GM* a tárgyalások folyamán *leszámázta* a *vevőket*.<sup>39</sup>

A német kormány – amely 2009. május hétvégére eső utolsó napjára várta a *GM* csődjének bejelentését – mindenképpen biztosítani akarta az Opel hitelképességét és védettségét a hitelezőivel szemben

- vagy a szakmai befektetővel kötött kötelezettségvállalási megállapodással,
- vagy – ennek hiányában – vagyonkezelő kinevezésével a *GM Europe* élére.<sup>40</sup>

Utólag úgy tűnik, a *GM* számára a több hónapig tartó, kormányokat megmozgató tárgyalássorozatának egyetlen célja az volt, hogy a *GM Europe*-ot kívül helyezze a saját csőd eljárásán. Ehhez biztosítania kellett a likviditását, azaz forrást kellett szereznie számára legalább addig, amíg a saját helyzete konszolidálódik. Jóindulatúan – s az autóipari menedzsmentre jellemző vándorlásokat és a kapcsolatrendszert figyelembe véve talán nem is alaptalanul – ebbe az értelmezésbe az is belefér, hogy a *GM* a *GM Europe*-ot mindenképpen életképes pályán akarta tudni: együtt, ha az anyavállalat maga nem megy rá csődjére, s más partnerrel, ha saját csődje roszszul sülné el. Minden más inkább gesztusértékű.

2009. május 29-én a *Magna* (a világ harmadik legnagyobb alkatrészgyártó vállalata, legnagyobb megrendelője éppen a *GM*) tűnt az egyetlen és esélyes vevőnek.

<sup>38</sup> A leggazdagabb orosz milliárdos, Oleg Gyeripaszka – aki 2007-ben a Chyrlert, vagy/és a Ford két márkáját, a Jaguárt és a Land Rover t is szívesen megvásárolta volna – 2008 nyarán puhatolózó tárgyalásokat folytatott az orosz piacon nagyon népszerű Hummer márka terjeszkedéséről is. O. Gyeripaszka a Hummer gyártását éppen a kanadai Magna Internationalba szándékozott telepíteni. Ezzel sikeres ügylet esetén a Magnában a 2007 szeptemberében 1,57 milliárd dollárért szerzett 20 százalékos tulajdonrészéhez további részesedést vásárolt volna.

<sup>39</sup> A *GM* a kezdeti szakaszban tudatosította, nem szívesen adná át az Opelben megtestesülő szellemi tulajdonát egy kínai riválisnak, így a *BAIC* részletes ajánlatot már nem is dolgozott ki. A *Fiat* ajánlatként alapos számítások, értékelések nélkül a *vízióját* fogalmazta meg: az Opelrel és a Chyrlerrel együtt létrejövő konszern éves forgalma elérheti a 80 milliárd eurót, az értékesített gépkocsik száma pedig a 6-7 millió darabot. (Ezzel – az akkori értékesítési adatok szerint – a Volkswagent megelőzve Európa legnagyobb és a Toyota után a világ második legnagyobb gépjárműgyártójává vált volna.) Tízezer alkalmazott elbocsátásával (ebből kétezer német) és hatmilliárd eurós berlini hitelgaranciával számolt. A német kormány ajánlata átdolgozására, javítására kérte a Fiatot, amelytől az elzárkózott. A Fiat nemcsak a német érdekeltek számára nem volt ideális partner, hanem a *GM* sem akart egyik legfontosabb versenytársának, a Chyrlernek az érdemi tulajdonosával és effektív irányítójával összeállni (Feltételeket szab..., 2009). A *GM* az *RHJI* pénzügyi befektető ajánlatát pártolta. Az *RHJI* nem is titkolta, nyertesként az Opel t talpra állítása után értékesíteni kívánja – a németek szerint a *GM*-nek.

<sup>40</sup> A *GM* tárgyalási taktikája részeként a kielézettnek tűnő tárgyalási fordulóban (a csődje bejelentése előtt közvetlenül) kíméletlenül 1,8 milliárd euróra emelte áthidaló hiteligényét. (A Fiat erre hivatkozva vonult vissza a további tárgyalásoktól.) A *GM* az értékesítéshez önállósította az Opel t, minden európai érdekeltségét, a kapcsolódó gyártási-ipari technológiákat és szabványokat tehermentesen átruházta a német leányvállalatára, az Adam Opel GmbH-ra, amelynek részesedései felett független vagyonkezelő társaság rendelkezett [tagjai a német kormány, az üzemek tartományai és *GM* képviselői (50 százalék *GM* és 50 százalék németek együtt)]. Az Adam Opel feladata – a deklarációk szerint – az Opel/Vauxhall irányítása volt (A *GM Europe*..., 2009).



Ajánlatában 100 millió eurót akart közvetlenül befektetni az Opelbe (két egyenlő részletben), amihez négyszázmillió euró értékű átváltható kötvény megvásárlását társította – és egyidejűleg összesen 4,5 milliárd eurós hitelgarancia-vállalást kért a német kormánytól.<sup>41</sup> A Magna 11 ezer alkalmazott elbocsátásával számolt (ebből 4500 fő Németországban) és évi ötmilliós jármű előállításával és értékesítésével – részben oroszországi kapacitásokkal (GAZ) és orosz piacra. Ajánlatának legnagyobb erőssége éppen ez az utóbbi, az orosz piaci nagy volumenű értékesítés volt.

Végül is 2009. május 30-án a német kormány, az üzemeket működtető tartományok és az amerikai kormányzat képviselőinek, valamint a GM és a Magna döntéshozóinak éjszakába nyúló maratonai tárgyalása során ideiglenes vagyonekezelői szerződést és *előzetes megállapodást* kötöttek arról, hogy a Magna (20 százalék), valamint partnerei (a GAZ és a Sberbank – 35 százalék) vásárolhatják meg az Opel 55 százalékát. Akkor még nem lehetett sejteni, hogy a megállapodásra csupán azért volt szükség, hogy az áthidaló hitel első, 300 milliós részlete lehívhatóvá váljon. A pályázat nyitott maradt, végleges ajánlattal bármelyik vevőjelölt ezt követően is előrukkolhatott. A német kormány hangsúlyozta, hogy a támogatása csak olyan szakmai befektető esetén érvényes, aki/amely biztosítja a cég és a németországi gyártás jövőjét, s azt, hogy a pénz nem szivároghat át sem a GM-hez, sem a Magna orosz partneréhez (a GAZ-hoz). A GM ismételen az RHJI mellett tört lándzsát, és csőddel fenyegetett, mert nem kívánta az orosz háttérű konzorciumnak átjátszani az Opelben megtestesülő szellemi tőkét. (A Magna soha nem titkolta, hogy az Opel technológiáját az orosz tömegmodellek kifejlesztésekor hasznosítani kívánja.) A nyár végén a német kormány – miután a szeptember végi választások előtt pontot akart tenni az amúgy is hosszú ideje húzódozó ügy végére – már az RHJI ajánlatát is kész lett volna elfogadni.<sup>42</sup>

Szeptember 10-én a GM igazgatótanácsa – amely bennfentesek szerint mindig is megosztott volt, az egyik tábor az Opel értékesítése, a másik a megtartása mellett tört lándzsát, s mindig volt B terve az Opel megtartására – az előterjesztett négy opció közül (az Opel a GM-é marad, csődöt jelent, eladják a Magnának vagy az RHJI-nek) a harmadikat választotta. Az amerikai pénzügyminisztérium mint a GM többségi tulajdonosa pedig ismételen rábólintott erre a választására.

<sup>41</sup> A kért garancia összegéhez képest a Magna ajánlata nem volt elég gáláns, ezért átstrukturálta azt. Az új verzió szerint a szerződés aláírásakor az új Opel alaptőkéjét megemeli 350 millió euró készpénzzel, és 150 millió euró kölcsönt nyújt Opel-részvényekre átváltható kötvények megvásárlásával (Új ajánlat..., 2009). Azt követően, hogy a német kormány elzárkózott a (szövetségi és az érintett tartományi költségvetéseket terhelő) másfél milliárd euró összegű áthidaló hitel GM által bejelentett 300 millió eurós emelésétől, a Magna 700 millióra növelte ajánlati ára teljes összegét. (Tehette: ahhoz, hogy ez effektív kötelezettségként jelentkezzen, tulajdonossá kellett volna válnia.)

<sup>42</sup> Az (egyébként súlyosan eladósodott, de az Opel tranzakcióhoz az állami tulajdonú Sberbankot közbeiktatva Putyin orosz miniszterelnök háttértámogatásával forrást biztosítani tudó) GAZ ezt követően jelezte, hogy *mégsem* kíván az Opelben részesedést vásárolni.

A tárgyalások időszakában több autógyártó is kilátásba helyezte, hogy *visszavonja megrendeléseit a Magnától*. A Magna ausztriai gyára szerelte össze a Chrysler több modelljét, a Fiat vásárlási szándéka meghiúsulását követően jelentette be, hogy áttelepíti azt az új olaszországi üzemébe (a Fiat egyébként japán konkurensaival – Nissan, Mitsubishi – is felmondta a chrysleres szerződéseket). A VW, a francia autókonzernnek, a BMW és más gyártók is kinyilvánították, megfontolják, hogy más beszállítókat választanak a Magna helyett, ha partneri viszonyt létesít az Opel-lel. (Nem szerel össze..., 2009)

A Magna végigtárgyalta a GM Europe megvásárlására irányuló konstrukciója feltételeit nemcsak a német és az üzemek telephelyei szerinti tartományi kormányokkal, valamint a német munkavállalók képviselőivel, hanem a brit gazdasági miniszterrel is.<sup>43</sup>

Az antwerpeni – egyetlen végleges bezárásra ítélt – üzem miatt a flamand kormány versenyjogi vizsgálatot kezdeményezett az Európai Bizottságnál. Ezt egyébként a svédek (Saab) és britek már korábban megtették, tartva attól, hogy a német kormány a német Opel-üzemek érdekeit más országok rovására érvényesíti a GM Europe átalakítása során. A bizottság deklarálta – menetközben, konkrét feltételek hiányában nem is tehetett többet –, hogy az átalakulás utáni üzemeknek életképeseknek, az átalakításnak pedig versenysemlegesnek kell lennie. A németek viszont azt hangsúlyozták, ha lezárulnak a tárgyalások, valamennyi érintett országnak együtt kell megtárgyalnia a pénzügyi terhek megosztását, nem viselhetik azt kizárólag a német adófizetők.

Októberben – amikor az adásvételi szerződés csomag aláírásra kész volt – a Magna International és a Sberbank hivatalosan is értesítette az Európai Bizottságot az Opel megvásárlásáról. A német kormány (és az érdekelt tartományok) is október elején döntött arról, hogy 4,5 milliárd eurós (az 1,5 milliárdot további 3 milliárd euróval kiegészítve) hitelgaranciát nyújt a Magnának. Az Európai Bizottság, miután tartott attól, hogy a garancia sértheti a közösségi versenyszabályokat, arra kötelezte a német kormányt, hogy erősítse meg írásban, a 4,5 milliárd eurós támogatás nem kizárólag a Magna számára elérhető. A GM-nek pedig arról kellett nyilatkoznia, hogy „kitart-e az eladási szándéka mellett azt követően is, ha a német kormány tervezett támogatását minden potenciális vásárló megkaphatja, s nemcsak a német kormány által preferált vevő, a Magna-Sberbank konzorcium.” A Bloomberg október 26-án írt először arról, hogy a GM megváltoztathatja a GM Europe többségi tulajdonának értékesítésével kapcsolatos döntését (Mégis megtartja..., 2009). És valóban,

<sup>43</sup> Utóbbinak megígérte, hogy mind a két Vauxhall gyárat fenntartja (ötezer alkalmazottal), 400 millió fontos állami hitelgaranciáért cserébe. A Magna ebben a tárgyalási fordulóban terveit – az RHJI alkalmazotti létszám változatlan tartására vonatkozó, utolsó és szokatlan ígérete miatt – késleltetett leépítésre módosította. 2010-ig létszámstopot ígért, azt követően változatlanul 11 ezer fős leépítést. A németországi Opel alkalmazottaival 265 millió eurós, öt évre szóló bércsökkenési tervről állapodott meg, s ezt az európai gyárak alkalmazottai is elfogadták.

hat nap múlva, az EB számára határozathozatalra rendelkezésre álló idő lejáratára előtt a GM igazgatótanácsa úgy döntött, hogy nem járul hozzá európai leányvállalatának az osztrák–kanadai Magna International számára történő értékesítéséhez. A GM ekkor már nem húzhatta tovább az időt, nem várhatta meg az EB döntését. Vélhetően tisztában volt Németország érdekérvényesítő képességével az unión belül, azaz azzal, hogy nagy valószínűséggel az EB zöld utat adott volna a GM Europe kivásárlásához a Magna-Szberbank által. Ezt a döntést követően pedig már aligha fordíthatta volna vissza az Opel értékesítésének folyamatát.

*GM: az Opel mégsem eladó*

Némi diplomáciai csörte után a kedélyek megnyugodtak. A GM-nek a beszélőviszony fenntartása érdekében tett bűnbánó ígéretei biztosították a kommunikáció fenntartását. Az Opel (GM Europe) európai központjának Zürichből a hesseni Rüsselsheimbe történő áthelyezése akár időszerű is lehetett volna, annak a lehetőségnek a mérlegelése pedig, hogy a dolgozóknak esetleg osztalékfizetéssel és szavazati joggal járó részesedést biztosítson, nem tartalmazott kötelezettségvállalást a részéről, de azzal, hogy a témát egyáltalán szóba hozta, nem lehetett arról nem beszélni.

A szakértők egyetértettek abban, hogy több ok miatt is a legnagyobb botorság lett volna a GM részéről európai leányvállalatának értékesítése. Ezek az okok a következők.

– Az Opel rüsselsheimi fejlesztési központjában az Opel mérnökei fejlesztették ki a középkategóriás gépkocsi platformjait, és nagyobb részben ott rendelkeznek a korszerű hajtásláncokhoz, például az elektromos autókéhoz szükséges *szakmai tudással*.

– Az Opel legújabb, 2009-ben piacra került *modelljei* rendkívül *sikeresek*, kivívták a szakma és a vásárlók elismerését. (Az Opel csúcsmo­dellje, az Insignia lett 2009-ben az év autója, az új Astra pedig szokatlanul alacsony fogyasztása miatt könyvelhet el jelentős sikert – mind a két középkategóriás modellnek több típusa került forgalomba). Ez azt is jelenti, hogy a vásárlók sem fordultak el a márkától, a tulajdonosváltási fordulatok közömbösek voltak a számukra, csődtől egyáltalán nem tartottak.

– A németországi roncsautó-prémium program segítségével – gyári prémiumkiegészítés nélkül – az Opel értékesítése az év bizonyos hónapjaiban Németországban megelőzte a két nagy riválisét, a VW-ét és a Fordét.

2009 végén úgy tűnt, hogy a GM – a Magnával folytatott egyeztetések során – jól előkészített és minden apró részletében ismert terepen alkudozhat tovább az Opel sorsáról a többi szereplővel, azaz tudja, hol húzódik határ és hol tágítható még a mozgástér. Hónapokig feltételezett volt, hogy a tárgyalások során legkevesbé talán az Opel értékesítésére saját maga által kimunkált konstrukciójából származó csapdákat tudja kikérülni. Bár a korábbi események alapján az is biztosra vehető volt,

azokon is könnyedén túllép majd, amikor arra lesz szüksége. Ennek az új szakasznak a kezdetén már túlzónak tűnt az az ígérete, amely szerint nagyobb önállóságot biztosít az Opelnek, és beengedi úgy az észak-amerikai, mint az ázsiai piacokra. Az Opel üzemi tanács – Magnával már kialakult – 265 millió eurós bércsökkenési megállapodásának viszont ekkor ezek is a feltételei voltak. A GM bemutatott *szanálási terve* (némi kommentárral kiegészítve) alig különbözött a Magnától, középtávon gigantikus (11 milliárd eurós) fejlesztést ígért, a következő egyéb feltételek mellett.

– *Költségcsökkentés*: 20 százalékos kapacitáscsökkentés az antwerpeni üzem bezárásával és 8300 fős (ebből 3961 jut a németországi üzemekre) létszámleépítéssel. Ez kozmetikázott adat: a Magna 11 ezres csökkentéséhez képest a különbséget a még alkalmazásban levő, de az előnyügdíjazásukat előre vállaló alkalmazottak száma jelentette;

– *2,7 milliárd eurós támogatás* az Opelt gyártó országoktól az Opel szanáláshoz szükséges 3,3 milliárd euróhoz, ebből 1,5 milliárd eurót várt a német kormánytól – ekkor ő maga még csak 600 millió eurót állt volna. A szakértők úgy vélték, hogy a támogatási igény a későbbiekben növekedni fog – egyszerűen azért, mert szerintük az Opel reorganizációja ennyiből nem oldható meg. Miután a GM a szakaszos tárgyalási technikát rendkívül eredményesen űzi, ekkor feltételezhető volt, hogy újabb kérelmet majd akkor nyújt be, ha ehhez a körülmények alkalmasabbak lesznek.

– Minőségjavítás, *modellek és típusok korszerűsítése*, alternatív meghajtású autók, az elektronikus meghajtású Opel Ampera (a Chevrolet Volt európai változata) kifejlesztése. A modell ekkor már kész volt, piaci bevezetés előtt állt.

– *Új piacok szerzése*: középtávon lehetőleg 20 százalékos részesedés elérésére a – nagy autógyárak számára rendkívüli mértékben felértékelődött – orosz piacon. Ennek érdekében a GM a Magna terveit követi, köztük az Opel orosz piaci jelenlétét aktívan támogató GAZ-zal is késznek mutatkozott közvetlen kapcsolatot létesíteni, s ezek a tárgyalások jelenleg is zajlanak.

A német szövetségi kormány azonban az előzményekre tekintettel tartózkodóan reagált a GM megkeresésére, és a saját erő növelését kérte. A GM március elején több mint megháromszorozta (tőkeemeléssel és kölcsönökkel), 1,9 milliárd euróra növelte az Opel szanálására szánt önerő összegét, és 1,4 milliárd euróra mérsékelte az érintett európai kormányoktól összesen várt támogatást. Csökkent – 1,1 milliárd euróra – a német szövetségi és tartományi kormányoktól várt támogatás összege is. A német politika számára a GM változatlan tulajdonosi volta kétségtelenül előnyösebb, mintha az RHJI résztulajdonlása hosszabb-rövidebb ideig feszült átmeneti állapotot tartana fenn – és megszűntek az Opel tulajdonlásával, tulajdonoskeresésével kapcsolatos kormányzati teendők is. Éppen ezért úgy tűnt, hogy a GM által kért támogatás összegén fele-fele arányban megosztózik a szövetségi kormány az érintett tartományokkal, és a másfél éves Opel-ügy nyugvópontra jut. A Németországot irányító koalíció összetétele azonban a 2009. őszi választások után megváltozott. A liberális gazdasági miniszter 2010 júniusának elején a kormány nevében

utasította el a GM támogatási igényét, majd egy nappal később Merkel kancellár – aki a németországi Opel-munkahelyek megőrzését ígerte a választási kampányban, és amíg koalíciós partnere, az FDP tántoríthatatlansága egyértelművé nem vált, igyekezett is ehhez tartani magát – is megerősítette, hogy a GM szövetségi támogatásra csak új gépjármű-típusok kifejlesztését szolgáló kutatási támogatás formájában pályázhat, a válságalapból nem részesülhet. Az Opel pénzügyi és szerkezeti problémái köztudottan 2008 előttiek, a válság miatt létrehozott százmilliárd eurós német alapból viszont csupán a válság következtében nehéz helyzetbe jutott vállalatok számíthatnak segítségre. Ezt követően a GM bejelentette, hogy a továbbiakban nem kívánja bizonytalanságban tartani európai leányvállalatát, amely 2010 első negyedében is 500 millió dolláros veszteséget produkált. (Gyakorlatilag 1999 óta folyamatosan veszteséget mutatott ki, de ebben konzernen belüli elszámolás is szerepet játszhatott.) A GM kötelezettséget vállalt arra, hogy kormánysegítség nélkül, saját erőből szanálja az Opelt.

A GM-nek ez a lépése aligha tekinthető taktikai jellegűnek, legfeljebb némileg bizonytalan. Feltételezhető, hogy ha maga képes megerősödni, ha pénzügyi pozíciója jelentősen tovább konszolidálódik, beváltja, mert akkor képes lesz beváltani az Opelle kapcsolatos ígéreteit is. Ed Whitacre-nek,<sup>44</sup> a GM legkompetensebb vezetőjének az Opel-ügyről közvetlenül 2009. november 4. utáni nyilatkozatából erre lehet következtetni: „*Meg kellett kérdeznünk magunktól, hogyan maradhatunk globális vállalat, ha nem tudunk globálisan tevékenykedni*” (Az EU-ra keni..., 2009). Ezt Európában szívesen értelmezik úgy, hogy a GM nem mond le Európáról, az európai piacokról, és (különös tekintettel a hibrid- és az elektromos autók technológiájára) a GM-csoporton belüli műszaki fejlődés egyik hordozójáról, az Opelről. Minden bizonnyal ez is igaz, ennél azonban jóval többről van szó. Legdinamikusabban növekvő piacának, a kínai piac jó részének is búcsút inthetett volna a GM az Opel nélkül, hiszen az új GM-be átvitt négy márka egyike a Buick, amely az Opel-alapokra fejlesztett tömegautóit ezen az óriási piacon teríti. Éppen ezért az Opelnek beígért önállóságot, az előle eddig elzárt piacok megnyitását is érdemes újraértelmezni. A GM számára az Opel megtartása kommunikációs szempontból sem lehetett mellékes. A sikeres megújulást a szanalását s különösen tőzsdei kibocsátási szándékának nyilvánosságra hozatalát követően aligha bizonyíthatta volna hatásosabban annál, hogy akár önerejéből képes megmenteni az Opelt.

\* \* \*

<sup>44</sup> Az Opel értékesítésének visszavonásakor a GM igazgatótanácsának (az Obama-stáb által az igazgatótanácsba delegált, az autóiipari szakmán kívülről – T&T-től – érkezett) elnöke, majd (F. Henderson visszahívása után) a GM elnök-vezérigazgatója, 2010 augusztusában az elnöki mandátumáról december végi, az igazgatói posztról pedig szeptember 1-jei határidővel – az igazgatótanács legnagyobb meglepetésére – lemondott. Ed Whitacre egyik legfontosabb célja az volt, hogy a GM-től való távozása előtt az állami tulajdonrész a konzernben 50 százalék alá csökkenjen.

A korábbiakban a válság következtében megroppant amerikai óriásvállalatnak, a GM-nek és európai leányvállalatának a GM Europe-nak a 2008 utáni szanalási kísérleteit, a mindkét esetben megnyilvánuló állami segítségnyújtási szándékot, és a GM esetében az állam markáns (tulajdonosi) szerepvállalását (köztük diktált, kemény szanalási feltételeket) tapasztalhattuk. A GM – és a másik két amerikai tradicionális járműgyártó, a Ford és a Chrysler – tényleges problémái több évtizedre nyúltak vissza. A hetvenes évek olajárrobbanásaira, majd az Egyesült Államokba betelepült, illetve a világpiacon konkurenciát jelentő külföldi – japán, dél-koreai, európai – gyártók versenyére nem reagáltak márkáik, modelljeik műszaki megújításával. A hosszúra nyúlt gazdasági konjunktúra különösen az amúgy is nagy fogyasztású autókat preferáló Egyesült Államokban, és kisebb mértékben ugyan, de a világ más részein is a benzinfaló városi terepjárók, pickupok látványos elterjedését és értékesítésük felfutását is eredményezte. A nemzetközi terjeszkedésben élenjáró detroiti autógyárak gyakorlatilag érdemi reakció nélkül vették tudomásul, hogy a kisebb fogyasztású, kevésbé környezetszennyező és olcsóbb autók fokozatosan egyre inkább teret hódítanak. A válság következtében viszont minden korábbinál és valamennyi piacukon keményen kellett a reakcióik korábbi hiányával szembesülniük.

A tradicionális, valamint a japán és dél-koreai gyártók kénytelenek megtapasztalni azt is, hogy a válság a feltörekvő (főleg kínai és indiai) vállalatok számára esély a területfoglalásra. A nagy átrendeződés elkezdődött, következményei sem váratnak már soká magukra. És a kihívásoknak ezzel még nincs vége. Az ágazat előtt álló, rendkívül töke- és fejlesztésigényes váltási kényszer ugyanis a válságnál is sokkal nagyobb mértékben rostálja meg a közeljövőben a járműgyártókat.

A Ford – amely 2006-ban a szervezeti és műszaki megújulás útjára lépett – képes volt kezelni a válságos időszakot is. A GM sem tűnik teljesen esélytelennek, de biztosat még történetének erről a szakaszáról nem lehet állítani.

### Felhasznált irodalom

- A Chevrolet története... [2009]: A Chevrolet története. *Autostat*, 08. 17.  
[www.autostat.hu/markatoertenetek/7-markatoertenetek/357-chevrolet](http://www.autostat.hu/markatoertenetek/7-markatoertenetek/357-chevrolet)
- A Fiat megvonja... [2009]: A Fiat megvonja a Chrysler autók összeszerelését a Magnától. *Hír3*, 09. 30.  
[http://hir3.hu/magazin/9/29694/a\\_fiat\\_megvonja\\_a\\_chrysler\\_autok\\_osszeszereselet\\_a\\_magnatol](http://hir3.hu/magazin/9/29694/a_fiat_megvonja_a_chrysler_autok_osszeszereselet_a_magnatol)
- A General Motors... [2010]: A General Motors feltámadása. *vg.hu*, 11. 21.  
[www.vilaggazdasag.hu/gazdasag/gazdasagpolitika/a-general-motors-feltamadasa-333774](http://www.vilaggazdasag.hu/gazdasag/gazdasagpolitika/a-general-motors-feltamadasa-333774)
- A GM Europe... [2009]: A GM Europe a német kormány által nyújtandó áthidaló finanszírozási megállapodásra vonatkozó kötelezettségvállalás és a Magna International-lel előkészített a szándéknyilatkozat birtokában folytatja szokásos üzletmenetét. GM Média Online/Hungary/Magyarország, 06. 02. <http://www.gm-press.com/HU/site/article.php?aid=3972>
- A GM hitellel... [2010]: A GM hitellel fedez az Opelnek. *kitekintő*, 05. 28.  
[http://kitekinto.hu/amerika/2010/05/28/a\\_gm\\_hitellel\\_fedez\\_az\\_opelnek/](http://kitekinto.hu/amerika/2010/05/28/a_gm_hitellel_fedez_az_opelnek/)



- A GM leépít... [2010]: A GM leépít, hogy amerikai lehessen az új Chevrolet. *vg.hu*, 12. 14. [www.vilaggazdasag.hu/vallalatok/ipar/a-gm-leepit-hogy-amerikai-lehessen-az-uj-chevrolet-foto-335971](http://www.vilaggazdasag.hu/vallalatok/ipar/a-gm-leepit-hogy-amerikai-lehessen-az-uj-chevrolet-foto-335971)
- A kongresszusi választások... [2010]: A kongresszusi választások utánra időzíti kibocsátását a GM. *hvg.hu*, 09. 02. [http://hvg.hu/gazdasag/20100902\\_gm\\_general\\_motors](http://hvg.hu/gazdasag/20100902_gm_general_motors)
- A vártnál kisebb profitról... [2011]: A vártnál kisebb profitról számolt be a General Motors. *profitline.hu*, 02. 24. [profitline.hu/hircentrum/hir/219207/A-vartnal-kisebb-profitrol-szamolt-be-a-General-Motors](http://profitline.hu/hircentrum/hir/219207/A-vartnal-kisebb-profitrol-szamolt-be-a-General-Motors)
- A veszteséges... [2010]: A veszteséges Spyker menti meg a csődtől a Saabot. *origo*, 01. 26. [www.origo.hu/auto/20100126-saabeladas-a-spyker-a-vevo.html](http://www.origo.hu/auto/20100126-saabeladas-a-spyker-a-vevo.html)
- Aligha térül meg... [2009]: Aligha térül meg az amerikai mentőcsomag. *origo*, 09. 24. <http://www.origo.hu/archivum/20090924-egyesult-allamok-bankmento-program-ketseges-a-tarp-penzek-megterulese.html>
- Amerika nagyot... [2010]: Amerika nagyot fékezett, Európa alig lépett le a gáزرól. *Ecoline*, 01. 19. [http://ecoline.hu/piac/20100119\\_autopiac.aspx](http://ecoline.hu/piac/20100119_autopiac.aspx)
- Átalakul az autópia... [2009]: Átalakul az autópia a GM csődje után. *origo*, 06. 03. [www.origo.hu/uzletinegyed/valsag/20090603-mas-lesz-az-amerikai-autopiac-a-gmsod-utan-fiat-chrysler.html](http://www.origo.hu/uzletinegyed/valsag/20090603-mas-lesz-az-amerikai-autopiac-a-gmsod-utan-fiat-chrysler.html)
- Az autóvásárlási kedv... [2009]: Az autóvásárlási kedv nem áll vissza a válság előtti szintre. *Tranzitportál*, 08. 06. <http://www.tranzitonline.eu/cikkek/az-autovasarlasi-kedv-nem-all-vissza-a-valsag-elotti-szintre>
- Az eladó... [2010]: Az eladó GM állta a Saab vételár nagyját. *origo*, 01. 27. <http://www.origo.hu/uzletinegyed/hirek/20100127-az-elado-gm-allta-a-saabvetelar-nagyjat.html>
- Az EU-ra keni... [2009]: Az EU-ra keni a GM az Opel botrányt. *totalcar*, 11. 11. [http://totalcar.hu/magazin/hirek/2009/11/11/az\\_eu-ra\\_keni\\_a\\_gm\\_az\\_opel\\_botranyt/](http://totalcar.hu/magazin/hirek/2009/11/11/az_eu-ra_keni_a_gm_az_opel_botranyt/)
- Befektet Amerika... [2009]: Befektet Amerika a kínai autóiparba. Autóipari Tanácsadó Klaszter, 09. 24. <http://www.autoipari-klaszter.hu/2009/09/24/befeketet-amerikai-a-kinali-autoiparba/>
- Dési András [2009a]: Csőd felé kormányozzák az Opelt? Bezárul a kör a villám körül. *NOL*, 03. 09. [nol.hu/gazdasag/cso\\_d\\_fele\\_kormanyozzak\\_az\\_opelt](http://nol.hu/gazdasag/cso_d_fele_kormanyozzak_az_opelt)
- Dési András [2009b]: Fiat-Magna párharc az Opelért. *NOL*, 05. 28. [nol.hu/gazdasag/fiat-magna\\_partharc\\_az\\_opelert](http://nol.hu/gazdasag/fiat-magna_partharc_az_opelert)
- Egy OTP-t sem ér... [2009]: Egy OTP-t sem ér a General Motors. *index*, [http://index.hu/gazdasag/vilag/2009/03/19/egy\\_otp-t\\_sem\\_er\\_a\\_general\\_motors/sendthis/http://index.hu/gazdasag/vilag/2009/03/19/egy\\_otp-t\\_sem\\_er\\_a\\_general\\_motors/03.19](http://index.hu/gazdasag/vilag/2009/03/19/egy_otp-t_sem_er_a_general_motors/sendthis/http://index.hu/gazdasag/vilag/2009/03/19/egy_otp-t_sem_er_a_general_motors/03.19) [http://index.hu/gazdasag/vilag/2009/03/19/egy\\_otp-t\\_sem\\_er\\_a\\_general\\_motors/](http://index.hu/gazdasag/vilag/2009/03/19/egy_otp-t_sem_er_a_general_motors/)
- Engedményekkel... [2009]: Engedményekkel kezdődik a rendrakás az Opelnél. *origo*, 12. 04. <http://www.origo.hu/uzletinegyed/valsag/20091204-engedmenyekkel-kezdodik-a-rendrakas-az-opelnel.html>
- Feltételeket szab... [2009]: Feltételeket szab a német kormány Opel-ügyben. *origo*, 05. 04. <http://www.origo.hu/uzletinegyed/valsag/20090504-autoipar-nemet-feltetelek-a-fiatnak-az-opel-megvasarlasa-ugyeben.html>
- Fizetésektelelné vált... [2009]: Fizetésektelelné vált a svéd GM. A Fiat a Saabot is megvenné. *Autóhírek.hu*, 05. 28. [http://autohirek.hu/tart/cikk/i/0/46597/1/auto/A\\_Fiat\\_a\\_Saabot\\_is\\_megvenne](http://autohirek.hu/tart/cikk/i/0/46597/1/auto/A_Fiat_a_Saabot_is_megvenne)
- Gazda Péter [2009]: Az Amerikai Egyesült Államok északi iparvidékének autóipara és a gazdasági válság a politika szemszögéből, Generáció 2020, 8. o. In: Szektorok és lavinák, a gazdasági világválság egyes kihívásai. Generáció 2020 Egyesület. Budapest. [www.generacio2020.hu/data/fajl/upload/lavina.doc](http://www.generacio2020.hu/data/fajl/upload/lavina.doc)
- General Motors... [2011]: General Motors: Vége a gyengeségnek. *vg.hu*, 02. 24. [www.vilaggazdasag.hu/vallalatok/ipar/general-motors-vege-a-gyengesegnek-341888](http://www.vilaggazdasag.hu/vallalatok/ipar/general-motors-vege-a-gyengesegnek-341888)
- GM csőd: a tőzsde... [2009]: GM csőd: a tőzsde megugrott, Obama is megszólalt. *origo*, 06. 02. [http://www.origo.hu/uzletinegyed/valsag/20090601-cso\\_dvedelmet-ker-a-general-motors-az-allam-60-szazalekos-reszesedest.html](http://www.origo.hu/uzletinegyed/valsag/20090601-cso_dvedelmet-ker-a-general-motors-az-allam-60-szazalekos-reszesedest.html)



- GM: 30,9 milliárd... [2009]: GM: 30,9 milliárd dolláros veszteség. *origo*, 02. 26. [www.origo.hu/uzletinegyed/valsag/20090226-gazdasagi-valsag-autoipar-general-motors-309-milliard-dollaros-veszteseg.html](http://www.origo.hu/uzletinegyed/valsag/20090226-gazdasagi-valsag-autoipar-general-motors-309-milliard-dollaros-veszteseg.html)
- Hamarosan nagyot... [2009]: Hamarosan nagyot harap a VW a Porschéból. *origo*, 12. 03. <http://www.origo.hu/uzletinegyed/hirek/20091203-hamarosan-nagyot-harap-a-vw-a-porschebol.html>
- Hatalmas profitot... [2009] Hatalmas profitot ért a német autóipar – állami segítséggel. *hvg.hu*, 12. 31. [http://hvg.hu/cegauto/20091231\\_nemet\\_autoipar](http://hvg.hu/cegauto/20091231_nemet_autoipar)
- Indulhat a történelem... [2010]: Indulhat a történelem egyik legnagyobb tőzsdei bulija. *Menedzsment Fórum*, 08. 17. [http://www.mfor.hu/cikkek/Indulhat\\_a\\_tortenelem\\_egyik\\_legnagyobb\\_tozsdei\\_bevezetese.html](http://www.mfor.hu/cikkek/Indulhat_a_tortenelem_egyik_legnagyobb_tozsdei_bevezetese.html)
- Ki kivel... [2008]: Ki kivel van? Gazdasági viszonyok az autógyártásban. *totalcar*, 06. 06. <http://totalcar.hu/magazin/kozelet/kikivel/>
- Kínából exportálna... [2009]: Kínából exportálna autókat a GM autóipari óriás. Autóipari Tanácsadó Klaszter, 05. 14. <http://www.autoipari-klaszter.hu/2009/05/14/kinabol-exportalna-autokat-a-gm-autoipari-orias/>
- Kínai autóipari vállalattal... [2009]: Kínai autóipari vállalattal működik együtt a GM. Autóipari Tanácsadó Klaszter, 09. 03. <http://www.autoipari-klaszter.hu/2009/09/03/kinai-autoipari-vallalattal-mukodik-egyutt-a-gm/>
- Különleges részvényeket... [2010]: Különleges részvényeket bocsát ki az autóipari óriás. *kitekintő*, 08. 18. [http://kitekinto.hu/amerika/2010/08/18/kulonleges-reszvenyeket-bocsat-ki\\_az\\_autoipari\\_orias](http://kitekinto.hu/amerika/2010/08/18/kulonleges-reszvenyeket-bocsat-ki_az_autoipari_orias)
- Már Brüsszelben... [2009]: Már Brüsszelben is hivatalos a Magna szándéka. Autóipari Tanácsadó Klaszter, 10. 26. <http://www.autoipari-klaszter.hu/2009/10/26/mar-brusszelben-is-hivatalos-a-magna-szandeka-autoipar/>
- Második C... [2008]: Második C – százéves a General Motors. *origo*, 09. 20. [www.origo.hu/auto/20080920-szazeves-a-general-motors-a-chevrolet-volt-mentheti-meg.html](http://www.origo.hu/auto/20080920-szazeves-a-general-motors-a-chevrolet-volt-mentheti-meg.html)
- Még sok a kérdés... [2009]: Még sok a kérdés az Opel körül. Autóipari Tanácsadó Klaszter, 10. 25. <http://www.autoipari-klaszter.hu/2009/10/25/meg-sok-a-kerdes-az-opel-korul-autoipar/>
- Megalakult az új General... [2009]: Megalakult az új General Motors. GM Média Online/Hungary/Magyarország, 07. 16. [www.gm-press.com/HU/site/article.php?aid=4103](http://www.gm-press.com/HU/site/article.php?aid=4103)
- Mégis megtartja... [2009]: Mégis megtartja az Opelt a GM. *origo*, 11. 02. <http://origo.hu/archivum/20090930-a-fiat-megvonja-a-chrysler-autok-osszeszerelset-a-magnatol.html>
- Mégis visszatér... [2010]: Mégis visszatér a tőzsdére a GM. *Tőzsdefórum*, 08. 19. [http://www.tozsdeforum.hu/i/c-megis-visszater\\_a\\_tozsdere\\_a\\_gm-menu-eu\\_hatter-submenu-onearticle-news\\_id-414052.html](http://www.tozsdeforum.hu/i/c-megis-visszater_a_tozsdere_a_gm-menu-eu_hatter-submenu-onearticle-news_id-414052.html)
- Megtartja a brit... [2009]: Megtartja a brit Vauxhall gyárakat a Magna. Autóipari Tanácsadó Klaszter, 10. 14. <http://www.autoipari-klaszter.hu/2009/10/14/megtartja-a-brit-vauxhall-gyarakat-a-magna-autoipar/>
- Nehéz a GM... [2009]: Nehéz a GM tisztulási útja. *origo*, 11. 16. <http://www.origo.hu/uzletinegyed/valsag/20091116-torleszteni-kezd-a-gm.html>
- Nem szerel össze... [2009]: Nem szerel össze több Chyslert a Magna. *origo*, 09. 30. [www.origo.hu/archivum/20090930-a-fiat-megvonja-a-chrysler-autok-osszeszerelset-a-magnatol.html](http://www.origo.hu/archivum/20090930-a-fiat-megvonja-a-chrysler-autok-osszeszerelset-a-magnatol.html)
- Nem tud fizetni... [2009]: Nem tud fizetni a kormánynak a régi Chrysler. *origo*, 09. 04. <http://www.origo.hu/uzletinegyed/valsag/20090904-nem-tud-fizetni-a-kormany-nak-a-regi-chrysler.html>
- Peking is... [2009]: Peking is bevásárolt: kínai lesz a Hummer. *kitekintő*, 06. 05. [http://kitekinto.hu/amerika/2009/06/05/peking\\_is\\_bevasarolt\\_kinai\\_lesz\\_a\\_hummer/](http://kitekinto.hu/amerika/2009/06/05/peking_is_bevasarolt_kinai_lesz_a_hummer/)
- Roncsprémium: a felpörgetett... [2009]: Roncsprémium: a felpörgetett kereslet visszaüt. *hvg.hu* 08.07. [http://hvg.hu/gazdasag/20090807\\_roncspremium\\_autoipar\\_valsag](http://hvg.hu/gazdasag/20090807_roncspremium_autoipar_valsag)
- Segítséget kér... [2008]: Segítséget kér a német kancellártól az Opel. *ProfitLine*, 11. 10. [http://www.mfor.hu/cikkek/proba\\_neafh\\_hlaifh.html](http://www.mfor.hu/cikkek/proba_neafh_hlaifh.html)

- Szőcs László* [2009]: Államosíthatják a GM-et, felosztják a Chryslert. *NOL*, 04. 28. [http://www.nol.hu/gazdasag/allamosithatjak\\_a\\_gm-et\\_felosztjak\\_a\\_chryslert\\_](http://www.nol.hu/gazdasag/allamosithatjak_a_gm-et_felosztjak_a_chryslert_)
- Takács Gergely* [2009a]: Chevy, Cadillac: örökre búcsúznak tőlük? Obama ultimátumot adott az autóiipari óriásoknak. *kitekintő.hu*, 04. 01. [http://kitekinto.hu/amerika/2009/04/01/csd\\_vagy\\_megujulas\\_-\\_ketseges\\_az\\_amerikai\\_autogyarak\\_jovje/](http://kitekinto.hu/amerika/2009/04/01/csd_vagy_megujulas_-_ketseges_az_amerikai_autogyarak_jovje/)
- Takács Gergely* [2009b]: Szakszervezetek kezében a világ legnagyobb autógyárjai. Nem lesz állami vállalat sem a GM, sem a Chrysler. *kitekintő*, 05. 10. [http://kitekinto.hu/amerika/2009/05/10/szakszervezetek\\_kezeben\\_a\\_vilag\\_legnagyobb\\_autogyarai/](http://kitekinto.hu/amerika/2009/05/10/szakszervezetek_kezeben_a_vilag_legnagyobb_autogyarai/)
- Tóth Zoltán* [2008]: Eltűnhet a Chevrolet, a Cadillac, a Ford és a Chrysler neve? *totalcar*, 12. <http://totalcar.hu/magazin/kozelet/gmcsod>
- Új ajánlat... [2009]: Új ajánlat az Opelre a Magna autóiipari beszállítótól. Autóiipari Tanácsadó Klaszter, 07. 28. <http://www.autoipari-klaszter.hu/2009/07/28/uj-ajanlat-az-opelre-a-magna-autoipari-beszallitotol/>
- Új tervvel... [2009] Új tervvel mentené az Opelt a GM. *origo*, 08. 25. <http://www.origo.hu/uzletinegyed/valsg/20090825-a-general-motors-ejti-az-opel-megmentesenek-nemet-kormany-tamogatta.html>
- Vályi István* [2009]: Putyintól Merkelén át a Magnáig a fél világot átvették. A Nagy Opel-Kavarás története. *totalcar*, 11. 18. <http://totalcar.hu/magazin/kozelet/2009/11/18/opel-saga/>

# VERSENYPOLITIKA ÉS VERSENYKÉPESSÉG

## Válságok egymásra torlódása

### Versenyhelyzet és válság a tejpiacon, 2008–2009

SZABÓ MÁRTON

*A fogyasztói tej piaca sokszereplős, dinamikus, kemény versenypiac, amelyen a magyar tejipari cégek strukturális problémáik miatt nehezen boldogulnak. Az európai uniós csatlakozásig folytatott hibás támogatáspolitikai és protekcionizmus máig hatóan korlátozza a magyar tejtermelés és -feldolgozás versenyképességét, piaci alkalmazkodását, importtal szembeni helytállását. Az élénk verseny mellett a piac működése hiányosságokat is mutat: nem megfelelő az átláthatóság, számottevők az információs hiányosságok, számolni kell a szürkegazdaság és a szelektív állami támogatás jelenlétével. Ezen a tejpiacon a gazdasági válság hatásai inkább csak nehezítették a kilátást a két korábban kezdődött krízisből: a tartós magyar tejgazdasági válságból és a nemzetközi tejiaci válságból. A válságokra a piaci szereplők nem kizárólag piaci alkalmazkodással válaszoltak, hanem a szabályozó, támogatásokat elosztó politikusokra gyakorolt nyomás fokozásával. A magyar kormányzat a rendelkezésére álló csekély források kiutalása mellett – amelyek jelentős késéssel érkeztek meg a kedvezményezettekhez – jórészt szakszerűtlen, jelentéktelen hatású lépésekkel igyekezett fenntartani a segítőkészség látszatát. Így a magyar tejgazdaságnak a közeljövőben nem elsősorban a globális válság, hanem az ágazat krónikus válságának hatásait kellene leküzdenie. A kilátások középtávon sem biztatók a gyenge versenyképesség, valamint a nemzetközi piacokon várható további liberalizáció s így a már most is nagyon éles importverseny újabb erősödése miatt.\**

Journal of Economic Literature (JEL) kód: D40, L10, L66, Q13, Q18.

\* A cikk a Kaleidoszkóp. Versenyhelyzet Magyarországon 2008–2009 (szerkesztette: Laki Mihály – Voszka Éva), Pénzügykutató Rt. – Palatinus Kiadó, 2010) című kötetben megjelent tanulmány rövidített, szerkesztett változata.

Szabó Márton, a Kopint-Tárki Zrt. vezető kutatója. E-mail cím: marton.szabo@kopint-tarki.hu

A rovat a Gazdasági Versenyhivatal és annak Versenykultúra Központja támogatásával jelenik meg.

A tanulmány egy *élelmiszer-ipari termék, a fogyasztói tej* piacával foglalkozik. Az alapanyag – a *nyers tej, amely mezőgazdasági termék* – piaca csak annyiban tárgya írásunknak, amennyiben annak fejleményei az előbbi piacot befolyásolják. Először bemutatjuk a termék és a termékpiac jellemzőit, a termékpiaci szereplőit, majd ismertetjük a szabályozási hátteret. Áttekintjük a versenyeszközöket, a versenystratégiákat és a verseny működésével kapcsolatos problémákat. Végül elemezzük az egymást követő válságok hatásait, a problémák kezelését és a kilátásokat.

A munka során felhasználtuk a hazai és külföldi sajtóban és szakirodalomban megjelent írásokat, az Európai Bizottság, az Eurostat és más nemzetközi szervezetek, szakmai szövetségek adatbázisait, valamint a Központi Statisztikai Hivatal, a Tej Terméktanács, a Tejpári Egyesülés, az Agrárgazdasági Kutatóintézet és a GfK adatait. Nagymértékben támaszkodtunk a tejtermelőkkel, feldolgozókkal, üzletláncokkal és csomagolóanyag-gyártókkal folytatott összesen 12 interjúra.

## A termék és a piac jellemzői

### *A piac sajátosságai*

A fogyasztói tej számos olyan sajátosságot mutat, amelyek más termékek jellemzőitől eltérnek és ebből adódóan *piaca is egyedi szabályok szerint működik*. A sajátosságok közül a következőket érdemes kiemelni:

- a legalapvetőbb élelmiszerek közé tartozik,
- homogén, commodity jellegű, generikus termék, amelyet nehéz a versenytársak hasonló termékeitől megkülönböztetni, márkázni,
- alacsony hozzáadottérték-tartalmú cikk,
- keresletének jövedelemrugalmassága igen alacsony,
- kereslete árrugalmas,
- a mezőgazdasági termelés és az agrárjövödelmek szerkezetében betöltött jelentős szerepe miatt alapanyaga, a nyers tej piaca körül erős a politikai nyomás, gyakori a lobbizás,
- a fogyasztói tej gyakran szerepel az üzletláncok akcióiban, látványos árengedményekkel az egyik „becsalogató” termék szerepét tölti be,
- a sovány tejpor és a vaj uniós intervenciók árának csökkentése után a tartós tej a pillanatnyi nyerstej-felesleg levezetésére alkalmas puffertermékké vált, amelynek piacán különlegesen éles a verseny, és a releváns piac több ország területére kiterjed.

A fogyasztói tej hazai piaca egyetlen piacnak tekinthető, részben azért, mert a különféle termékfajták a fogyasztók szempontjából azonos szükségletet elégítenek ki, részben a földrajzi terítés lehetőségei miatt. A kartondobozos friss, valamint az ultrapasztőrözött (tartós) tej, a műanyag palackos és műanyag kancsós, de a zacskós csomagolású tej nagyobb távolságokra való szállításának sem technikai, sem költségoldalról nincs akadálya. Az üzletláncok disztribúciós rendszerében, illetve a kisebb boltokat kiszolgáló nagykereskedők segítségével a termékek ténylegesen el is jutnak az ország távolabbi területeire. Hasonló a helyzet a kimért tejnek az utóbbi időben népszerűvé vált mozgó árusításával.

Az ezredforduló óta a fogyasztói tej egy főre jutó fogyasztása jelentős mértékben, 86 literről 69 literre csökkent. Az 1. táblázat adatai szerint 2009-ben 691 millió liter tejet értékesítettek, 2008-hoz viszonyítva változatlan mennyiséget. A piac nagysága értékben elérheti a 120 milliárd forintot (170 forintos átlagárral számolva), ezzel az élelmiszerpiac legnagyobb egyedi, egyetlen termékből álló szegmense, amelynek értéke a teljes élelmiszer-kiskereskedelmi forgalom három százaléka.

*1. táblázat*

**A fogyasztói tej értékesítése Magyarországon, 2000–2009**  
(Millió liter)

Év	Hazai feldolgozók termeléséből	Import	Kimért tej	Fogyasztói tej összesen
2000	630	1	245	876
2001	566	1	221	788
2002	564	1	220	785
2003	533	2	208	743
2004	555	19	223	797
2005	494	51	212	757
2006	455	54	188	697
2007	413	105	192	710
2008	415	88	187	690
2009	372	132	187	691

*Forrás:* KSH-, Tej Termék Tanács-, Tejipari Egyesülés-, GfK-adatok alapján saját számítás.

Ezen a piacon nincsenek állandó fogyasztói preferenciák: van ugyan egy vásárlói szegmens, amely egyetlen termékfajtahoz ragaszkodik – például a kartondobozos friss tejhez –, de a többség nem formahű és nem is márkahű. Ugyanaz a vevő gyakran kétféle terméket is vásárol: általában friss tejet, de nyaraláshoz vagy háztartási tartaléknak tartós tejet is. A termékfajták közötti helyettesítést mindenekelőtt az ár mozgatja. Az üzletláncok képviselőinek véleménye szerint literenként 3-4 forintos árkülönbség kedvéért már hajlandó váltani a vevő. Ritka egy-egy termékfajta merev elutasítása, amely a leggyakrabban a tartós tej esetében fordul elő egyrészt a főtt/forralt íz miatt, másrészt a széles körben tartós tejnek nevezett termék félreértésre okot adó elnevezése miatt: sokan azt hiszik, hogy a „tartós” tej tartósítószerrel tartalmaz. (Ezért ma már a gyártók „hosszan friss tejnek” nevezik.)

Összességében – amint azt a 2. táblázat mutatja – 2005 és 2009 között a tartós tej a zacskós friss tejtől vett el jelentős, csaknem tíz százalékpontos piacrészesedést, miközben a kartondobozos friss tej és a kimért tej piaci súlya alig változott (GfK ConsumerScan 2009. évi adatai).<sup>1</sup>

## 2. táblázat

### A fogyasztói tej piacának megoszlása csomagolás szerint, 2005–2009 (Százalék)

Csomagolás	2005	2006	2007	2008	2009
Többrétegű kartondobozos „tartós” tej	30	35	30	35	40
Kartondobozos friss tej	19	18	26	21	18
Zacskós friss tej	23	19	15	15	14
Egyéb csomagolt tej	1	2	2	2	1
Kimért tej	28	27	27	27	27
Összesen	100	100	100	100	100

Forrás: GfK ConsumerScan 2009. évi adatai.

A trendtől számottevő eltérést hozott azonban 2007, a tej világpiacon árobbanásának éve, amikor a tejtermékek iránti igen erős nemzetközi kereslet hatására a hazai árakat addig kordában tartó import tartós tej ára felszökött, részesedése visszaesett, és egyidejűleg a relatíve olcsóbbá vált hazai kartondobozos friss tej aránya emelkedett. 2008-tól azután az árak visszarendeződésével párhuzamosan a korábbi irányzat folytatódott.

<sup>1</sup> Fogyasztói panel, amelyben a háztartások és egyének vásárlási viselkedését regisztrálja a GfK. Lefedi szinte az összes napi fogyasztási cikk vásárlását. A háztartások napló segítségével regisztrálják vásárlásaikat.

A csomagoláson kívül a piac differenciálódik a *feldolgozói és a kereskedelmi márkák*<sup>2</sup> szerint is. A kereskedelmi márkák részesedése 2009-ben a tartós tej esetében 47 százalékos, a friss csomagolt tej esetében 50 százalékos, ezen belül a kartondobozos friss tej esetében 70 százalékos volt (GfK ConsumerScan 2009. évi adatai). A kereskedelmi márkák sikerének alapja a fogyasztói tej nehezen márkázható, genetikai természete – súlyuk a jövőben várhatóan tovább nő.

A piaci szegmensek harmadik fontos választóvonalát a *tej származási helye*. Az 1. táblázat adatai azt mutatják, hogy az import aránya az európai uniós csatlakozás után megugrott, a tejfogyasztás 0,3 százalékról 2009-re 19,1 százalékára nőtt, ami érzékenyen érintette a hazai termelőket és feldolgozókat.

Magyarország az „óriások csatájában” jelentéktelen szereplő, hiszen még Csehország és Ausztria is másfélszer-kétszer több tejet termel nála. A kelet-közép-európai piacon méreténél, vásárlóerejénél és földrajzi helyzeténél fogva Németország központi helyet foglal el. Hatalmas mennyiségű tejet exportál Olaszországba (2009-ben 875 ezer tonna), miközben sok tejet fogad Csehországból (446 ezer tonna), Ausztriából (200 ezer tonna) és Lengyelországból (112 ezer tonna) (UN ComTrade). A magyar piacra érkező, összesen 132 ezer tonna fogyasztótej-import mennyisége ehhez viszonyítva eltörpül, mégis jelentős zavarokat okoz. (2009-ben a két fő beszállító Csehország és Szlovákia volt 46, illetve 38 ezer tonnával, KSH Tájékoztatási adatbázis.)

A behozatal előretörésének fő oka az *alacsony ár*. Mennyiségét ma már aligha lehet visszaszorítani – a magyar tejágazat versenyképessége ugyanis gyenge. A leghatékonyabb európai gyártók, a dán és a holland feldolgozók termelési méretben és bevezetett márkatermékek tekintetében messze felülmúlják a hazai feldolgozókat – még akkor is, ha utóbbiak egy része ma már multinacionális cégek tulajdonában van. A fogyasztói tej magyarországi gyártóinak nehézségei innen erednek. Az egységes európai piacon pillanatnyi feleslegként jelentkező nyers tejet, amelyet – természetesen késztermékek formájában – a holland, a dán és a német cégek nem tudnak a legmagasabb nyereséget biztosító ázsiai, amerikai és nyugat-európai piacokon elhelyezni, esetleg a nemzetközi tejpor- és vajpiac számára feldolgozni, tartós tej formájában a kelet-európai piacokra és így a magyar piacra zúdítják, ahol a helyi gyártók és tejtermelők ezért dömpingre panaszkodnak.

A felvásárlási szerződésekben vállalt kötelezettségüknek megfelelően ugyanis a nyugat-európai feldolgozók – amelyek többségükben tejtermelők tulajdonában, azok szövetkezeteiként működnek – valamennyi számukra felkínált nyers tejet megveszik, és ebből a gazdaságosan nem értékesíthető mennyiséget feldolgozás, illetve csoma-

<sup>2</sup> A kereskedelmi márkájú, másképpen saját márkájú termékek esetében a termékjellemzőket a kereskedő, általában az üzletlánc határozza meg, lényegében tehát a lánc rendeli meg a saját elképzeléseinek megfelelő terméket a termelőtől. A lánc adja a márkanévet is, amely egyes esetekben utal a láncre. A kereskedelmi márkák aránya a tejtermékek között a termékadottságoknak megfelelően igen magas: Németországban a friss tejnél 70 százalékos, az ultrapasztörözött tejnél 82 százalékos (Bundeskartellamt, 2009, 102. o.).



golás után gyakorlatilag bármilyen alacsony, a piacra juttatás költségeit meghaladó áron hajlandók eladni. Magyarországon a tejipari cégek nem így működnek, ráadásul úgy próbálnak versenyezni az importtal, mintha a fogyasztói tej piacon a szokványos szabályok érvényesülnének, bizonyos értelemben tehát félreértik a piacot.

A fogyasztók jelentős része kételkedik a külföldről származó termékek minőségében, noha a veszélyeket a tej esetében eddig semmilyen vizsgálat nem igazolta. Az utóbbi években a termelői érdekképviselők és az agrárkormányzat egyaránt támadták a behozatalt. A negatív kampány elsősorban a hazai tejtermelés és -feldolgozás mérsékelt versenyképességének megmagyarázását, illetve elrejtését szolgálta, és eredményes is volt, mert ma az import élelmiszereket a fogyasztók jelentős része – helytelenül – a selejttel azonosítja.

A Magyarországon előállított tej iránt az utóbbi időben nagyobb a fogyasztók bizalma, a frissességet sokan a hazai eredettel azonosítják. Az üzletláncok számára a magyar beszerzési források általában biztonságosabbak, mert a gyártók ismertek, bejártott a beszerzési rendszer, ritka a kellemetlen meglepetés. Az import előnye ezzel szemben az alacsony ár. Szinte mindig akad olcsó alkalmi behozatali lehetőség, ami a közép-európai tejpiac hullámzásaiból, a felesleg levezetéséből, a tartós tej puffer jellegéből adódik. Az olcsó tej pedig könnyen eladható. Értékesítési akcióit még az az üzletlánc is csak importtejre tudja alapozni, amely egyébként stratégiai céljává tette a magyar termékek eladásának növelését, mivel az alacsony árat és az igényelt nagy mennyiséget egyidejűleg csak a külföldi szállítók kínálják.

### *Termékpálya és piaci szereplők*

A termékpálya háromfázisú: a nyerstej-termelőkből, a feldolgozókból és a kiskereskedőkből áll.

*A termelők.* A tejtermelés Magyarországon a mezőgazdasági bruttó termelésből 8,3 százalékkal részesedik (KSH, 2010), így az agrárium fontos ágazata. 2007-ben 12 ezer tejhasznú tehenet tartó gazdaság működött (KSH, 2008). A termelői fázisban az elmúlt évtizedben a nyers tej közös értékesítésére, a felvásárlókkal szembeni alkupozíció javítására több termelői szervezet alakult. Nagyságával kiemelkedik közülük az Alföldi Tej, amely 2009-ben az összes hazai tejtermelés 21 százalékát fogta át. A nyers tej országos értékesítéséből a termelői szervezetek együttes részesedése megközelíti a 40 százalékot (Vágó és szerzőtársai, 2007). A termelői csoportok fejlődését megalakításuk után öt évig európai uniós támogatás is segíti, amelynek mértéke az első években a termelési érték öt százaléka, de legfeljebb 100 ezer euró.

*A feldolgozók.* A piacnak ebben a szegmensében is *sok a szereplő*: 2008-ban 47 magyar tejtermékgyártó cég árbevétele haladta meg a 100 millió forintot (AKI, 2010). A négy legnagyobb, a Sole-MiZo, a Friesland-Campina, a Danone és az Alföldi Tej együttes részesedése 2008-ban a 250 milliárd forintos tejipari árbevételből

55,6 százalékos volt (AKI, 2010 alapján saját számítás). Az elmúlt évtized egészét tekintve a négyvállalatos koncentrációs ráta kissé növekedett, de 2006 és 2008 között 63,3 százalékról 55,6 százalékra esett vissza. Ennek oka néhány vezető cég árbevételeinek csökkenése és olyan középvállalatok megerősödése, mint a Tolnatej, a Minna, a Köröstej, az Óvártej, a Naszálytej, a Kuntej és a Fino-Food.

A tejipar gyors, a kilencvenes évek első felében elindított privatizációja során a legnagyobb befektetők olasz (Sole, Parmalat), francia (Danone, Bongrain) és holland (Nutricia, később Friesland) cégek voltak. *A külföldi tulajdonú cégek súlya 2001 óta csökken.* Két fontos 2005. évi esemény is befolyásolta ezt a folyamatot: 1. a Parmalat olasz anyacégének csődje után az Alföldi Tej átvette a Parmalat fehérvári üzemét, 2. a magyar MiZo megszerezte a szintén olasz Solét. A külföldi részesedés azonban nemcsak ezért esett vissza, hanem azért is, mert a korábban piacvezető Friesland eladásai 2004 óta a termékszerkezet átalakítása, a termékskála szűkítése miatt drasztikusan csökkentek. Kisebb mértékben, de szintén visszaesett a Bongrain tulajdonában álló Pannontej és a Veszprémetej árbevétele. A nagy külföldi cégek közül egyedül a gyümölcsjoghurtokat és desszertkészítményeket gyártó Danone tudta folyamatosan növelni eladásait.

A tejipari termékskálának a fogyasztói tej döntő fontosságú eleme: Magyarországon az összes feldolgozott alapanyagtej 31 százalékából fogyasztói tej készül. A fejlettebb országokban ez az arány alacsonyabb: Németországban például mindössze 12 százalékos. (Bundeskartellamt, 2009). Fontosságban csak a sajt- és túrógyártás előzi meg a fogyasztói tej termelését, a többi termékcsoport messze elmarad tőle, így a savanyított készítmények (tejföl, gyümölcsjoghurt), a desszertkészítmények (például Túró Rudi) és ízesített tejsitalok (mint a kakaós tej) is.

A fogyasztói tej piacán a cégek *részesedései dinamikusan változnak.* Amikor az olasz Parmalat csődjét követően a – jelentős hazai piaci szereplőnek számító – magyarországi leányvállalata, a Fejértej–Parmalat bezárt, az akkori piacvezető Friesland konszolidálhatta volna a piacot, de nem ezt a stratégiát választotta, hanem – a Bongrain-csoporttal együtt – csaknem teljesen kivonult a fogyasztóitej-szegmensből. (Nem lehet véletlen, és valószínűleg a termék alacsony hozzáadottérték-tartalmával függ össze, hogy a multik közül ma már csak a Friesland-Campina van jelen a fogyasztói tej magyarországi piacán, de ez a cég is csak jelentéktelen mennyiséggel.)

A vákuumot kihasználva a közepes méretű szereplők megerősödtek (Kuntej, Fino-Food, Minna, Naszálytej, Tolle), és jelentős mértékben növelték piaci részesedésüket – de *megfelelő méretgazdaságosságot még így sem érnek el.* Azaz ma még túlságosan sok gyártó van a hazai fogyasztóitej-piacon. Közülük a Minna évek óta tartó folyamatos növekedés után 2008-ban kiugróan sok fogyasztói tejet értékesített, nagyrészt az akkor piacra lépő Aldi sajátmárka-gyártójaként. Felfutása éppen a nyerstej-árcsúcs időszakára esett, és valószínűleg ezért nem tudta tartani termelésének szintjét. Eladásai 2009-ben alaposan visszaestek, de a cég továbbra is fontos szereplő.

Jelentős méretű új szereplők belépése az importot leszámítva ritka, de mint az előző példák mutatják, egy-egy cég növekedése nem. Még látványosabb a Parmalat székesfehérvári üzemének fejlődése, amelyet 2003-ban egy nyerstej-értékesítésre – alkuszövetkezetként, illetve termelői csoportként – alakult szervezet vett meg 4,2 milliárd forintos állami hitel segítségével. Az így létrejött Alföldi Tej piacvezetővé vált: 2009-ben 360 millió liter tejet értékesített (a teljes hazai termelés 21 százalékát), és ebből 200 millió litert maga dolgozott fel. Igen jelentős az olasz és a román piacra irányuló fölözött és nyerstej-exportja is. Fogyasztói tejből a legnagyobb kereskedelmimárka-gyártó. A fehérvári gyár mérete megközelíti néhány nyugat-európai üzem nagyságát, és ezzel egyedül áll a magyar piacon. Az előnyök realizálását azonban itt is akadályozza a túlságosan széles termékszerkezet, az ezzel járó gyakori átállás és magas készlet szint – például azért, mert minden üzletlánc más csomagolásban igényli a saját márkás tejet.

Előfordul a magasabb kategóriába lépés is. Így a fogyasztói tej piacán korábban csak regionális szereplő és továbbra is mindenekelőtt nagy sajtgyártó Tolnatej számára az országos fogyasztóitej-piacra való belépés a diverzifikációt, a piaci kockázat mérséklését szolgálta, némi enyhülést adott a szintén tömegcikk jellegű Trappista sajt piacán uralkodó különlegesen éles verseny nyomása alól.

*A kiskereskedelem.* A tej forgalmazói – a termelők saját értékesítésétől eltekintve – más élelmiszer-ipari termékekhez hasonlóan a kisboltok, a hazai és a külföldi üzletláncok, valamint a vendéglátás és a közületek (kórházak, iskolák stb.).

A magyar élelmiszer-kiskereskedelmet már több mint egy évtizede a láncba szervezett modern bolt típusok (hipermarketek, szupermarketek, diszkontok) uralják, bár előretörésük üteme az utóbbi években lassult. 2009-ben együttes részesedésük a zömében élelmiszerekből összetevődő napi fogyasztási cikkek eladásából 60 százalékos volt – ezen belül a hipermarketeké 24, a szupermarketeké 19, a diszkontoké 17 százalék. Mind a láncba szervezett, mind a független kis élelmiszerboltok súlya 2006 óta változatlanul 14-14 százalékos (GfK ConsumerScan 2009. évi adatai). A fogyasztóitej-eladások is hasonlóan oszlanak meg bolt típusok között – azzal a különbséggel, hogy a diszkontok aránya valamivel magasabb.

A piaci koncentráció erős és tovább növekszik. A négy vezető lánc (Tesco, CBA, Coop, Spar) együttes piaci részesedése 2009-ben meghaladta a 40 százalékot, a következő négy láncé (Reál, Auchan, Metro, Lidl) 20 százalékos [Nielsen piackutató becslés (Boltláncok..., 2010) rangsora és KSH Tájékoztatási Adatbázis alapján saját számítás]. Fontos piacot jelentenek a független kisboltok is, különösen a közepes nagyságú tejipari cégek számára, mint a Naszálytej és a Fino-Food. Ezeket rendszerint tejtermék-nagykereskedők közvetítésével szolgálják ki.

Egyes vélemények szerint a láncok közötti különösen éles verseny mögött e cégek jövedelmezőségi gondjai állnak, amelyek oka a bolti alapterületre jutó alacsony forgalom. Többen úgy vélik, hogy az „aranyláz” idején túlságosan sok külföldi befektető érkezett, és a hatékonyság eléréséhez további koncentrációra van szükség.

*A feldolgozók és az üzletláncok kapcsolata feszült.* A tejipari beszállítók az üzletláncok egyre keményebb magatartására panaszkodnak: ma már alkudni sem lehet velük, a termelők árultimátumot kapnak tőlük. Gyorsan terjed a szállítók számára különösen előnytelen beszerzési módszer, az elektronikus tender, amelyen gyakran külföldi, általuk nem is ismert versenytársakkal kell megküzdeniük a megrendelésekért. Az árképzés módja az üzletlánc számára elérhető legalacsonyabb árat biztosítja, és a beszállítani szándékozó cég még a versenytárs ajánlatát sem ismeri. Ugyanakkor a lánc nem köteles szerződést kötni a beszállítói tender győztesével.

A szerződéseket a nyers tej árának utóbbi évekbeli ingadozásai miatt újabban rövidebb időszakokra, egyes esetekben pedig lejárat nélkül kötik. Sok kapcsolatban a lánc bármikor „kilistázhatja” a gyártót, és még a saját márkás termékek gyártására vonatkozó szerződések is felmondhatók néhány héten belül. A kereskedelmi márkás tejet egyébként ellátási biztonsága érdekében és versenyztetés céljából számos üzletlánc egyidejűleg két tejipari céggel is gyártatja.

A fogyasztói árakat a tejipari beszállítók egybehangzó véleménye alapján a kiskereskedők, pontosabban az üzletláncok határozzák meg, és árpolitikájukra a gyártóknak gyakorlatilag semmiféle befolyásuk nincsen. Egy termék beszerzési és a fogyasztói ára között nem lehet összefüggést találni. A hazai termelők a láncok diszkriminatív ár- és árrés politikájára panaszkodnak, szerintük az importárura alacsonyabb árrést számítanak fel, ezáltal fokozva a hazai beszállítókra nehezedő árnyomást. Ezt azonban eddig nem sikerült bizonyítani.<sup>3</sup> Egyes vélemények szerint a láncok magas fokú eladósodottságuk, valamint a már említett gyenge hatékonyság miatt kényszerülnek a magas árrések alkalmazására.

#### *A szabályozási keret*

A tejtermelők a világ legtöbb országában és különösen a fejlettebbekben számottevő támogatásban részesülnek a mezőgazdasági jövedelem képzésében betöltött súlyuk, a tevékenység tökeigényessége és a hosszú beruházási ciklus miatt, illetve ezekre hivatkozva. A termeléstámogatási egyenértékes (*producer subsidy equivalent, PSE*) értéke az Európai Unióban csökkent ugyan, de 2004-ben még mindig 30 százalékos volt, ami azt jelenti, hogy az adófizetőktől a tejtermelőkhez irányuló jövedelemtranszferek az ágazati bruttó termelési érték 30 százalékát teszik ki (OECD, 2005).<sup>4</sup>

<sup>3</sup> 2007-ben bejelentés érkezett a Gazdasági Versenyhivatalhoz arról, hogy a Tesco, az Auchan és a Penny Market üzletláncok az importált és saját kereskedelmi márkás tejtermékeket, köztük az ultrapasztőrözött tejet költség alatti áron forgalmazzák (GVH, 2009). A bejelentő szerint az alacsonyabb árú import, illetve saját márkás gyártmányok esetében jóval kisebb árrést alkalmaznak, mint a más forrásból beszerzett tejtermékek esetében, ezért a magyarországi beszállítóktól vásárolt termelői márkás tejek kiszorulnak a piacról. A Versenyhivatal azonban azt állapította meg, hogy az érintett piacon egyik kereskedőlánc sincs erőfölényes helyzetben, és a túlzottan alacsony, felfaló árazás más feltétele (többek között a beszerzési árnál alacsonyabb eladási ár) sem teljesült.

<sup>4</sup> Az OECD 2004-re közölt utoljára adatot a termékenkénti támogatásokra, mert kritikákat kapott, hogy az összes támogatást nem lehet pontosan termékekre szétbontani.

A tejpiac szabályozására az Európai Unió kiterjedt eszközrendszerrel működtet, amelyet a magas költségek miatt és a kereskedelmi liberalizációt követelő partnerországok hatására rendszeresen reformálni kényszerül. A piacsabályozás fő elemei a vámok, az exporttámogatások, a tejpor és a vaj intervenciós felvásárlása, a termelési kvóták, a termelőknek adott közvetlen támogatások és az európai uniós piaci támogatások (például a tejpor takarmányozási célú felhasználásának támogatása).

Az Európai Közösségben 1984-ben vezették be a nemzeti termelési, illetve értékesítési kvóták rendszerét, miután sorozatosan kudarcot vallottak a termelés korlátozására, illetve a költséges intervenciós készletek csökkentésére irányuló próbálkozások. A nemzeti kvótákat a tagországok lebontják a feldolgozókra és a termelőkre. A kvóta túllépését súlyos bírsággal büntetik. Az erős uniós piacvédelem mellett a termelés korlátozása magas szinten tartja a nyerstej termelői árát és a tejtermékek fogyasztói árát. A kvótarendszer sikeresen kordában tartotta a közös agrárpolitika (KAP) tejpiaci kiadásait, viszont drágította és lassította az üzemi struktúra átalakulását, koncentrációját, és ezzel akadályozta az európai uniós tejtermelés nemzetközi versenyképességének javítását (Szabó, 2009).

A 2008/2009-es kvótaév a korábbiaknál is határozottabban igazolta, hogy az európai uniós tejtermelés szintjét ma már nem a kvóta, hanem a piaci kereslet határozza meg. A 2009/2010-es kvótaévben a tejértékesítés az európai uniós összkvótától 4,2 százalékkal maradt el, jelezve azt is, hogy a piaci zavarokat, az árscökkenést semmiképpen sem okozhatta a korábban elhatározott fokozatos, évi egyszázalékos kvótaemelést.

A tejtermékvámok csökkentését, a vámmentes importkvóták növelését, valamint az exporttámogatások csökkentését az Európai Unió – nemzetközi nyomás hatására – már az 1995. évi GATT/WTO világkereskedelmi megállapodásokban vállalta. A változások hatására növekedett a kínálati nyomás, éleződött a verseny az európai egységes piacon.

A tejpiac szabályozásában a legutóbbi jelentős változást a 2003. évi luxemburgi reform hozta. Főbb elemei a vaj intervenciós árának 25 százalékos, a sovány tejpor intervenciós árának 15 százalékos csökkentése; a termelőket így ért árveszteség részleges, mintegy 60 százalékos kompenzációja a régi tagországokban közvetlen kifizetések formájában, valamint a kvótarendszer érvényességének meghosszabbítása 2015-ig (Szabó, 2009).

A luxemburgi reform és a későbbi intézkedések hatására az európai uniós árak szorosabb kapcsolatba kerültek a világpiacon árákkal; a termelés piacorientáltabbá vált, a kvóta helyett egyre inkább a piaci kereslet szabályoz; az intervenció visszanyerte eredetileg szándékolt szerepét, Mariann Fischer-Boel mezőgazdasági főbiztos megfogalmazásával „védőháló lett kényelmes fotel helyett”; a termelői és fogyasztói árak csökkentek.

A közös agrárpolitikának a 2006–2013 közötti költségvetési időszak derekán végzett állapotfelmérése (Health Check) keretében eldöntötték, hogy a kvótarend-

szer 2015-ben megszűnik, addig viszont a jelentős piaci értékre szert tett a kvóták problémamentes kivezetése, a *soft landing* érdekében a nemzeti kvótákat évente egy százalékkal emelik. A vaj és a sovány tejpor intervenciós felvásárlására az éves európai uniós nyerstejtermelés két százalékának megfelelő mennyiségi korlátot határoztak meg, és megszüntették az intervenciós vajkészletek értékesítéséhez évtizedeken át nyújtott ártámogatást (Bizottság közleménye, 2009).

A közös agrárpolitika a piacszabályozásban viszonylag kis mozgásteret hagy a nemzeti agrárpolitikáknak. Magyarország a közös piaci eszközök mellett jelentősebb nemzeti szubvencióként a tejtermelőknek nyújtott kvótatámogatást alkalmazza, amely az utóbbi években literenként 8–8,50 forint volt, vagyis meghaladta a nyers tej termelői árának tíz százalékát. A kvótatámogatás nagysága közel azonos a régi tagországok termelői által az intervenciós árak csökkentése fejében kapott támogatással, így tehát a magyar termelők nincsenek versenyhátrányban velük szemben. Tetemes versenyelőnyt élveznek viszont a legtöbb kelet-közép-európai tagország termelőivel szemben, akik lényegesen alacsonyabb nemzeti támogatást kapnak (Szabó, 2009).

Az agyonszabályozott nyerstej-piacca ellentétben a tejtermékpiacon lényegesen kevésbé szabályozottak, és a hatalmas uniós piacon igen éles a verseny. A feldolgozók – a pályázatos beruházási támogatásoktól eltekintve – a közös agrárpolitika keretében nem kapnak támogatást, élvezik azonban az uniós piacvédelem előnyeit. Az uniós fogyasztók által a tejpiacon protekcionizmus miatt fizetendő ártöbbletet kifejező fogyasztótámogatási egyenértékes (*consumer subsidy equivalent, CSE*) mutató értéke csökken ugyan, de 2004-ben még mindig 25 százalékos volt, azaz az európai fogyasztó 25 százalékkal fizet többet a tejért és a tejtermékekért, mint vámvédelem nélkül fizetne (OECD, 2005).

## Verseny és versenyproblémák a tejpiacon

Eddigi elemzésünk azt mutatta, hogy a fogyasztói tej piaca sokszereplős, igazi versenypiac, amelyen a piaci részesedések dinamikusan változnak. Magyarországon az import igen jelentős tényező. A fogyasztói döntésekhez szükséges árinformáció rendelkezésre áll, másféle információs hiányosságok azonban előfordulnak.

### *A verseny eszközei*

A termelők és a kereskedők sokféle eszközt alkalmaznak pozícióik javítása érdekében. Ezek közül a *legfontosabb az ár*, mert a magyar fogyasztók többsége kifejezetten árérzékeny. Az árverseny ütemét a diszkontláncok, közülük is elsősorban az Aldi és a Lidl diktálják, és azt a szupermarketek is kénytelenek követni. A reáljövödelmek 2007 óta tartó csökkenésével a fogyasztók árérzékenysége fokozódott, amit a 2008-ban kibontakozó válság tovább erősített. Ezt még az olyan szupermar-



ketláncok is érzik, mint a Spar és a Kaisers, amelyek vevőköre pedig hagyományosan kevésbé figyeli az árcédulákat. Az árverseny a tejnél ugyanolyan erős, mint a klasszikus generikus termékeknél, a lisztnél és a cukornál.

A magyar gyártók mindenekelőtt az ár tekintetében maradnak alul az importtal, elsősorban a tartós tej importjával szemben. 2008 decemberében 12 üzletlánc boltjaiban végzett felmérésünk szerint a magyar tartós tej átlagosan 26 százalékkal drágább az importnál, miközben a hazai friss tej 9 százalékkal olcsóbb a külföldinél. A friss tej és a tartós tej piacát egyetlen piacnak tekintve, a magyar fogyasztói tej átlagosan tíz százalékkal drágább az importnál (Szabó, 2010).

A második alapvető eszköz a *minőség*, amelynek megítélése azonban szubjektív. A tej esetében a fogyasztók zöme a minőség fontos tényezőjének tekinti a frisseséget, a csomagolás kényelmi megoldásait (kibontás, visszazárhatóság stb.), a fogyaszthatósági időt – a kereskedők számára ez a minőség döntő tényezője – és a tej ízét. A minőségi versenyben részt venni szándékozó gyártóknak termékük előnyeiről meg kellene győzni a fogyasztókat, ez azonban nem könnyű és drága is, a hazai piacon alig van rá példa.

A harmadik fő elem a *termékmegkülönböztetés, a márkázás, a reklám*. A fogyasztói tej piacán mindenekelőtt a termék sajátosságai miatt nem folyik márkaépítés. Erre inkább a több termékcsoporthoz átfogó ernyőmárkák alkalmazása, illetve a sikeres márkák kiterjesztése kínál lehetőséget, ha például egy sikeres gyümölcsjoghurtgyártó azonos márkanéven fogyasztói tejet is kezd árusítani. Egyes feldolgozók szerint a gyártói márkák felépítését az üzletláncok akadályozzák meg, és ma már a kereskedelmi márkák dominanciája mellett erre nem is igen van lehetőség.

Megkülönböztetésre újabban a magyar termékek mozgalmoszerű fogyasztói támogatása kínál esélyeket. A jelenség kapcsolatban áll a kibontakozó gazdasági válsággal is: a lakosság összefüggést lát egyfelől az import növekedése, másfelől a munkanélküliség emelkedése és saját jövedelmének csökkenése között. A hangsúlyozottan magyar, sokszor nemzetiszínű vagy címkéjű termékek árusításában több külföldi üzletlánc is piaci lehetőséget fedezett fel, és akad közöttük olyan is, amely a patriotizmust a cégarculat építésének fontos eszközévé tette. A nemzeti színek szerinti eladásoknak, illetve vásárlásoknak azonban kemény korlátai is vannak, hiszen a legtöbb vásárló elsősorban az olcsó termékeket keresi.

A magyar termékek szempontjából is figyelmet érdemel a feldolgozók és az üzletláncok kapcsolatában új fejezetet nyitó összefogás, az osztrák tulajdonú Spar és a hazai tejtermelők tulajdonában álló Alföldi Tej közötti stratégiai együttműködés. A cégek jelmondatai: „A mi Magyarországunk, a mi Sparunk”, illetve az Alföldi Tej magyar termékcsaládjának piros-fehér-zöld kartondobozain a „Hazai termelőktől hazai fogyasztóknak”. Az Alföldi termékcsalád neve korábban nem jelentett elegendő vonzerőt.

A fogyasztói tej reklámozására alig van példa, a régi „egy pohár tej, tiszta fej” típusú szlogenek kivesztek. A közelebbi múltból is csak a kartondobozgyártást uraló



Tetra Pak generikus, a tejfogyasztás növelését általában megcélzó hirdetéseit lehet említeni.

A negyedik versenyeszköz a *szegmensstratégia* meghatározása. A fejlett piacoktól, például Ausztriától eltérően Magyarországon a különleges termékszegmensek ma még kisméretűek. A legnagyobb lehetőségeket a funkcionális tejek kínálják: vitaminokkal, ásványi anyagokkal (kalcium, szelén stb.), ómega-3 zsírsavakkal dúsított, valamint laktózmentes tejek, organikus (bio-) tejek. A korábbi években csaknem minden jelentős termelő megjelent a piacon ilyen termékekkel, de a vásárlóerő korlátjába ütköztek, a kis árumennyiség pedig gazdaságtalanná tette a gyártást. Jelenleg csak a második legnagyobb fogyasztói tejgyártó Sole-MiZo és a közepes nagyságú Naszálytej állít elő funkcionális tejet, de míg az előbbinél ezek a széles termékpalettának csak egy kisebb részét alkotják, a Naszálytej számára súlyukat tekintve is jelentősek.

A gyártók szempontjából a biotej kínálatának növelését korlátozza, hogy az üzletláncok igen magas, állítólag 50-60 százalékos árrésekkel terhelik meg ezeket. A funkcionális tejek piacának felfutását mindenekelőtt az akadályozza, hogy a legtöbb magyar fogyasztó egyszerűen csak tejet akar inni, azt nem egy járulékos, különleges tulajdonságáért keresi. A gyártók – a kockázatot tekintve részben érthetően – nem szánják rá magukat a szegmensstratégia által követelt jelentős beruházásokra, a termékszerkezet alapvető megváltoztatására, a szükséges elkötelezettség híján viszont így a speciális szegmensek érdemi bővítésére sincsen esély.

Végül a tejpiacon is megjelennek versenyeszközként az *újítások*. A fogyasztói tej korábban tárgyalt sajátosságaiból adódóan valódi innovációra kevés lehetőség és kevés példa van. A technikai újítások jelentős része a nagy csomagolóanyaggyártók közvetítésével érkezik a magyar piacra, a dobozgyártók a tejipari innováció egyik fő hajtóerejét adják például a kényelmes kiöntést szolgáló csavaros dobozkupek bevezetésével.

Az utóbbi évek jelentős innovációja volt a friss tej fogyaszthatósági idejét több mint kétszeresére növelő, a tartósságot meghosszabbító (ESL) technológia bevezetése, amit a legerősebben az üzletláncok szorgalmaztak, és azóta a beszállítók számára szinte már minimumkövetelménnyé tették.

Az innováció eleve korlátozott lehetőségei mellett a gyártók helyzetét tovább nehezíti, hogy a technikai újításokkal szerzett előnyt a piaci versenytársak rendszerint gyorsan behozzák. A nehézségek ellenére a marketingszakemberek egyetértenek abban, hogy minden cégnek rendelkeznie kellene saját innovációs stratégiával a cégről alkotott kép javítása érdekében, valamint azért, hogy ne csak az árakkal versenyezzenek. A gyakorlat azt mutatja, hogy újítások nélkül a fogyasztói tej piacán is elképzelhetetlen a növekedés: a bővüléshez új terméket kell indítani, vagy legalább át kell csomagolni a régit.

Az innováció jövőbeli irányát még a fejlett országok tapasztalatai alapján sem könnyű előre látni, de a funkcionalitás szerepe valószínűleg fontos marad (biotej,

vitaminokkal és ásványi sókkal dúsított tej stb.). Esetleg a környezetbarát csomagolóanyagok alkalmazása kínálhat esélyeket – természetesen megfelelő fogyasztói kommunikáció mellett. Kihaszínlatlan lehetőség az is, hogy a tartós (UHT) tej egyre bővülő piacán ma még nincsenek különleges szegmensek. Igazi forradalmat pedig az jelenthetne, ha a tartós tej ízét is sikerülne a friss tejéhez hasonlóvá tenni, ahogyan az a meghosszabbított tartósságú tej esetében sikerült.

### *A különböző piaci szereplők versenystratégiái*

A piaci szereplők versenystratégiái részben a *motivációk miatt térnek el egymástól*. Ebből a szempontból különbségeket okoz a termék fontossága, a fogyasztói tejnek a cégek termékszerkezetében betöltött súlya.

Egyes cégek sajátos – például a *tulajdonosi szerkezetből* vagy a tulajdonszerzés *finanszírozásából* adódó – motivációi piaci viselkedésüket is befolyásolják.

Nyugat-Európában többnyire termelői tulajdonú szövetkezeti feldolgozók működnek, Magyarországon azonban kivételnek számít a fogyasztói tejben piacvezető Alföldi Tejet uraló termelői tulajdon és érdek. Ennek megfelelően a minél magasabb nyerstejár-kifizetés célja a cég piaci viselkedését is erősen befolyásolja. Néhány feldolgozó azért futtatta fel termelését, mert tulajdonosaik hiteltől vették meg a céget, és a nagy árbevételre azért van szükségük, mert az a hitel feltétele volt.

A piac sajátosságai és a magyar feldolgozók adottságai miatt a lehetséges versenystratégiák érvényesítése erősen korlátozott. A marketingtankönyvek által kínált három alapvető irány egyike sem kínál biztos receptet a sikerre: a költségvezető stratégia követéséhez hiányzik a megfelelő üzemméret (az Alföldi Tej és talán a Sole-MiZo kivételével), a megkülönböztető stratégia általában igen költséges (reklám), a szegmensstratégia akadálya pedig szegmensek (például a biotej) kis mérete, aminek oka a mérsékelt vásárlóerő.

A magyar tejipari vállalatok piaci stratégiájának fontos eleme a fogyasztói tej kategóriáján belül a *termékskála megválasztása*. Az adottságaiknak, lehetőségeiknek megfelelő cégstratégiát a hazai gyártók nagyrészt még keresik. A piacvezető Alföldi Tej igyekszik kihasználni a *méretgazdaságosság* kínálta előnyöket, és szinte minden üzletlánc számára gyárt saját márkát. Stratégiai együttműködése a Sparral nem mentes a gondoktól, mégis azt látszik igazolni, hogy a magyar termék is lehet egyszerre jó minőségű és elfogadható árú. A közepes nagyságú Naszálytej egyrészt a szegmensstratégiára épít (biotej, laktózmentes tej), másrészt éveken át sikeresen töltötte be a zacskós tej piacáról visszavonuló cégek, többek között a Friesland által szabadon hagyott űröket. A Fino-Food korábban csak kereskedelmi márkát gyártott, de a közelmúltban megkezdte termelői márkájának építését.

A magyar piac a multinacionális gyártók, de a magyar Sole-MiZo számára sem elég nagy, ezért más piacokon próbálnak terjeszkedni – részben azért is, hogy az éles

hazai verseny költségeit keresztfinanszírozás segítségével tudják viselni. Expansziós lehetőségeket a „puhább” piacok, a magyarnál is kevésbé versenyképes tejiparral rendelkező kelet-európai országok, főként Románia kínálnak.

### *Árak, árresek és jövedelmek*

A fogyasztói tej gyártásának *jövedelmezősége* az európai uniós csatlakozással együtt járó éles verseny következtében alaposan visszaesett: 2000 és 2004 között az árbevétel-arányos nyereség 6–9 százalék között alakult, a 2005. év 6,6 százalékos veszteséget hozott, azóta pedig a fajlagos nyereség 1–4 százalék között változik (Lásd a 3. táblázatot!).

### *3. táblázat*

#### **A fogyasztói tej\* gyártásának jövedelmezősége, 2000–2009** (Forint/liter)

Év	Önköltség	Árbevétel	Támogatás	Összes bevétel	Eredmény	Bevételarányos eredmény (százalék)
2000	86,6	88,3	4,5	92,8	6,2	6,7
2001	102,7	104,2	4,7	108,9	6,2	5,7
2002	107,4	112,6	5,2	117,8	10,4	8,8
2003	109,2	112,8	5,2	118,0	8,8	7,5
2004	103,6	110,0	4	114,0	10,4	9,1
2005	105,7	99,2		99,2	-6,5	-6,6
2006	99,6	103,5		103,5	3,9	3,8
2007	113,5	115,0		115,0	1,5	1,3
2008	129,9	134,9		134,9	5	3,7
2009	127,2	131,1		131,1	3,9	3,0

\*2,8 százalékos zsírtartalmú 1 literes tej.

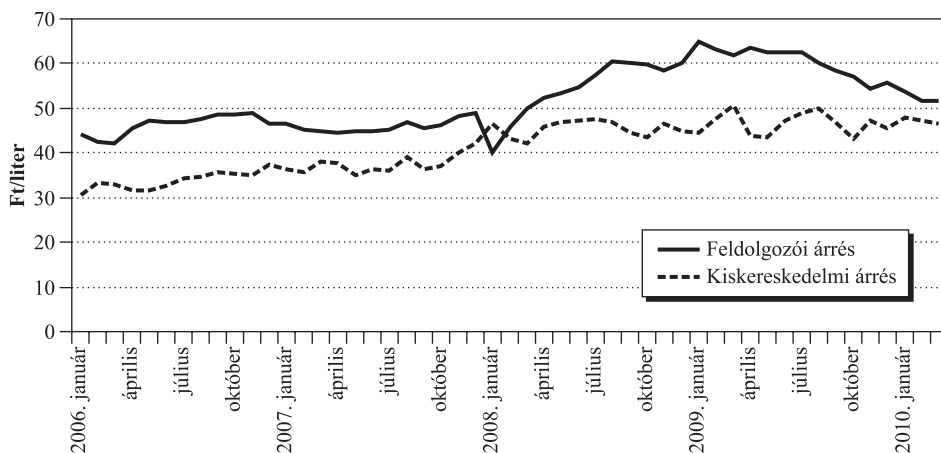
*Megjegyzés:* 2000 és 2004 között a tejfeldolgozók kapták a támogatást – azzal a feltétellel, hogy legalább a meghirdetett irányarat kifizetik a termelőknek. 2005-től a tejtermelők kapják az úgynevezett kvótatámogatást.

*Forrás:* AKI [2000–2009].

A gyártói márkák többsége valószínűleg nyereséges – szemben a gyártók számára veszteséges kereskedelmi márkákkal, amelyek viszont az általános költségek jelentős részét viselik. Az árreakciók nyomottak. 2006 januárja és 2010 márciusa között a feldolgozó árás literenként 44 forintról 52 forintra emelkedett – bár 2009-ben néhány hónapig a 60 forintot is meghaladta –, miközben a kiskereskedelmi árás szinte egyenletesen emelkedett a kezdeti 30 forintról 47 forintra. (Lásd az 1. ábrát!) Három és egynegyed év alatt a feldolgozó árás tehát 18 százalékkal, a kiskereskedelmi árás 57 százalékkal nőtt – míg a nyers tej termelői ára csak 5 százalékkal. A változások nagy nyertese tehát a kiskereskedelem volt, azon belül is nyilván elsősorban az üzletláncok.

1. ábra

**A fogyasztói tej feldolgozó és kiskereskedelmi árása,  
2006. január–2010. március**



A jövedelemosztzkodás során a jelek szerint a vertikum harmadik szegmensét alkotó tejtermelők jártak a legrosszabbul: részesedésük a fogyasztói tej kiskereskedelmi árából az elmúlt évtizedben csaknem folyamatosan csökkent, és 2009-ben már csak 36 százalékos volt (Lásd a 4. táblázatot.). A csökkenés nem írható a gazdasági válság számlájára. (2010-ben javult a termelők helyzete: részesedésük 42 százalékra emelkedett.)

A magyar tejtermelők pozíciója a feldolgozókkal és a kereskedőkkel szemben nemzetközi összehasonlításban is kedvezőtlen. A tartós tej forgalmi adó nélküli fogyasztói árából a magyar termelők mindössze 31 százalékkal részesednek, miközben a térség más országaiban ez az arány 34–57 százalékos. (Lásd az 5. táblázatot!)

**A tejtermelők részesedése a fogyasztói tej kiskereskedelmi árából, 2000–2009**  
(Forint/liter)

Év	Nyers tej felvásárlási ára	Fogyasztói tej kiskereskedelmi ára (áfával)	Fogyasztói tej kiskereskedelmi ára (áfa nélkül)	Termelői részesedés a kiskereskedelmi árból (százalék)
2000	63,0	115	102,7	61
2001	68,5	141	125,9	54
2002	72,2	155	138,4	52
2003	71,4	160	142,9	50
2004	62,9	159	138,3	46
2005	64,3	156	135,7	47
2006	63,8	168	144,0	44
2007	72,7	187	155,8	47
2008	82,5	219	182,5	45
2009	61,3	201	168,9	36

*Forrás:* A KSH Tájékoztatói adatbázisa alapján saját számítás.

**A tartós tej fázisárai néhány országban, 2009**  
(Százalék, forgalmi adó nélkül)

Ország	Termelői ár	Feldolgozói árrés	Kiskereskedelmi árrés	Összesen
Magyarország	31	31	38	100
Lengyelország	34	32	34	100
Szlovákia	43	26	31	100
Csehország	42	15	43	100
Németország	57	24	19	100

*Forrás:* AKI [2007–2010], 13. évf., 2. sz., 5. o. alapján.

A hazai feldolgozók részesedése a fogyasztói árból ezzel szemben magas, 31 százalékos – miközben Szlovákiában 26, Németországban 24, Csehországban pedig csupán 15 százalékos. Ez valószínűleg a magyar tejipar alacsony hatékonyságát és – legalábbis a termelőkkel szemben – viszonylag erős alkupozícióját jelzi.

Végül a kiskereskedelmi árrés szintén igen magas Magyarországon: 38 százalékos értékét csak a régióban csak a cseh mutató haladja meg. A rendkívül alacsony, mindössze 19 százalékos német kiskereskedelmi árrés a diszkontláncok éles versenyének lehet a következménye.

#### *A verseny működésének hiányosságai*

A tejszíni verseny a sok szereplő jelenléte ellenére korántsem működik tökéletesen. Az egyik legfontosabb probléma az, hogy a termelés–feldolgozás–kereskedelem *vertikumának eltérő koncentrációs szintjei* az ágazatban sajátosan hatnak az egyes szintek közötti áralakulásra és profitosztzkodásra, aminek legfőbb kárvalóttja a legkevésbé koncentrált termelési szint (GVH, 2009). A Gazdasági Versenyhivatal elemzése alátámasztja, hogy mind a tejfeldolgozás, mind a kiskereskedelem szerkezetét inkább oligopolisztikus vonások jellemzik, a termelés viszont szétaprózott. Az egyes vertikumszakaszok közötti ártranszmisszió aszimmetrikus és időben késleltetett.<sup>5</sup> A világszíni, illetve európai uniós árak először és legközvetlenebbül a feldolgozó árak alakulására hatnak, ezt követik a kiskereskedelmi árak, majd azokat a termelői árak változásai. A vizsgálat azt is megállapította azonban, hogy a tejtermékek magyarországi kiskereskedelmi piacán nem valószínűsíthető a gazdasági erőfölény megléte,<sup>6</sup> ezért a benyújtott panasz ellenére a felfaló árazás vizsgálatára nem is került sor.

A GVH-nak címzett bejelentés nem a versenytársak tisztességtelen piaci magatartásával, hanem sokkal inkább az erős versenynyomással hozható összefüggésbe. Az ilyen esetek azonban – domináns piaci helyzetek fennállásának hiányában – nem igényelnek versenyhatósági beavatkozást.

Bár jelentős az előrelépés, *transzparencia* tekintetében a magyar tejszíni piac ma is alaposan elmarad például a német piactól, ahol a hannoveri és a kempteni árutózsde vaj-, sajt- és tejszínyjegyzései, valamint az azokra épülő árelőrejelzések tájékoztatják a piaci szereplőket (Bundeskartellamt, 2009, 25. és 126. o.). Magyarországon az Agrárgazdasági Kutató Intézet információs szolgálata közöl ugyan árakat, azok alkalmazhatóságát azonban a termelők vitatják a feldolgozókkal folytatott ártárgyalásokon, a közölt árak szintjét keveslik, és felvetik reprezentativitásuk kérdését is.

Piacformáló tényező a *sűrűgazdaság*, noha annak kiterjedése a termékadottságok miatt nem éri el a szétaprózottabb és ezért kevésbé ellenőrizhető zöldség-gyümölcs, illetve hús- és baromfiszektorra jellemző szintet. Megjelenési formái közé tartozik a közvetlen termelői tejértékesítés, a kisboltok és a vendéglátók ellenőrizhetetlen beszerzései, valamint a legkisebb feldolgozók észrevétlenségéből adódó moz-

<sup>5</sup> Lásd erről Popovics–Tóth [2006] és Bakucs–Falkowski–Fertő [2009] tanulmányát is.

<sup>6</sup> A 2007. évi áruforgalmi adatok alapján a Tesco körülbelül 17 százalékos, az Auchan 6-7 százalékos, a Penny Market pedig 4-5 százalékos piaci részesedéssel rendelkezett a napi fogyasztási cikkek hazai kiskereskedelmi piacán és feltehetőleg hasonlóan a tejtermékpiacokon is.

gástér kihasználása. A kis boltokat ritkán ellenőrzik, ez „versenyhátrány” a nagy szereplők számára. Több gyártó említette a láncok beszerzéseinél tapasztalt korrupciót is.

A hazai tejtermelők és -feldolgozók a *gyenge importellenőrzésre* is panaszkodnak, ami a forráshiány miatt általánosságban igaz ugyan, de a fogyasztói tej esetében valószínűleg nincsen a versenyre ható komoly következménye: a tartós tej ipari termék, nagy cégek gyártják, amelyek aligha engedhetik meg maguknak a hamisítást (például a beltartalmi értékek csökkentését), és ilyen eset nem is adódott soha még az ellenőrzés során. (Az iparági szereplők említettek egy hazai termékhamisítási esetet, amelynél a vétkes céget versenytársai diszkréten figyelmeztették ugyan, de az ügyet nem hoztak nyilvánosságra, mert a botrány a fogyasztói bizalom lerombolásával az egész tejipar imázsának ártott volna; emellett a feljelentő a vétkes cég piaci retorziójától is tarthatott volna.)

A versenyfeltételek egyenlőségének, illetve a támogatások versenysemlegességének kérdését veti fel az agrárkormányzat 2005. évi lépése, amikor 4,2 milliárd forintot *államilag garantált kedvezményes kamatozású hitelt* nyújtott tejtermelőknek a csődbe ment Parmalat eszközeinek megvásárlásához. Az Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium deklarált célja ezzel a lépéssel a termelők tulajdonhoz juttatása és ezáltal piaci pozícióik javítása volt.

Más országokhoz hasonlóan Magyarországon is vitatott a tejimitátumok kérdése. A közhiedelemmel ellentétben a „reggeli ital” és társai is kizárólag tejből készülnek – igaz, az értékesebb fehérjék egy részét nem tartalmazzák. Értékesítési gondjainak magyarázatául a tejipar időről időre bűnbaknak kiáltja ki ezeket az olcsó termékeket, amelyeket elsősorban az alacsonyabb jövedelműek fogyasztanak. Az élelmiszerek forgalmi adójának felemelése 20 százalékról 25 százalékra 2009 júliusában kiterjedt ezekre a termékekre is, miközben a tejtermékek áfáját 18 százalékra csökkentették.<sup>7</sup> Ezzel nagy hátrányba hozták a „tejimitátumokat”, amelyek valójában szintén tejtermékek, még ha alacsonyabb beltartalmi értékűek is. Az ezzel kapcsolatos információs probléma természetesen létezik: a vásárlók döntő többsége nem olvassa el, vagy nem tudja értelmezni a termék címkéket.

Az *információs hiányosságok* szélesebb körben is érvényesülnek, olyannyira, hogy a versennyel kapcsolatos problémák nagy része ebbe a kategóriába sorolható.

A fogyasztókban *súlyos tévhit* élnek a tejjel kapcsolatban. Sokan azt gondolják, hogy a tartós tej tartósítószerrel és adalékanyagokat is tartalmaz, hogy az import termék nem tejből készül, hogy a tartós tejet tejporból és vízből keverik, hogy a fel-

<sup>7</sup> A kormányzat az általános áfaemelés mellett kommunikációs célból adócsökkentést is fel akart mutatni. Erre a célra a mindenki által fogyasztott alapvető élelmiszerek közül a pékáru mellett a tejtermékeket választotta ki – nem függetlenül az akkoriban kulmináló tejválságtól. Az áfacsökkenés azonban valamennyi tejterméket egységesen érintette, így a gyümölcsjoghurtokat és a tejdesszerteket is, amelyeket a legszegényebbek nemigen fogyasztanak. Az élelmiszerek körében az áfanövelés fogyasztással súlyozott értéke egyébként csaknem tízszerese volt a tejtermékekre és pékáruhoz való áfacsökkenés értékének, az utóbbi tehát nem volt több egyszerű PR-akciónál.



dolgozók a tejet vízzel hígítják, hogy a házi tej a legegészségesebb, hogy a pasztőrözéssel, illetve az ultrapasztőrözéssel a tejből jelentős mennyiségű értékes tápanyag távozik (Tetra Pak, 2010).

Az erős importverseny miatt az ágazatnak gondot okoznak a termékek nemzeti eredetével kapcsolatos zavarok is. A „magyar termék” fogalma nem egyértelmű. Mitől magyar egy termék: a gyártás helyétől, az alkalmazott munkaerőtől, a gyártáshoz felhasznált alapanyagtól vagy a gyártó cég tulajdonosának nemzeti hovatartozásától? A termék magyar eredetéről többféle címke is próbál tájékoztatni (Magyar Termék, Kiváló Magyar Termék stb.), ezek sokasága azonban tovább kuszálja a képet. A termékcímkékkel kapcsolatban viszont gyakran még az érdeklődő vásárló is tanácstalan, mert sokszor csak azt olvashatja rajtuk, hogy származási hely: EU.

A fogyasztói, táplálkozástudományi és piaci ismeretek terjesztése közfeladat lenne. A fogyasztók véleményét és ezzel együtt a tej piacának jövőjét *a média döntő mértékben befolyásolja* – esetenként pozitív, máskor kedvezőtlen irányban. Az egyes cégeknek erre lényegesen kisebb hatásuk van, de nem is törekednek nagyobb befolyásra. Közös marketingakciókban pedig jelentős állami támogatás nélkül nem vesznek részt.

Végül, de nem utolsósorban versenytorzító tényező *a politikai beavatkozás és a lobbizás*. A tejágazat a világon szinte mindenhol alaposan átpolitizált szektor, mivel a mezőgazdasági jövedelmek jelentős része innen származik, miközben a többnyire szétforgácsolt termelői szektor hátrányos alkupozícióban van a feldolgozókkal és az oligopolisztikusan szervezett kiskereskedelemmel szemben. Az üzletláncok a termelői szervezetek erős nyomására panaszkodnak, amelyek tárgyalásokra invitálják a kereskedőket, ahol az import csökkentésére, illetve beszerzési árak emelésére kívánják rábírní őket. Az agrárminisztérium ilyenkor csak közvetítő, de álláspontja nyilvánvalóan a termelőkéhez áll közel. Az agrárminiszter már hivatalba lépése után, 2005-ben jelentős problémának nevezte, hogy elárastotta az országot az alacsony minőségű és olcsó feldolgozott élelmiszer. „Nem leszünk Európa élelmiszer-termelésének szeméttlerakó helye” (Gráf, 2005). A kereskedők szerint a vitát a közvélemény félretájékoztatása és demagógia is kíséri. A láncok úgy vélik, hogy egyes termelők különösen agresszíven lépnek fel, amikor például tejjel kevert tehéntrágyát ömlesztzenek az üzletláncok parkolóiba. Ezeket az eszközöket és a politikai beavatkozásokat a következő fejezet tárgyalja részletesen.

## Válságok sorozata

A magyar tejpiacot a gazdasági válság 2008 végén sajátos módon érintette, mert hatásait más, korábban kialakult krízisekkel együtt fejtette ki: már évek óta tartott az egész tejágazat, azaz a termelés és a feldolgozás permanens válsága, és hatott már a nemzetközi tejpiaci válság is.

A magyar tejgazdaság évek óta folyamatosan válságban van: az elmúlt évtizedben 18 százalékkal csökkent a tejtermelés, a nemzeti kvóta kihasználásának 74 százalékos aránya pedig az egyik legalacsonyabb az Európai Unióban (Szabó, 2009). A szarvasmarhatartó gazdaságok száma elsősorban a kistermelők kilépése miatt 52 ezerről 20 ezerre esett (KSH, 2008). Az ország már nem önellátó tejtermékekből, 2001 és 2009 között 181 millió euróval (+79,3 millióról –101,4 millióra) romlott a tejtermék-külkereskedelem mérlege. Ennek szerkezete is kedvezőtlenül alakul: a kivitel nagy része nyers tej, a behozatal viszont zömében magas hozzáadott értékű sajt és egyéb tejtermék. Néhány árucikk esetében az import piaci részesedése kritikus szintet ért el: a sajtok közel fele, a tejnek pedig – ha eltekintünk a kimért tejtől – a negyede külföldről származik (Szabó, 2010). Az ezredforduló óta a hazai tejipar termelése egynegyedével, belföldi eladásai ennél is erősebben estek vissza (KSH Tájékoztatói Adatbázis). A tejipar nyereségének trendje lefelé mutat: 2000–2003 átlagában még évi 2,9 milliárd forint volt, 2005–2008 átlagában viszont már negatív: –1 milliárd (AKI, 2009).

A hanyatlás 2002–2003-ban megindult, de *a csatlakozás éve valódi sokkot hozott*: zuhant a tejtermelés, a felvásárlás, az exporttöbblet, az önellátási szint, és akkor ugrott meg az import. (Lásd az *1. táblázatot!*) A 2008/2009-es uniós tejválság így egy évek óta zsugorodó, súlyos strukturális problémákkal küszködő magyar tejiparhoz vezetett el.

A hazai *tejtermelés versenyképessége mérsékelte*. A tehenészetek többsége európai összehasonlításban is drágán termel, miközben az EU átlagos költség szintje is magas a világ vezető és felfutó exportőreihez, Új-Zélandhoz vagy Argentínához viszonyítva. A magas hazai költség szint csak részben magyarázható a gazdaságos tejtermelés számára nem ideális földrajzi és éghajlati körülményekkel. Az európai összehasonlításban nagy átlagos üzemméret előnyeit a gyakorlatban nem sikerül érvényesíteni.<sup>8</sup> A lemaradás okait az üzemi menedzsment, a takarmánygazdálkodás és a szaporodásbiológia gyengeségeiben, a magas általános- és energiaköltségekben, képzettségi hiányosságokban és a befektetői mentalitás korlátozottságában kell keresni (Szabó, 2009).

A magyar *tejipar* is súlyos versenyképességi elmaradásokat mutat: a multinacionális cégek néhány termékétől eltekintve nincsenek márkacikkei, nem rendelkezik a fogyasztók által keresett hagyományos és tájjellegű termékekkel, nemzetközi összehasonlításban kicsik a tejüzemek, így nem érvényesíthető a méretgazdaságosság, alacsony a kapacitáskihasználás, a nemzetközi élvonalhoz képest lemaradt az üzemi

<sup>8</sup> A kisgazdaságok száma ma is nagy, de termelési részesedésük jelentéktelen. Az utóbbi években a 3-4 tehenes gazdák közül tízezrek hagytak fel a termeléssel, másokat a kis tejmennyiség miatt a feldolgozók zártak ki a felvásárlásból. Ők közvetlen értékesítéssel próbálkozhatnak.

folyamatok automatizálása, gyenge az energiahatékonyság, magas az anyagfelhasználás (Szabó, 2009).

A magyar tejipar válságának egyik *tünete a külföldi tőke menekülése*: aránya az összes tejipari jegyzett tőkében 2000-ben még 80,1 százalékos volt, 2007-ben viszont már csak 56,4 százalékos (AKI, 2008). 2001 és 2008 között a külföldi többségi tulajdonú cégek részesedése a tejipar teljes árbevételéből 70,2 százalékról 44 százalékra zuhant. A kivonulás okai között döntő szerepet játszhattak a gyenge piaci kilátások és a kedvezőtlen vállalkozási környezet. Évtizedes távlatból tekintve ma már valószínűsíthető: a kilencvenes évek nagy tőkebeáramlásának egyik fő oka az volt, hogy a magas vámokkal védett magyar piacra gyakorlatilag csak helyi gyártással lehetett bejutni. Az európai uniós csatlakozással ez a helyzet megváltozott. A multinacionális cégek más, kedvezőbb környezetet kínáló és jobb piaci kilátásokkal kecsegtető országokba helyezik át a termelést, illetve annak súlypontját, a magyar piacot pedig egyre inkább külföldről látják el. Az, hogy a méretgazdaságosság kihasználására törekvő világcégek egyes országokban, illetve ottani üzemekben felfuttatják, más helyeken pedig csökkentik a termelést, természetes – az viszont aligha véletlen, hogy ennek a folyamatnak a magyar élelmiszeripar folyamatosan csak vesztese.

A tejágazati válság kialakulásában *döntő szerepet játszott a csatlakozás előtti években az agrárkormányzat által folytatott hibás, veszteségtérítő támogatáspolitikája és protekcionista piacvédelem*, amely mellett sem a termelők, sem a feldolgozók nem kényszerültek a hatékonyság javítására. Az állam a belépés pillanatáig fenntartotta a „fájdalomcsillapítóként” alkalmazott magas exporttámogatást, a nyers tej úgynevezett minőségi ártámogatását, de a vámokat is, és ezzel a csatlakozási sokkot nem enyhítette, hanem éppen ellenkezőleg, fokozta.

A csatlakozásig közvetlenül a feldolgozóknak, de ténylegesen rajtuk keresztül a termelőknek adott „minőségi támogatás” egyes években elérte a tejár nyolc százalékát, és közvetlenül áremelő hatása volt, mert csak abban az esetben utalták át a feldolgozóknak, ha azok legalább a kormányzat által megállapított, évről évre emelkedő irányárat kifizették a termelőnek. Így azután a nyers tej magyarországi ára 2003-ban már meghaladta az osztrák és a német ár szintjét, holott 6-7 évvel korábban még csupán kétharmada volt azoknak.

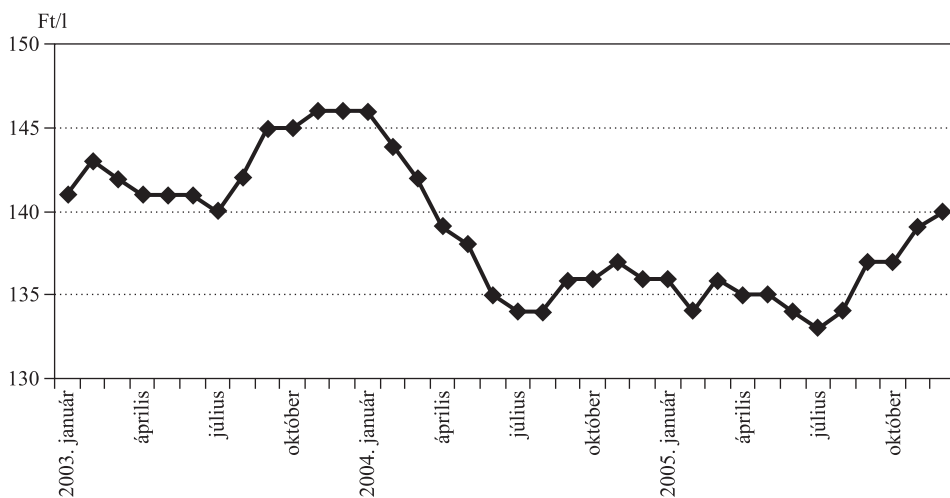
A támogatás mértéke *nemzetközi összehasonlításban is kiemelkedő* volt, jelentősen meghaladta az Európai Unió régi tagországainak közismerten magas szubvencióit is. A termelői támogatások szintjét kifejező termeléstámogatási egyenértékes (PSE) mutatójának értéke 2002-ben Magyarországon a tej esetében 57 százalékos volt, míg az EU-15 átlaga 45, Lengyelorszáé pedig 33 százalék (OECD, 2005).

2001 és 2003 között a tejtermelés negyede (feldolgozott formában) exportra került, amit azonban csak az exporttámogatás és az úgynevezett ágazati tejkassza<sup>9</sup> tett nyereséggé. A csatlakozás előtt ezeket a támogatásokat meg kellett szüntetni, a korábbi felduzzasztott export alapanyagtömege pedig feleslegként jelentkezett a piacon, és lenyomta a tej felvásárlási árát, amely 2003 végén 72 forintról 62 forintra esett (KSH Tájékoztatási adatbázis).

A csatlakozás előtt követett támogatáspolitikát helyett a kormányzatnak az Európai Unióban már nem adható támogatásokat előre rögzített menetrend szerint fokozatosan le kellett volna építenie – természetesen az ágazati szereplők megfelelő tájékoztatása és felkészítése mellett. Az elkövetett hibák következtében ugyanis a csatlakozással járó elkerülhetetlen strukturális alkalmazkodás csak a belépés után kezdődött el, holott évekkel korábban meg kellett volna indulnia. Így nagy számban maradtak a termelésben olyan tehéntartók – főként kistermelők –, akik potenciálisan nem versenyképesek.

2. ábra

A tej fogyasztói ára (áfa nélkül), 2003. január–2005. december



<sup>9</sup> A Tej Terméktanács által kezelt ágazati tejkasszát a termelők és a feldolgozók eredetileg azonos nagyságú befizetéseiből hozták létre a kilencvenes évek végén. Lényegében a WTO által tiltott, burkolt exporttámogatást nyújtottak belőle a költségvetésből adott exporttámogatás kiegészítéseként. A deklarált cél a tejtermelés felfuttatása volt annak érdekében, hogy a statisztikai bázis növelésével az európai uniós csatlakozás után érvényes tejkvótát minél magasabb szinten állapítsák meg a belépési tárgyalásokon. Az eleve bizonytalan kimenetelű akció kudarcot vallott: Magyarország az igényelt 2,8 millió tonnás kvóta helyett csak 2 milliót kapott. Ezt sem sikerült azonban soha kihasználni, a 2009/2010 kvótaévben a magyar tejértékesítés 26 százalékkal marad el a nemzeti keret adta lehetőségektől. Az eredetileg követelt kvóta kihasználása pedig alig haladná meg az 50 százalékot.

A fogyasztói tej esetében a hibás támogatás- és kereskedelempolitika *kulcseleme a magas importvám* volt: a magyar piacot 2000 és 2004 között, egészen a csatlakozás pillanatáig rendkívül magas, 51 százalékos vám védte. Ennek megszűntével 2004 májusában a behozatal azonnal a négyszeresére ugrott, és a későbbiekben is dinamikusabban növekedett.

Az importverseny közvetlenül hatott az áralakulásra: egy liter tej fogyasztói ára 2004 januárjában forgalmi adó nélkül 146 forint volt, de már a csatlakozás előtt esésnek indult. Júliusra elérte a 134 forintos szintet, ahonnan több mint egy év után kezdett csak újra emelkedni (Lásd a 2. ábrát!).

### *A 2008–2009. évi teji válság és annak kezelése az Európai Unióban*

A nemzetközi agrárpiacokat általában erős áringadozás jellemzi. Ennek egyik fő oka az, hogy a nemzetközi forgalomba kerülő árumennyiség a teljes világtermelésnek csak töredéke, a tej esetében – természetesen feldolgozott formában – mindössze hat százaléka (*Jongeneel és szerzőtársai, 2010*), ezért már kis kínálatváltozás is jelentős világpiaci egyensúlytalanságot okozhat. 2007 és 2009 között a nemzetközi tejtermékek árai a szokottnál is nagyobb kilengéseket mutattak: 2007 az árrobbanás éve volt, majd 2008-ban zuhanni kezdtek az árak, és egészen 2009 derekáig estek, amikor ismét elindultak felfelé.

Az árrobbanáshoz az vezetett, hogy az ázsiai kereslet már évek óta tartósan és gyors ütemben növekedett, a kínálat pedig az ausztráliai és új-zélandi aszály miatt csökkent. Hasonló hatású volt az amerikai kukorica egyre nagyobb mértékű bioetanol-célú felhasználása, mert emelte a takarmányárakat. A készletek kiapadtak, a tejtermékek árai az egekbe szöktek, és hamarosan követte azokat a nyers tej ára is.

A megváltozott piaci helyzetben, 2007 júliusában az Európai Unió felfüggesztette az exporttámogatás alkalmazását, a nemzeti kvótákat pedig a 2008/2009-es kvótaévtől kezdődően két százalékkal megemelte.

A második fordulat 2008-ban következett: a tejtermékek és a nyers tej magas áraitól világszerte ösztönzést kapott a termelés, a nagy exportőr Új-Zéland termelési szintje visszaállt, a keresletet viszont visszafogta Kínában a melaminbotrány, általában pedig a gazdasági válság (*Jongeneel és szerzőtársai, 2010*).

Ezért 2009 januárjától ismét kapott támogatást az európai uniós export, és újra bevezették a vaj magántárolásának támogatását. 2009-ben hónapokig az intervenciósi ár szintje határozta meg a tej termelői árát, amire az intervenciósi árak csökkentése óta nem volt példa. A sovány tejporkészleteinek nagysága 2009 őszén elérte az éves termelés 26 százalékát. (A vaj- és tejporkészletek nagysága az európai uniós éves nyerstej-termelés két százaléka lett.) E nagy mennyiség piacra juttatása a következő években gondos időzítést igényel, de még úgy is elkerülhetetlenül csökkenteni fogja az árakat, lassítja a kilábalást (ZMP, 2009, 53. o.).

A tejtermelők tiltakozásának hatására 2009 tavaszán Franciaország, Németország, Ausztria és más tagországok intézkedéseket sürgettek. A mezőgazdasági főbiztos, Mariann Fischer-Boel hangsúlyozta, hogy az árak nem a kvótaemelés miatt estek, ezért az erre vonatkozó döntést nem vonják vissza. Döntöttek viszont arról, hogy a vajra és a sovány tejporra vonatkozó intervenciót folytatják az eredeti határnap, valamint a korábban megállapított mennyiségi korlát elérése után is. Meghosszabbították a vaj magántárolásának támogatási periódusát is. A Bizottság előrehozta az éves támogatások kifizetését, ellenezte viszont, hogy újból bevezessék a sovány tejpór állati takarmányként való felhasználásának támogatását, mert a megbízatásának végén járó főbiztos hű akart maradni az általa végig képviselt, fokozatos liberalizációt követő vonalhoz.

A korábban eldöntött kvótaemelés felfüggesztését követelő tejtermelők nyomásának az Európai Bizottság keményen ellenállt, de 2009 októberében – hangsúlyozva, hogy a közösségi kasszában több forrás már nincsen – döntés született a tejtermelők likviditási gondjainak kezelésére egy 280 millió eurós tejalap felállításával. Ez az összeg azonban egy liter tejre vetítve alig fél forintot jelent. A 2009. évi, tejjel kapcsolatos rendkívüli intézkedések összköltsége mintegy 600 millió euró volt, az éves uniós agrárköltségvetés valamivel több, mint egy százaléka (Bizottság közleménye, 2009, 7. o.). Ennél lényegesen nagyobb lehetőséget kaptak a tagországok támogatások nyújtására egyrészt az úgynevezett nemzeti borítékokból, másrészt az *európai gazdaságélénkítő csomag* összesen 4,2 milliárd eurós forrásaiból.

Végül a harmadik piaci fordulat 2009 nyarán következett: újabb áremelkedés – ha nem is olyan árboom, mint két évvel korábban. A világpiaci árak kedvező alakulása miatt az év novemberében az Európai Bizottság újra nullára csökkentette az exporttámogatás mértékét.

A tejszíni válság éveiben újra bebizonyosodott, hogy a döntési mechanizmus sajátosságaiból adódóan rendkívüli helyzetekben az európai uniós döntések reakcióideje túlságosan hosszú: a „vészintézkedések” meghozatalához a problémák észlelése után hónapokra volt szükség, és addigra a piaci helyzet ismét megfordult. A késedelem különösen azokat a piaci szereplőket sújtotta, akik nem rendelkeznek megfelelő pénzügyi tartalékokkal – ahogy az új tagországok termelőinek legtöbbször.

#### *A 2008–2009. évi tejszíni válság Magyarországon*

Az élelmiszeripart a recesszió általában kevésbé érintette, mint a konjunktúra-érzékeny ágazatokat: a háztartások fogyasztása ezen a területen nem halasztható, a vásárlásokat a folyó jövedelemből finanszírozzák.

A fogyasztói tej piacán a krízis sajátosan jelentkezett. Egyrészt, mint láttuk, a magyar tejipar legalább egy évtizede folyamatos válságban van. Másrészt viszont amikor a globális gazdasági válság kibontakozott, az ágazat már alaposan benne

volt a tejpiaci válságban, amely a 2007. évi árrobbanással kezdődött, majd 2009 derekáig drasztikus áreséssel folytatódott.

Paradox módon 2009-ben a *fogyasztói tej* magyarországi *eladásai* azért *nem estek vissza*, mert a vásárlóerő csökkent ugyan, a termék árai azonban lényegesen alacsonyabbak voltak, mint 2008-ban. (Lásd az *1. táblázatot!*) Márpedig, mint tudjuk, a fogyasztói tej kereslete természeténél fogva inkább árrugalmas, mint jövedelemrugalmas.

A fogyasztói tej *kiskereskedelmi ára* 2007 augusztusában a 180 forint körüli szintről nőni kezdett, és 2008 januárjában elérte a 220 forintot. Augusztusig ezen a szinten maradt, majd több mint egy évig folyamatosan csökkent, és 2009 októberében már csak 192 forint volt. Ekkor újra emelkedni kezdett.

Az európai piacba integrálódott magyar nyerstej-piacon az árak az európai uniós trendet követték. A nyers tej termelői ára addigi stabil, 67 forintos szintjéről 2007 júliusában kezdett meredeken emelkedni. 2008 januárjában már csaknem 97 forintnál járt, ezután viszont zuhanni kezdett. 2008 derekán 77 forinton megállapodni látszott, majd folytatódott a lejtmenet egészen 56 forintig (2009. július). Ilyen keveset több mint tíz éve nem kaptak tejükért a termelők. 2009 szeptemberétől újra felfelé vezetett az út, és az év végén csaknem visszaállt az árboom előtti árszint (66 forint).

*A termelő-feldolgozó kapcsolatokat a tejpiaci válság szétzilálta.* A nyers tej másfészeresére ugrott árának hatására a termelők – az általában tízszereskedelmi kötbért is vállalva inkább – kiléptek a szerződéses felvásárlási kapcsolatokból, és terméket inkább a jobban fizető piacokra, például olasz exportra adták el. A korábban rendszerint egy évre kötött felvásárlási szerződések helyébe bármikor felbontható megállapodások léptek. A hagyományosan fél évre rögzített felvásárlási árat bármikor újratárgyalható ár váltotta fel. Az alapanyagot a feldolgozók korábban hosszú távú keretszerződésekkel és éves szerződésekkel is biztosították maguk számára, 2008-tól viszont jelentős részesedést szerzett az azonnali (spot) piac. A korábbi kapcsolatok felrúgásában szerepet játszott a „magyar mentalitás”, a rövid távú érdekek hajszolása, a közgazdasági értelemben vett opportunista magatartás is.

A nyers tej árának az árboom előtti szint alá csökkenésével 2008 végén a dolgok helyreálltak, a kapcsolatok vissza- vagy inkább újraprendeződtek. Ma már ismét a szerződéses felvásárlás az uralkodó, az azonnali piaci értékesítés és beszerzés viszszaeszeszorult.

Az éleződő versenyhelyzetben, a csökkenő mezőgazdasági termelői árak mellett 2008/2009 fordulóján néhány év után újra napirendre került az *élelmiszer-termékpálya kódexének* az ügye, hogy szabályozzák az élelmiszer-kiskereskedelem és beszállítóik, valamint a mezőgazdasági termelők és az élelmiszer-feldolgozók kapcsolatát. A hazai mezőgazdasági termelők és feldolgozók által kezdeményezett *önkéntes etikai kódex* elsősorban az üzletláncok túlzott hatalma és az import növekedése ellen irányult. A Gazdasági Versenyhivatal azonban 2009 májusában eljárást indított a kódexet aláíró szakmai szervezetek ellen a versenykorlátozó megállapo-



dások tilalmának feltételezett megsértése miatt, mivel a dokumentum egyes pontjai eltérően kezelik a belföldi, illetve a más európai uniós tagállamokból származó termékeket. A külföldiek értékesítési lehetőségeit korlátozta volna az az előírás, hogy a polcfelület legalább 80 százalékára hazai áru kerüljön, megerősítve ezzel a piacok nemzeti alapon történő feldarabolását. Ezeket a versenykorlátozó megállapodásokat nem engedi meg sem az európai, sem a magyar versenyjog (Vitéz, 2009). A kódex nem lépett érvénybe, mert azt a kereskedők képviselői a Gazdasági Versenyhivatal eljárására hivatkozva nem írták alá.

Az akadályok láttán 2009 júliusában valamennyi parlamenti párt egyetértésével benyújtották a beszállítók védelmét szolgáló törvényjavaslatot (másképpen élelmiszer-termékpálya törvényt), amelyben azonban a tarthatatlan 80–20 százalékos szabály már nem szerepelt. A politikai elit teljes egyetértésével megszavazott törvényt azonban a köztársasági elnök a szöveg ellentmondásaira és jogi pongyolásokra hivatkozva visszaküldte (Batka, 2009). A módosított tervezetet az Országgyűlés októberben elfogadta, abban azonban már a beszállítók által a láncoknak forgalomarányosan fizetendő úgynevezett másodlagos visszatérítés háromszázalékos felső határa sem szerepelt (Szirmai, 2009). A láncok megregulázásából végül lényegében mindössze annyi maradt, hogy azok kötelesek nyilvánosságra hozni a másodlagos visszatérítéseket is szabályozó üzletpolitikai szabályzatukat.

A 2010 januárjában életbe lépett törvény értelmezését sok vita kíséri, és a jogszabály érdemi hatást nem gyakorolt – mert nem is gyakorolhatott – a beszállítói kapcsolatokra. Az etikai kódex és a termékpályatörvény a kormányzat, a politikai pártok és a szakmai szövetségek részéről pótcselekvésnek minősíthető, amelynek sikerében talán maguk sem bíztak, hiszen a tervezet egyes pontjai a magyar és az európai uniós törvényekkel egyaránt szemben állnak. A próbálkozás azonban lehetőséget adott a politikai és érdekvédelmi szervezeteknek a nyilvánosság előtt annak igazolására, hogy ők mindent megtettek, amit lehetett.

A politika azonban más területeken sem maradhatott tétlen. A válság a *tejtermelőket sújtotta a legkeményebben* – vagy legalábbis ebben a körben volt a leghangosabb az elégedetlenség, amely 2009-ben petíciókban, demonstrációkban is nyilvánult.

A tejjgazdaság súlyos helyzetét érzékelve a magyar agrárkormányzat az Európai Unió által felkínált lehetőségeket maximálisan igyekezett kihasználni, és a nemzeti hatáskörben odaítélhető szabad források nagy részét a tejágazatra koncentrált. Ezekkel az intézkedésekkel literenként 15-16 forinttal tudta emelni a tehenészetek bevételeit, de a pénz csak 2010 végén, illetve 2011 elején jutott el a termelőkhez. Ez az összeg a 8,30 forintos kvótatámogatással, a 2009 elején adott nemzeti támogatással (1,50 forint/liter) és az új alap fél forintjával már jóval a 75-80 forintos önköltség szintje fölé emelte a termelői bevételeket. Tovább javította a termelők helyzetét a nyers tej felvásárlási árának 2009 nyarán megindult növekedése. A magyar „átlagtermelő” azonban 2008 közepétől 2010 derekáig veszteségesen gazdálkodott.

Emiatt sokan felhagytak a termeléssel, vagy teheneik egy részét vágóhídra küldték, üszőiket eladták.

Az elégedetlenségnek még a jobbára nagyüzemeket tömörítő és a 2002–2010 közötti agrárkormányzathoz általában lojális Mezőgazdasági Szövetkezők és Termelők Országos Szövetsége is hangot adott.

2009 első félévében a tej felvásárlási ára tovább zuhant, és nyáron már alig haladta meg a 11 évvel korábbi 55 forintos szintet, miközben az átlagos önköltség a termelői szervezetek véleménye szerint 75–80 forint körül alakult. Júniusban a termelők demonstrációt szerveztek az FVM és az Európai Bizottság budapesti képviselője elé.

A demonstrációs bizottság – amelyben helyet kapott a Mezőgazdasági Szövetkezők és Termelők Országos Szövetsége, a Magyar Állattenyésztők Szövetsége, a kis- és közepes gazdaságokat képviselő Magyar Gazdakörök és Gazdaszövetkezetek Szövetsége és a tejtermelőket, -feldolgozókat és kereskedőket egyesítő Tej Terméktanács – az európai uniós döntéseket okolta az elhibázott kvótaemelésért és a túlfeszített környezetvédelmi beruházásokért. Azonnali intézkedéseket követeltek a válság feloldására, többek között a követeléseket: az országvkóták befagyasztása, a kvótaalapú támogatás 50 százalékos emelése (ez a termelőnek körülbelül 4-4,5 forint/kilogramm többletbevételt eredményezett volna), az exporttámogatás 50 százalékos emelése, a vaj és sovány tejjor intervenciós árának legalább 50 százalékos emelése, valamint az intervencióban felvásárolható mennyiség növelése, a régi és az új tagországok támogatásának kiegyenlítése, a sovány tej és tejjor takarmányozási célú felhasználásának támogatása, a kvótaalapú támogatás éves kifizetésének előrehozása.

A követelések – az utolsó kivételével – élesen ellentétesek a 2003. évi luxemburgi tejjpiaci reform, illetve a 2008-ban állapotfelmérés keretében végzett közös agrárpolitika felülvizsgálata során hozott döntésekkel, de részben a WTO-kötelezettségekkel is. A javasolt támogatásnövelés rendkívüli mértékű volt, arra az elfogadott európai uniós költségvetésnek nem voltak forrásai. Bár igényeik kielégítésében reálisan még a legelszántabb termelők sem bízhattak, az ágazati minisztérium mégis magáévá tette azokat, és továbbította Brüsszelbe. Közülük a későbbiekben egyedül a támogatások kifizetésének előrehozása valósult meg, illetve az adott európai uniós költségvetés keretein belül néhány új támogatási konstrukciót hoztak létre a válság kezelésére (lásd az előző alfejezetet). Magyarország végül gyakorlatilag egyedül maradt a valóságtól elrugaszkodott, radikális követeléseivel. A többi tagországot a válság valamivel kevésbé érintette, mert Nyugat-Európában – Németország kivételével – a nyers tej ára a magyarországinál átlagosan tíz forinttal magasabb, tükrözve, hogy ott versenyképesebb a tejjár. Emellett a régi tagországok termelői lényegesen nagyobb tartalékokkal rendelkeznek, mint a magyarországiak.

A termelői szervezetek a nemzeti intézkedéseket megkésettnek és elégtelennek ítélték, és további követelésekkel álltak elő. A termelők további demonstrációkat helyeztek kilátásba az áruházláncok előtt, ha azok nem változtatnak piacromboló tevékenységükön, illetve a Földművelési és Vidékfejlesztési Minisztérium előtt, ha nem történnek érdemi nemzeti intézkedések.

Időközben, miután elérte a mélypontot, augusztustól gyors emelkedésnek indult a tej felvásárlási ára, és 2009 novemberében már 8 forinttal haladta meg a júliusi szintet (64,50, illetve 56,40 forint/kilogramm). Így az időközben meghirdetett európai uniós támogatásokkal a tejtermelés már jelentős jövedelmet realizálhatott – igaz, csak visszamenőleg, miután a termelőknek két év veszteségét kellett finanszírozniuk.

Az áremelkedés ellenére a termelők 2009 novemberében ismét tüntettek.<sup>10</sup> A követelések lényegében megegyeztek a júniusiakkal. Az FVM bűnlajstroma a tiltakozók szerint azzal bővült, hogy a minisztérium megtévesztő kommunikációja egybevéve közel három év várható kifizetéseit, ezzel hiú reményeket keltett a termelőkben és árletető hatást fejtett ki a felvásárlókkal folytatott tárgyalásokon. A felvásárlási árak további emelkedésével a tiltakozások elveszítették hivatkozási alapjukat, a kedélyek 2009 végére megnyugodtak.

A tejtermelőkhöz hasonlóan a tejfeldolgozók számára sem a gazdasági válság hatásai jelentették a legnagyobb gondot 2008–2009-ben, azok inkább csak nehezítették a kilábalást a két másik válságból.

Az interjúkból és a piackutató cégek felméréseiből nyilvánvaló, hogy a válságban a csökkenő jövedelmek mellett a kereslet az olcsóbb, nagyrészt a kereskedelmi márkás termékek irányába tolódott el, míg a magasabb hozzáadottérték-tartalmú, drágább élelmiszerek vásárlásai csökkennek – néhány kivétellel, mint a gyümölcsjoghurt. Az alapvető élelmiszerek, köztük a fogyasztói tej értékesítése kevésbé esett vissza.

Az élelmiszer-kereskedelem szereplői közül a válság idején alacsony árak segítségével mindenekelőtt *a diszkontláncok tudták növelni piaci részesedésüket*. Az eredetileg a magasabb vásárlóerejű fogyasztókra építő szupermarketek válságra pedig az, hogy egyidejűleg több árszegmensben is igyekeznek jelen lenni azért, hogy kiszélesítsék vevőköriüket. A láncról kialakult arculat „lefokozását” árszint szerinti termékcsaládok kialakításával igyekeznek elkerülni.

A válság 2010-ben még távolról sem ért véget, és a pesszimistább feldolgozók még 2011-re sem várnak javulást. A következő években várhatóan erősödik a gyártók kiszorító versenye, csődökre lehet számítani, és tovább nő a koncentráció. Felértékelődik a vállalati stratégia szerepe, a stratégiai termékek, piacok, értékesítési csatornák helyes megválasztása. Az átgondolt célok nélkül a cégek különösen fenyegetettek. Összességében a hazai termelők és gyártók kilátásai gyengék.

*Az élelmiszer-kiskereskedelemben* a vásárlók olcsóbb márkák felé fordulása a közeli jövőben a hipermarketek és különösen a diszkontok további előrenyomulását és ezáltal a hagyományos kis- és nagykereskedelem pozícióinak romlását vetíti előre. Középtávon itt is újabb lendületet vehet a koncentráció. Különösen fenyegetettek a független kisboltok, de a ma még jelentős súlyú magyar üzletláncok is részese-

<sup>10</sup> Két hipermarket parkolójába import tejjel kevert tehéntrágyát öntöttek, a minisztérium kapuja elé pedig levágott véres marhafejeket helyeztek el.

dést veszíthetnek azokon a piacokon, ahol a külföldi láncokkal közvetlen versenyben állnak. Ám az utóbbiak körében is lehet átrendeződés: néhány dinamikus cég tovább növekedhet, míg a kevésbé sikeresek, illetve a minimális hatékony hálózatméretet, illetve árbevételt el nem érők kiléphetnek a piacról, vagy felvásárlási célpontokká válhatnak.

### **Kilátások és következtetések**

A nemzetközi tejtermékpiacokon 2007 és 2009 között a korábbiaknál jóval erősebben ingadoztak az árak. Számos ok miatt erre a jövőben is számítani lehet, ezért aligha kerülhető el az uniós piacsabályozás megújítása és a piaci szereplők számára új kockázatkezelési mechanizmusok kidolgozása.

A gazdasági válság a nemzetközi piacokon és az Európai Unióban kétségtelenül lassította a 2008–2009-es tejjpiaci válságból való kilábalást, ennek ellenére az 2009-ben megindult és fokozatos, lassú keresletnövekedésre lehet számítani. Középtávon kifejezetten kedvezőek a piaci kilátások (*Jongeneel és szerzőtársai, 2010*), de csak a magas hozzáadottérték-tartalmú termékek számára (például sajtkülönlegességek, desszertkészítmények). A magyar tejipar ezekben a termékkategóriákban különösen gyenge, ezért perspektívái kedvezőtlenek.

Miként az elmúlt években – 2009 kivételével – az EU-15 tejiparának termelése növekszik, az új tagországoké csökken, és a régi tagországok többlettermelése az új tagországokban talál piacot (*Londero, 2010*).

A magyar tejgazdaság számára a következő évek számos veszélyt, kockázatot tartogatnak. A 2008–2009-től több évre elosztva összesen hétszázalékos kvótamelés növeli a versenyképesebb tagországok termelési lehetőségeit a gyengébbek, köztük Magyarország rovására. 2015-ben a kvóta megszűnik, ettől fogva különösen nagyarányú termelésátrendeződésre lehet számítani: a tejtermelés az Európai Unió legkedvezőbb adottságú és legversenyképesebb termelői és feldolgozóinak struktúrával rendelkező területeire összpontosul. Ennek a folyamatnak Magyarország minden bizonnyal a vesztesei közé kerül majd. Még súlyosabb fenyegetés, hogy a WTO-tárgyalások során az Európai Unió előbb-utóbb a jelenlegi erős piacvédelem mérséklésére fog kényszerülni.

Ezek a változások valamennyi tagállamot nehéz helyzetbe hozzák majd, de különösen az olyan gyenge versenyképességűeket, mint Magyarország. A termelők számára a fő gondot az alacsony képzettség, a korszerűtlen irányítás és a magas költségszint jelenti, a feldolgozók számára pedig a méretgazdaságosság hiánya és magas hozzáadott értékű termékek viszonylag kis súlya.

Az európai uniós csatlakozásig folytatott hibás magyar támogatáspolitikája és az Európai Unióénál is erősebb protekcionizmus ugyanis máig hatóan korlátozza a magyar tejtermelés és -feldolgozás versenyképességét, a piaci alkalmazkodást, az importtal szembeni helytállást. A fogyasztói tej piaca sokszereplős, dinamikus,

kemény versenypiac, amelyen a magyar tejipari cégek – strukturális problémáik és a megfelelő stratégia hiánya miatt – nehezen boldogulnak. A hazai szereplők náluk kedvezőbb adottságú külföldi gyártókkal próbálnak versenyezni. A nehéz piacon sikerre csak átgondolt piaci stratégiával lehetne esélyük, ezt azonban legtöbbször ma még csak keresi. A többség a jelek szerint nem érti, talán még inkább félreérti ezt a sajátos piacot, amely a verseny szempontjából hiányosságokat is mutat: jelen van a szürkegazdaság, nem megfelelő az átláthatóság, információs hiányosságok mutatkoznak (fogyasztói tévhit, címkézési hiányosságok).

A magyar fogyasztói tejpiac szereplői számára nem a gazdasági válság hatásai jelentették a legnagyobb gondot 2008–2009-ben, azok inkább csak nehezítették a kilábalást a korábban kezdődött két krízisből: a tartós magyar tejgazdasági válságból és a nemzetközi tejpiaci válságból. 2009-ben a tejeladások azért nem estek vissza, mert a vásárlóerő csökkent ugyan, a termék árai azonban lényegesen alacsonyabbak voltak, mint 2008-ban. Márpedig a tej természeténél fogva inkább árrugalmas, mint jövedelemrugalmas keresletű cikk – így a vásárlások az olcsóbb termékek, illetve a diszkontláncok felé tolódtak el.

A tejtermelők és a -feldolgozók a kilábalás útját eddig főként a szabályozó, támogatásokat elosztó politikusokra gyakorolt nyomás fokozásában látták Európai Unió-szerte, így Magyarországon is. A hazai politikai elit példátlan egységet és gyorsaságot mutatott az eredeti formájában nyilvánvalóan bevezethetetlen termékpályatörvény megalkotásában, amely azonban lehetőséget adott a politikusok és az érdekvédelmi szervezetek számára, hogy a széles nyilvánosság előtt igazolják: mindent megtettek, amit lehetett. Az agrárkormányzat pedig ugyanilyen szakszerűtlenséggel és hasonlóan kevés sikerrel képviselte a valóságtól elrugaszkodott termelői követeléseket Brüsszellel szemben. A magyar tejgazdaság kilátásai a gyenge versenyképesség és a nemzetközi piac további liberalizációja miatt középtávon sem biztatók.

### Hivatkozások

- AKI [2000–2009]: A fontosabb élelmiszer-ipari termékek költség- és jövedelemadatai 2000–2009. Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest.  
[www.aki.gov.hu/publication/nehany\\_fontosabb\\_elelmiszeripari\\_termek\\_koltseg\\_es](http://www.aki.gov.hu/publication/nehany_fontosabb_elelmiszeripari_termek_koltseg_es).
- AKI [2000–2010]: Agrárpiaci jelentések. Tej és Tejtermékek. (Mándi-Nagy Dániel) Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest, [www.aki.gov.hu/Adatok/Informaciok/Agrárpiaci jelentések/Tej és Tejtermékek](http://www.aki.gov.hu/Adatok/Informaciok/Agrarpiaci_jelentesek/Tej_es_Tejtermek).
- AKI [2009]: A kettős könyvvitelt vezető élelmiszer-ipari vállalkozások pénzügyi adatai. Agrárgazdasági Kutatóintézet, Agrárgazdasági Információk, 2009/8.
- AKI [2010]: A kettős könyvvitelt vezető élelmiszer-ipari vállalkozások név- és címjegyzéke 2008. Agrárgazdasági Kutatóintézet, Agrárgazdasági Információk, 2010/3.
- Bakucs Lajos Zoltán – Falkowski, J. – Fertő Imre [2009]: Milk Market Integration between Hungary and Poland Transition in Agriculture – Agricultural Economics in Transition. MTA KTI által szervezett konferencia, Budapest, november 6–7. [http://econ.core.hu/file/download/konf\\_agri09/Bakucs.pdf](http://econ.core.hu/file/download/konf_agri09/Bakucs.pdf).

- Batka Zoltán* [2009]: Enyhébb törvény a beszállítók védelmére. *Népszabadság*, október 13., [http://www.nol.hu/gazdasag/20091013-enyhebb\\_torveny\\_a\\_beszallitok\\_vedelme](http://www.nol.hu/gazdasag/20091013-enyhebb_torveny_a_beszallitok_vedelme).
- Bizottság közleménye* [2009]: A tejpiac helyzete 2009-ben. A Bizottság közleménye a tanácsnak. COM(2009) 385 végleges. Európai Közösségek Bizottsága, Brüsszel, július 22. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2009:0385:FIN:HU:PDF>.
- Boltláncok...* [2010]: Boltláncok rangsora. *MaiPiac.hu*, április 21.
- Bundeskartellamt* [2009]: Sektoruntersuchung Milch. Zwischenbericht Dezember 2009. Bundeskartellamt, Bonn. [http://www.bundeskartellamt.de/wDeutsch/download/pdf/Stellungnahmen/1001\\_Sektoruntersuchung\\_Milch\\_Zwischenbericht\\_2009.pdf](http://www.bundeskartellamt.de/wDeutsch/download/pdf/Stellungnahmen/1001_Sektoruntersuchung_Milch_Zwischenbericht_2009.pdf).
- Gráf József* [2005]: Az egyik legfontosabb feladat az agrárimport növekedési ütemének további jelentős mérséklése. *MTI*, július 11. <http://www.fvm.hu/main.php?folderID=1932&articleID=7076&ctag=articlelist&iid=1>.
- GVH* [2009]: A magyar mezőgazdaság 2008. évi termékfelvásárlási folyamatainak elemzése a GVH által vizsgált esetek tükrében és az azokból levonható következtetések. Gazdasági Versenyhivatal, Budapest, szeptember. <http://www.gvh.hu/domain2/files/modules/module25/1004382E3BC3DBCCD.pdf>.
- Jongeneel, R. – van Berkum, S. – de Bont, C. – van Bruchem, C. – Helming, J. – Jager, J.* [2010]: European dairy policy in the years to come. Quota abolition and competitiveness. *LEI*, Hága. <http://www.lei.dlo.nl/publicaties/PDF/2010/2010-017.pdf>.
- Kelemen Zoltán* [2009]: Görbe bögre. Tejpiaci árszuhanás. *HVG*, január 21. [http://hvg.hu/hvgfriss/2009.04.200904\\_TEJPIACI\\_ARZUHANAS\\_Gorbe\\_bogre](http://hvg.hu/hvgfriss/2009.04.200904_TEJPIACI_ARZUHANAS_Gorbe_bogre).
- KSH* [2008]: Gazdaságszerkezeti összeírás, 2007. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.
- KSH* [2010]: Mezőgazdaság, 2009. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.
- Londero, P.* [2010]: What perspectives for dairy products? Előadás a What future for milk? című konferencián, Brüsszel, március 26. [http://ec.europa.eu/agriculture/events/milk-conference-2010/londero\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/events/milk-conference-2010/londero_en.pdf).
- OECD* [2005]: Agricultural policies in OECD countries. *OECD*, Paris. <http://www.oecd.org/dataoecd/33/27/35016763.pdf>
- Popovics Péter András – Tóth József* [2006]: Az ártranszmisszió és az árak aszimmetrikus alakulása Magyarország tejvertikumában. *Közgazdasági Szemle*, 53. évf., 4. sz., 349–364. o.
- Szabó Márton* [2009]: Válság a tejágazatban – okok és kilátások. *Magyar Mezőgazdaság*, július 8. [http://www.kopint-tarki.hu/cikkek/SzaboM\\_Tejkrach090708.pdf](http://www.kopint-tarki.hu/cikkek/SzaboM_Tejkrach090708.pdf).
- Szabó Márton* [2010]: Visszaszerezhető-e a hazai piac? *Magyar Mezőgazdaság*, február 10. [http://www.kopint-tarki.hu/tanulmanyaink/Visszaszerezhető\\_e%20a%20hazai%20piac.pdf](http://www.kopint-tarki.hu/tanulmanyaink/Visszaszerezhető_e%20a%20hazai%20piac.pdf).
- Szirmai S. Péter* [2009]: Lex az ex-kódekből. *Figyelő*, október 22.
- Tej Terméktanács* [2009]: Termelői összefogás. A Demonstrációs Bizottság felújította működését! <http://www.tejtermek.hu/demonstracio-2009->
- Tetra Pak* [2010]: Tények és tévhitek a tejről és a tejek hőkezelési eljárásairól. A felmérést a Tetra Pak megbízásából a GfK Hungária végezte. Sajtótájékoztató, Tetra Pak Hungária Zrt., május 6. <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ANncWycZbosJ:www.premiercom.hu>.
- Vágó Szabolcs és szerzőtársai* [2007]: A mezőgazdasági árképzés elméleti alapjai és hazai gyakorlata. Agrárgazdasági Kutatóintézet, Budapest, Agrárgazdasági Tanulmányok 5. sz.
- Van Driel, M.* [2010]: EU milk market developments until today. Előadás a What future for milk? c. konferencián. Brüsszel 2010. március 26.
- Vitéz F. Ibolya* [2009]: Közveszélyes látszatintézkedés. Interjú Nagy Mártával, a Gazdasági Versenyhivatal elnökhelyettesével. *HVG*, július 8. [http://hvg.hu/hvgfriss/2009.28/200928\\_Kozveszelyes\\_latszatintezkedes](http://hvg.hu/hvgfriss/2009.28/200928_Kozveszelyes_latszatintezkedes).
- ZMP* [2009]: ZMP Jahrbuch Milch, 2009 Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle, Bonn. [http://www.milchindustrie.de/de/teaser\\_2010/zmb-jahrbuch-2009-artikel/zmb-jahrbuch-2009](http://www.milchindustrie.de/de/teaser_2010/zmb-jahrbuch-2009-artikel/zmb-jahrbuch-2009).

# VERSENYPOLITIKA ÉS VERSENYKÉPESSÉG

## Árkapcsolás és csomagban történő értékesítés: jogesetek és közgazdasági elmélet

VALENTINY PÁL

*Az árkapcsolás és a csomagban történő értékesítés vitatott kérdései erősen megosztják mind a közgazdaság mind a jog oldaláról hozzászólókat. A cikkben áttekinthető közgazdasági elemzések arra utalnak, hogy a közgazdaságtan ezen a területen döntően olyan piacmodellekkel foglalkozik, amelyekben a piaci verseny eleve erősen korlátozott, és csak ritkán vállalkoztak költségcsökkentési és hatékonysági szempontok elemzésére. Részben ennek eredményeként a versenyszabályozás nem mindig tud különbséget tenni a versenyt ösztönző és károsító magatartások között. A sporadikus empirikus eredmények iparáganként és helyzetenként változó indokokat és hatásokat állapítottak meg. Az elméleti viták és a jogérvényesítés amerikai és európai példái azt támasztják alá, hogy egyelőre nem halmozódott fel elég tapasztalat a vitatott kérdések megnyugtató eldöntéséhez.\**

Journal of Economic Literature (JEL) kód: K21, L12, L21.

A Windows program legújabb változatának telepítésekor az európai felhasználók egy idő után a következő felszólítással kerülnek szembe: Jelölje ki a használni kívánt webböngésző(ke)t! Sokéves eljárás, több bírósági döntés előzte meg a szoft-

A cikk alapját képező tanulmány a Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központjának támogatásával készült.

Valentiny Pál, az MTA Közgazdaságtudományi Intézetének tudományos főmunkatársa. E-mail cím: valentin@econ.core.hu

A rovat a Gazdasági Versenyhivatal és annak Versenykultúra Központja támogatásával jelenik meg.



ver ilyen tartalmú módosítását és vezetett odáig, hogy a Microsoft ezt az opciót a programjában felajánlja. Közvetlen előzményeként 2008 februárjában az Európai Bizottság történetében az addigi legmagasabb összegű (899 millió euró) bírsággal sújtotta a céget (Castle, 2008), majd 2009 januárjában bejelentette, hogy az Internet Explorernek a Windows rendszerbe való integrálása miatt tiltott árukapcsolás ügyében is vizsgálatot indít a Microsoft ellen. 2009 decemberében a Bizottság elfogadta a Microsoft ajánlatát, hogy a Windows egy külön ablakban választási lehetőséget nyit a böngésző telepítésekor. Korábban hasonló kötelezettséget kellett vállalnia a Microsoftnak az európai piacokon a Windows operációs rendszer Media Player nélküli változatának biztosításával is.

Az Egyesült Államokban a monopolizáció és az árukapcsolás vádjaival is folyt eljárás a Microsoft ellen. Az Internet Explorernek az operációs rendszerbe történő integrálása, a csomagban történő értékesítés módja egyike volt azoknak a versenyellenes magatartásoknak, amelyekkel a Microsoftot megvádolták. A perek végén kirótt kötelezettségek, legalábbis az árukapcsolás ügyében, valamivel enyhébbek voltak az Európai Unióban előírtaknál, annak ellenére, hogy az ismétlődően kimutatható versenyellenes magatartás megoldásaként eleinte a cég feldarabolásának a lehetősége is felmerült. Az árukapcsolás vádját elkerülendő a Microsoftnak lehetővé kellett tennie egyes funkciók törlését az operációs rendszerből. A perek során a Microsoft védekezésében hatékonysági előnyökre, az árukapcsolás technológiai szükségszerűségére, az innovációk természetére és arra hivatkozott, hogy az együttes értékesítés nem önálló termékekre, hanem csak speciális alkalmazásokra vonatkozott. A Microsoft-perek értékelése során a közgazdasági és jogi irodalomban is visszatérően megfogalmazódott a kétely, hogy a versenyhatóságok szigorú fellépése egyes esetekben nem válik-e az innováció, a technológiai fejlődés akadályává.

Az árukapcsolás és a csomagban történő értékesítés vitatott kérdései más esetek tükrében is erősen megosztják mind a közgazdaság, mind a jog oldaláról hozzászólókat. A cikkben végigtekintjük ezen üzleti gyakorlat megengedésének és tiltásának erőteljes változásait. A fogalmak tisztázása után az alapvető elméleteket tárgyaljuk, majd az ezek körül kialakult vitákat elemezzük, először közgazdasági iskolák mentén és piacszerkezetek szerint tárgyalva, majd empirikus elemzéseket ismertetve. Végül az Egyesült Államok és az Európai Unió példáján röviden összefoglaljuk a jogesetek hátterében meghúzódó közgazdasági elméletek változását, azok hatását a jogesetek megítélésére.

## Fogalmak és meghatározások

A csomagban történő értékesítés (bundling) és az árukapcsolás (tying) magyarázatoként kidolgozott közgazdasági elméletek a két fogalmat azonos módon, azonos elemzési eszközökkel közelítik meg. A szóhasználat gyakran

keveredik,<sup>1</sup> az irodalomban gyakran ugyanarra a jelenségre hol az árukapcsolás, hol a csomagban történő értékesítés fogalmát használják. A korábbi jogi és közgazdasági irodalomban inkább az árukapcsolás szerepelt, ez ma már inkább a jogi irodalomra jellemző. Az Európai Unió joganyagaiban a vertikális korlátozások<sup>2</sup> körében inkább az árukapcsolás kifejezést, az erőfölénnyel való visszaélés területén mindkét fogalmat használják. A tanulmányban a két fogalom magyarázatára tett kísérlet után, az irodalom részletesebb ismertetésénél az aktuálisan használt fogalmakkal dolgozunk.

### 1. táblázat

#### A vásárlók választási lehetősége árukapcsolás és összecsomagolás esetén

	A vásárlók választási lehetőségei	
	Statikus	Dinamikus
Árukapcsolás ( <i>T</i> )	$A+B$ $B$	$A+2B, A+3B$ etc. $B$
Tiszta összecsomagolás ( <i>PB</i> )	$A+B, 2A+2B$ etc.	
Vegyes összecsomagolás ( <i>MB</i> )	$A+B$ $A$ $B$	

*Forrás: Bishop–Walker* [2010], 276. o., *Berg–Cameasca* [2006], 264–265. o. és *Tirole* [2005], 8. o. alapján.

Mindkét fogalom olyan értékesítési stratégiára vonatkozik, amelynél egy cég az elkülönült termékeket valamilyen kombinációban árusítja. Amennyiben két terméket (*A* és *B*) csak együttesen lehet megvásárolni, akkor a csomagban történő értékesítés tiszta esetéről (pure bundling – *PB*) beszélhetünk. Amennyiben a két termék külön-külön is megvásárolható és emellett csomagban is kapható, akkor a csomag-

<sup>1</sup> A külföldi források hazai fordításai is vegyes képet mutatnak, különösen a *Carlton–Perloff* [2003] kötetének fordítása okoz kavargást. *Carlton–Perloff* [2003] szerint árukapcsolás (bundling), kapcsolt értékesítés (tie-in sale), kapcsolt csomagban történő értékesítés (package tie-in sale), kevert árukapcsolás (mixed bundling), kapcsolt követelményeket tartalmazó értékesítés (requirements tie-in sale), *Motta* [2007] szerint árukapcsolás (tying, tie-in sale), csomagban történő értékesítés (bundling, package tie-in), kizárólagossági árukapcsolás (requirements tying), *Pepall–Richard–Norman* [2008] szerint árukapcsolás (tie-in sale), csomagban történő értékesítés (commodity bundling), kevert árukapcsolás (mixed bundling), vegyes összecsomagolás (mixed bundling), tiszta összecsomagolás (pure bundling), kikényszerített árukapcsolás (required tie-in sales), *Whish* [2010] szerint árukapcsolás (tying), csomagban történő értékesítés (bundling).

<sup>2</sup> A vertikális korlátozások a vertikális termelési vagy elosztási folyamatban kötött, versenyt érintő korlátozó megállapodások, amelyek hosszabb távú versenyhatásai kedvezőek vagy kedvezőtlenek lehetnek.

ban történő értékesítés vegyes esetéről (mixed bundling – *MB*) van szó. Árukapcsolás (tying – *T*) akkor történik, ha *A* terméket csak *B* termékkel együtt lehet megvásárolni, viszont a *B* termék önállóan is kapható. Ebben a helyzetben az *A* terméket a kapcsoló (tying) terméknek, a *B* terméket a kapcsolt (tied) terméknek nevezik. Ezt az esetet szokták a vegyes összecsomagolás (*MB*) aleseteként is értelmezni. Az árukapcsolás statikus változatában az összekapcsolt két termék állandó arányban kerül eladásra, míg a dinamikus változatában a *B* terméket fogyasztónként változó arányban értékesítik. Az utóbbi változatról gyakran mint kizárólagossági árukapcsolásról (requirements tying) beszélnek. A következőkben táblázatba foglaljuk a különböző lehetőségeket. (Lásd az *1. táblázatot!*)

A tiszta összecsomagolásnál az összetevőket rögzített arányban tartalmazza a csomag. A fenti tipológiát sokan kiegészítik azzal, hogy a vegyes összecsomagolás esetén a csomag ára az összetevők együttes ára alatt kell, hogy maradjon ( $P_{A+B} < P_A + P_B$ ), továbbá megkülönböztetnek árbeli összecsomagolást és termék-összecsomagolást. Az előbbinél a csomagot kedvezménnyel árúsítják és a termékek nincsenek integrálva, az utóbbinál olyan integrált termék szerepel a csomagban, amely a fogyasztó számára többletértéket jelent.

### **Az árukapcsolás és a csomagban történő értékesítés létrejöttét magyarázó néhány elmélet<sup>3</sup>**

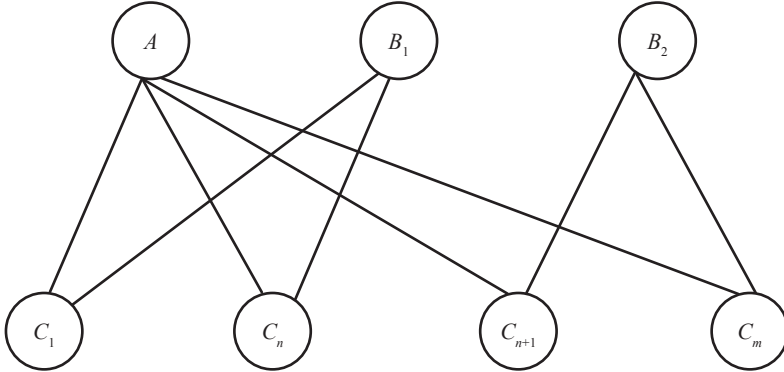
A közgazdasági elméletek a magyarázatokat a monopolizáció szándéka, az árdiszkrimináció alkalmazása, a franchise-rendszerek kialakítása és az utópiacok fontosságának felismerése mentén keresték. Az alábbiakban ezeket a magyarázatokat tekintjük végig, egyben utalunk a jóléti hatások számbavételének a versenyszabályozás szempontjából elengedhetetlen mérlegelésére.

#### *Piaclezárás*

A piaclezárás, illetve a piaci erő átvitele elméletében a vertikális integrációhoz hasonló előnyöket lehet biztosítani a csomagban történő értékesítés és az árukapcsolás esetében is. *Blair–Kaserman* [2009] a következő példával illusztrálják ezt a lehetőséget. (Lásd az *1. ábrát!*) A kiinduló helyzetben a piacon két termék, *A* és *B* van és ezeket *C* vásárlók veszik meg. Az egyik cég mindkét terméket termeli (*A* és *B*<sub>1</sub>), a másik csak a *B*-t (*B*<sub>2</sub>). A vásárlók *A* és *B* terméket egyaránt vásárolnak. A vásárlók egy részét (*C*<sub>1</sub> ... *C*<sub>*n*</sub>) az első cég látja el *B* termékkel, a többi részét (*C*<sub>*n*+1</sub> ... *C*<sub>*m*</sub>) a másik cég.

<sup>3</sup> A részletes elemzést lásd *Blair–Kaserman* [2009] könyvének 14. és 18. fejezetében, és *Berg–Camesasca* [2006] 7.3. fejezetében. Az irodalmat a versenyszabályozásban való gyakorlati alkalmazhatósága szempontjából kitűnően elemzi *Ilyés–Szolnoki* [2008].

## A piaclezárás lehetősége árukapcsolással



Forrás: Blair–Kaserman [2009], 393. o.

Ha az  $A$ -t termelő úgy dönt, hogy ezentúl árukapcsolással hozza a piacra az  $A$  terméket, vagyis aki  $A$ -t vásárol, annak a  $B$ -t is tőle kell megvennie, akkor a másik cég elveszíti vásárlóit ( $C_{n+1} \dots C_m$ ). Amennyiben csak ezekkel a vásárlókkal rendelkezett, akkor ki kell lépnie a piacról, de ha más vásárlói is voltak, akkor is kérdéses, hogy méretgazdaságossági problémái miatt maradni tud-e a piacon. Az első cégnek az árukapcsolással feltehetőleg sikerül monopolizálnia a  $B$  termék piacát. Ennek a lehetőségnek a felvázolása azonban még nem mond semmit a profitabilitásról és a jóléti hatásokról.

Whinston [1990] mutatta ki egyik modelljében, hogy még a piaclezárás esetén sem jelent az árukapcsolás feltétlenül nyereséges stratégiát, mert az többek között az  $A$  terméket előállító cég piaci erejétől és a termékekkel összefüggő vevői preferenciáktól is függ. Ugyanakkor a sikeres piaclezáró stratégia és a nyereséges stratégia sem ad egyértelmű választ arra, hogy milyen jóléti hatásokkal számolhatunk, a társadalmi jólét csökkenhet, illetve növekedhet. Emiatt a versenyszempontú elmarasztalásoknál az árukapcsolási esetekben alapos mérlegelés (rule of reason) szükséges.

## Árdiszkrimináció – az ár mint mérőeszköz

Sok esetben az eladónak előnyös lenne az egyes vásárlók keresletrugalmasságának az ismerete. Az árukapcsolás felhasználható indirekt árdiszkrimináció alkalmazására abban az esetben, ha a kapcsolt termék a kapcsoló termék kiegészítője, és a kapcsolt termék megvásárolt egységeinek száma korrelál a vásárló kapcsolt termékkel összefüggő keresletének árrugalmasságával.

A klasszikus példa erre az IBM lyukkártya-feldolgozó gépe és a lyukkártyák kapcsolt lízingelése. A gépet az IBM csak a nála vásárolt kártyákkal együtt adta bér-

letbe. A kártyák ára a megvett mennyiségtől függően nem változott és a versenyárnál magasabb volt, így az IBM közgazdasági (nem csak számviteli) profitot ért el az eladott kártyák után. Az árukapcsolás következtében a lyukkártya-feldolgozó gép teljes bérleti díja (a gép havi bérleti díja plusz a kártyák után fizetett díj) a gép használatának intenzitását mutatta. Mivel az intenzívebb felhasználók által fizetett egységköltség csökken, árdiszkriminációról van szó, mégpedig úgy, hogy előzetesen nem kellett felmérni a vásárlók keresletének árrugalmasságát, hiszen ezt a kapcsolt termék használatának gyakorisága magától megadta. Az árukapcsolás ebben az esetben nem a lyukkártyapiac monopolizálására irányult, hanem arra, hogy a változó bérleti díjakból minél magasabb profitot hozzanak ki. A kapcsolt termék, a lyukkártya, tehát sajátos számlálóként működött.

Ezzel a gyakorlattal sokan szembeállítják a közvetlen mérés lehetőségét. A közvetlen mérés bevezetése többnyire jelentős költséggel jár: fel kell szerelni az eszközt, azt le kell olvasni, és védeni kell a manipulálás ellen. Ugyanakkor az árukapcsolás alkalmazásának is lehetnek többletköltségei, és ebben az esetben is meg kell győződni arról, hogy a vásárlók betartják-e az árukapcsolás kikötéseit, azaz nem vásárolnak-e olcsóbb lyukkártyát más gyártótól.

Az ilyen típusú árképzés léte azonban önmagában nem bizonyítja, hogy akár árdiszkriminációról, akár jelentős monopolerőről lenne szó. A tartós javaknál előfordul, hogy a használat intenzitása erőteljesen befolyásolja az élettartamot, ezért akár versenyző piacon is indokolt lehet a kétrészes bérleti konstrukció kialakítása. Amennyiben árdiszkrimináció céljára használják az árukapcsolást, a versenyszabályozási megítélésénél a jóléti hatásokat is figyelembe kellene venni, amelyek a priori ebben az esetben sem dönthetők el, ezért az ügy részletes mérlegelése itt is ajánlott.

### *Árukapcsolás franchise esetén*

A franchise rendkívül elterjedt üzleti szervezeti forma, a márka, a védjegy tulajdonosa „goodwill”-t épít márkája köré, és ennek birtokában a franchise-átvevőknek díj fejében átadja a használat jogát. Az átvevők általában egyszeri belépési díjat és jogdíjat fizetnek. A szerződésekben bizonyos inputok beszerzését is kikötik, azaz árukapcsolás történik. A kapcsolt termékek többletprofitot hozhatnak a franchise-átadónak, de legalább ilyen fontos, hogy az árukapcsolás ebben az esetben egy ösztönzési probléma megoldását is szolgálhatja. A „goodwill” megosztása ugyanis a potyautas problémáját veti fel, ha nem ellenőrzik az átvevők működését, akkor könnyen csökkenhet a márka és az egész franchise-hálózat értéke. Az átvevők olyan költségcsökkentési megoldásokban is érdekelték, amelyek a minőséget rontják, ennek profitnövelő előnyét teljes mértékben egyedileg élvezik, miközben a rendszer egésze iránti kereslet tevékenységük miatt bekövetkező csökkenésének csak töredéke hárul rájuk. A minőséget alapvetően befolyásoló inputbeszerzések kikötése és

betartásának ellenőrzése, ezáltal a márka értékének megőrzése persze végső soron a franchise-átvevőknek is érdeke, különösen ha a márkák, franchise-rendszerek közötti versenyt is figyelembe vesszük. Ennek figyelembevételével a franchise-rendszerben alkalmazott árukapcsolást általában egyértelműen jólétnövelőnek tekintik, és ahol a franchise feltételei fennállnak, mérlegelés nélkül, önmagában (per se) törvényesnek lehet tekinteni.

#### *A tartós javak árazása és az utópiacok*

A tartós javak vásárlói a termékkel együtt (az utópiacra) jövőbeli szolgáltatást is vásárolnak. A racionális vásárlóknak ennek megfelelően a termék teljes életciklusa alapján kellene döntésüket meghozni. A bizonytalanságot az okozza, hogy míg a tartós javak ára megfigyelhető, a jövőbeli fenntartási és javítási költségeké nem. Ez a bizonytalanság az eladóra és a vevőre is jellemző, és a jövőbeli költségek alapvetően a vevő használati szokásaitól és gondosságától függenek.

Ha a tartós jószág készítője egyben utópiaci szolgáltató, akkor az eladónak két ár (a jószág és a szolgáltatás ára) közötti kombinációt kell kialakítania. A profit maximalizálásához figyelembe kell vennie a tartós jószág piacán létező versenyt és az utópiaci szolgáltatás költségei körüli bizonytalanságokat. Az árak kialakításánál végül számolnia kell azzal, hogy a vevők a tartós javak versenyző előállítói között a termék várható élettartamára jutó teljes költség alapján választanak. Amennyiben az eladó nagyobb biztonsággal ítéli meg az utópiaci kiadásokat és költségeket, mint a vevő, akkor olyan árvariánst fog választani, amelynél a tartós jószágot az átlagköltség alatt értékesíti, és a fenntartási és javítási költségeket az átlagköltség felett árazza. Ebben az esetben árukapcsolással fog élni, mert a tartós termék eladásából származó veszteségét csak az utópiaci szolgáltatásokkal tudja ellentételezni. Mivel a kockázatok a vevők és az eladók között itt megoszlanak, és az árképzés a vevőt a gondosabb használatra ösztönzi, ez az árukapcsolás növelheti a jólétet és önmagában törvényesnek tekinthető.

\*\*\*

Az említett elméletek közül az első kettő (a piaclezárás, az árdiszkrimináció) esetében a jóléti hatásokat nem lehet egyértelműen előre látni, azok a kereslet rugalmasságától, a piacszerkezettől, a helyettesítési rugalmasságoktól stb. függenek, összességükben pozitívak és negatívak is lehetnek. A második kettőnél (a franchise, a tartós javak utópiaca) a pozitív jóléti hatásokat valószínűsíteni lehet. Fontos megállapítani, hogy egyik esetben sem lehet egyértelmű és kizárólagos negatív hatást feltételezni.

## Közgazdasági iskolák, viták szerinti áttekintés

Mint annyi más versenyszabályozással összefüggő kérdésben is, a közgazdasági vitákban jól elkülöníthetők voltak a chicagói és a harvardi iskolák nézetei. Az elmúlt évtizedek közgazdasági gondolkodásában jellemzően használt post-chicagói vonulatban az iskola korábbi képviselőivel együtt sokan mások is továbbfejlesztették az elméleteket.

Miközben a bírói gyakorlatot – időben változó mértékben – az árukapcsolás és a csomagban történő értékesítés negatív hatásainak megállapítása jellemzi, addig a közgazdasági elmélet eléggé megosztott volt a kérdés megítélésében. Arra a kérdésre viszont a chicagói iskola határozott nemmel válaszolt, hogy lehetséges-e a termékek kombinációjával a piaci erőt az egyik piacról egy kiegészítő termék versenyző piacára átvive a profitot emelni. Szerintük az  $A$  terméket előállító monopolista már előzetesen monopolárat alakított ki termékéért, ezért ha árukapcsolás (vagy vertikális integráció) útján  $B$  versenyző piaci terméket is kínálni kezdi és piaci erejét átvive növeli részesedését a  $B$  termék piacán, árát csak a  $B$  termék versenypiaci árával növelheti, a piaci erő átvitele addicionális profitot nem eredményez (egyszeres monopolprofit elmélet – single monopoly profit theorem). A fogyasztók árukapcsolás nélkül és árukapcsolással is ugyanannyit fizetnének. Sőt, ha a  $B$  termék versenyző piacán a monopolistánál hatékonyabban termelő cég tud megjelenni, akkor az árukapcsolás létre sem jönne, mert a csökkenő  $B$  árak mellett az  $A$  termék iránti kereslet is nőne, így a monopolista haszna is nő. A chicagói elmélet így azt támasztja alá, hogy az árukapcsolás és a csomagban történő értékesítés elsődleges indoka a hatékonyságnövelés, nem pedig a versenykorlátozás (Motta, 2007, 401–402. o., Bishop–Walker, 2010, 283–285. o.)

Az elmélet megnyerő egyszerűsége sokakat vonzott, de a szigorú feltételrendszer (tökéletesen versenyző piac, statikus piackép) feloldásának szándéka másokat az elmélet továbbfejlesztésére sarkalt. A post-chicagói elméletek a feltételezések feloldásával a versenykorlátozás különböző változatainak lehetőségét vetették fel. Whinston [1990] azt az esetet vizsgálta, amikor egy cég többet értékesít abból a termékből ( $A$ ), amelynek piacán monopolhelyzetben van, mint abból ( $B$ ), amelyiknél nem. A  $B$  termék piacán nincs tökéletes verseny, így az árak a rövid távú határköltés felett vannak. Ha a cég elhatározza, hogy csomagban értékesíti a két terméket, mégpedig úgy, hogy a fogyasztóknak a  $B$  terméket is meg kell venniük, ha  $A$ -t vásárolnak (tisztá összecsomagolás esete –  $PB$ ), akkor megváltozik a korábbi értékesítési mennyiség, mert most azonos mennyiséget lehet mindkét termékből értékesíteni. Emiatt  $B$  termék árát erőteljesen csökkentenie kell, ha a monopolprofitot hozó  $A$  termék iránti keresletet fenn akarja tartani. A fogyasztói jólét így növekedhetne, hacsak nem az a szándék vezeti a céget, hogy a nem tökéletesen versenyző piacon működő másik céget szorítson ki és az árát hosszabb távon végül is megemlje. Amennyiben a cég nem a csomagban történő értékesítés mellett, hanem az árukapcsolás mellett



dönt (azaz  $A+B$  mellett a  $B$  terméket is árulja), még mindig érdekelt az agresszív árazásban a  $B$  piacon, de már kisebb mértékben, mert egy meg nem valósuló  $B$  termék eladása nem jelenti automatikusan az  $A$  monopolprofit elvesztését.

A post-chicagói elméletek – például *Nalebuff* [1999] – a már kialakult *piaci erő megvédésének lehetőségét* is megvizsgálták. A chicagói modellben az  $A$  terméket gyártó monopolistának érdeke fűződik a  $B$  termék piacán folyó versenyhez. Amennyiben azonban az  $A$  termék piacán valamilyen oknál fogva gyengül a cég piaci ereje, tarthat attól, hogy egy  $B$  piacon működő cég felhasználhatja  $B$  piaci kedvező helyzetét az  $A$  piacra való belépésre is. A monopolista ekkor a csomagban történő értékesítés lehetőségét arra használhatja, hogy piaclezárással próbálkozzon a  $B$  piacon. Ez nem vezet magasabb profithoz a  $B$  piacon és még az is lehet, hogy a monopolista  $B$  terméke nem annyira vonzó a fogyasztóknak, mint a többi termelő versenyző  $B$  terméke, valamint az  $A$  iránti kereslet is csökkenhet, viszont a versenytárs  $A$  piacra való belépésének elodázásával, vagy a versenytárs  $B$  piaci kizárásával megoldhatja a piaci erő gyengülésének problémáját.

A csomagban történő értékesítés a *piacra való belépést* is nehezítheti. Egy olyan esetben, amelyben egy cég az  $A$  és a  $B$  termék piacán is monopolhelyzetben van, és  $A+B$  mellett  $A$  és  $B$  önállóan is megvásárolható (vegyes összecsomagolás esete –  $MB$ ), egy  $A$  piacra belépni kívánó cég hátrányos helyzetben van azoknál a vevőknél, akik mind a két terméket magasan értékelik, mert ezek inkább a csomagot választják. Azoknál lehet esélye, akik  $A$ -t magasan,  $B$ -t viszont alacsonyan értékelik. Ha a termékek kiegészítő jellegűek, akkor csak kis részét tudja az  $A$  piacnak meghódítani. Amennyiben az  $A$  piacon a méretgazdaságosság is számít, akkor a belépés valószínűleg reménytelen.

A csomagban történő értékesítés és az árukapcsolás az *árverseny gyengítéséhez* is hozzájárulhat. Vegyük azt a példát, amikor az  $A$  terméket gyártó monopolista részt vesz egy homogén  $B$  termék gyártásában is, amelynek a piacán duopólium van és a cégek árversenyt folytatnak. Árukapcsolás esetén a kapcsolt  $B$  termék ára megemelkedhet, mert az árukapcsolással az addig homogén  $B$  termék megkülönböztethetővé vált. Ezzel csökken a közvetlen verseny a  $B$  piacon és a másik termelő is megemelheti az általa gyártott  $B$  termék árát, ami újabb áremelést tehet lehetővé a kapcsolt  $B$  terméket gyártó cég számára. A fogyasztói jólét ebben az esetben csökken. Ez következik be – csak kisebb mértékben –, ha nem árukapcsolásra, hanem vegyes összecsomagolásra kerül sor, ekkor két homogén termék és egy differenciált termék lenne a piacon.

Az elméletek fejlődése és a kialakult bírósági gyakorlat alapján *Elhauge* [2009] írása címében is úgy véli, hogy az egyszeres profit elmélete ma már valójában halott. Szerinte nem csak a chicagói iskola tévedett, hanem a harvardi iskola egyes képviselői is, akik azt állították, hogy a *per se* szabályozás enyhítése félrevezető, mert a kapcsolt piac jelentős részének lezárása nélkül nem lehet az árukapcsolás versenykorlátozó jellegéről beszélni. A jelentős piaci erejű cég árukapcsolása növeli

a monopolprofitot és hatékonysági előnyök hiányában sérti a fogyasztók érdekeit és csökkenti a teljes jólétet. A *per se* szabály enyhítése ezt a helyzetet jól tükrözi azzal, hogy elegendőnek tekinti a kapcsoló piaci erőfölényt és a hatékonyságnövekedés hiányát és nem követeli meg a kapcsoló piac jelentős részének lezárását. Ugyanakkor a tiszta összecsomagolásnak – amelyben a csomag alkotórészei változatlan arányokban szerepelnek és önállóan nem kaphatók – kivételt kell képeznie, mert itt a jelentős kapcsoló piaci lezárás nélkül nincs versenykorlátozó hatás. A jelentős kapcsoló piaci lezárás nélküli versenykorlátozó helyzet a csomagban történő értékesítésnél is kialakulhat, amennyiben a csomagolás nélküli árak összege meghaladja a csomag árát. Ha nem haladja meg, akkor csak abban az esetben szabad a magatartást elítélni, ha jelentős piaclezárás történik. Érveit a 2. táblázatban foglalta össze.

2. táblázat

### Az egyszeres monopolprofit-elmélet halála

Az elmélet feltételezései	A valóságban előforduló gyakori esetek	Profitnövelő hatás
A kapcsoló terméket változatlan mennyiségben használják	A kapcsoló terméket változó mennyiségben használják	Terméken belüli árdiszkrimináció
Erős pozitív keresleti korreláció	Nincs erős pozitív keresleti korreláció	Termékek közötti árdiszkrimináció
A kapcsoló terméket változatlan mennyiségben használják	A kapcsoló terméket változó mennyiségben használják	Egyedi fogyasztói többlet elvonása
A kapcsoló piac versenyzői helyzete változatlan	A kapcsoló piac lezárása csökkenti a versenytársak versenyképességét	Nagyobb piaci erő a kapcsoló piacon
A kapcsoló piac versenyzői helyzete változatlan	A kapcsoló piac lezárása védi a piaci erőt a kapcsoló piacon	Piaci erő növekedése a kapcsoló piacon

Forrás: Elhaug [2009], 21. o.

*Elhaug* felvetésére többen reagáltak. *Seabright* [2009] a válaszát a szövegben szereplő szavak összeszámlálásával kezdte. (A 'feltehetően' 56-szor, a 'valószínű' 7-szer, az 'általában' 45-ször, a 'gyakran' 21-szer és a 'szokásosan' 22-szer fordult elő.) A fő kifogása az volt, hogy *Elhaug* a megállapításait nem empirikus eredmények, hanem elméleti konstrukciók alapján tette. A vizsgált feltételrendszer gyakorisága vagy kivételessége csak empirikusan eldönthető kérdés. Emiatt javaslati tudományosan megalapozatlanok és versenypolitikailag nem értékelhetőek.

*Nalebuff* [2009] az árdiszkrimináció és a jólét viszonyának kérdését emeli ki válaszában. *Elhaug* hangsúlyozza, hogy nem szabad az árdiszkrimináció pozitív teljes jóléti hatását feltételezni. Az árdiszkrimináló monopolista ugyanis a piaci ere-

jének biztosítására jelentős költségeket fordít, de még ha a teljes jólét növekedése megvalósulna is, a versenyszabályozásnak a fogyasztói jólét növekedésére kellene koncentrálnia, és az ebben az esetben csökkenne. *Nalebuff* a teljes jólét növekedésénél úgy véli, hogy annak elsődleges forrása a monopolista rossz hatékonyságának csökkenése. A kétfajta jólét közötti választást pedig nem tartja elképzelhetőnek, mert nincs olyan érv, amely ezt megindokolhatná (ezt a nézetet vallja *Fist* [2005] is). Az árdiszkrimináció az árukapcsolásnál gyakran a mérőeszköz szerepét tölti be. Ha egy piaci erővel rendelkező cég közvetlen mérést valósít meg, azt a törvény nem bünteti, ha viszont árukapcsolással akarja ezt tenni, az per se törvényt sért. Szerinte a teljes jóléti hatás és a fogyasztói jólétre gyakorolt hatás a két esetben ugyanaz, és ezért nem érthető, hogy a jog miért különbözteti meg ezeket.

A felvetésekre adott válaszában *Elhaug* [2010] azt emelte ki, hogy a kritikusok abban a kérdésben egyetértettek, hogy a piaci erő mellett megvalósuló árukapcsolás akkor is csökkentheti a teljes és a fogyasztói jólétet, ha nem jár együtt piaclezárással. Ez pedig pontosan elég ahhoz, hogy ne csak az egyetlen monopolprofit-elmélet utasítsuk el, hanem azt is, hogy per se jogszerűnek tekintsük akár az összes árukapcsolást, vagy az árukapcsolások jelentős piaclezárással nélküli eseteit. Van azonban egy kivétel – ismeri el –, ha az árukapcsolás nem jár jelentős piaclezárással és a csomagban lévő termékek változatlan arányban szerepelnek és önállóan nem kaphatók, akkor az árukapcsolás még piaci erő esetén sem sérti a teljes vagy a fogyasztói jólétet. Bár a hajdani egyetlen monopolprofit-elmélet elhunyt – mondja *Elhaug* –, erre az esetre egy zsugorított egyetlen monopolprofit-elmélet mégis alkalmazható, és természetesen ez az eset per se törvényesnek számít.

A közgazdasági elméletek, a piaci magatartások értelmezésével közvetve vagy közvetlenül hozzájárulhatnak a versenyszabályozás *jogalkalmazási* folyamatához. Természetes törekvés, hogy a szerteágazó esetekből viszonylag könnyen kiszűrhetőek legyenek akár a biztosan jogsértő, akár a biztosan jogszerű esetek. Ehhez különböző tesztek, vizsgálati lépéssorozatokat alakítanak ki. *Bishop–Walker* [2010] például egy szokásos, háromszintű tesztet ismertet annak eldöntésére, hogy a csomagban történő értékesítésnek vagy az árukapcsolásnak lehet-e egyáltalán versenykorlátozó hatása. Először is a szóban forgó cégnek jelentős piaci erővel kell rendelkeznie. Másodszor a csomagban szereplő termékeknek egymást kiegészítőeknek kell lenniük. Harmadszor a vizsgált cégeknek eltérő terméksorral kell rendelkezniük (a domináns cégnek hosszabbal), mert egyébként csak csomagok egymás közti versenyéről lehetne beszélni. E feltételek teljesülése esetén szükség van az erre az esetre alkalmazható olyan elméletre, amely a jövőbeli verseny csökkenését megmagyarázza, továbbá empirikus adatokra, amelyek alapján valószínűsíteni lehet a versenykorlátozást. Végül vizsgálni kell, hogy van-e más, nem a versenykorlátozást célul tűző magyarázata a csomagban történő értékesítésnek vagy árukapcsolásnak.

*Tirole* [2005] az árukapcsolást elemezve más megoldást javasolt. Úgy érvel, hogy az árukapcsolásnál a kapcsolt piaci versenyhatás az alig érzékelhetőtől a ver-

senytárs kizárásáig terjedhet. Ez igen sok tényezőtől függ, a kapcsolt termék határkölségétől, a versenytárs termékdifferenciálási készségétől, többoldalú piacokon a differenciálás képességétől a kapcsolás nélküli piaci oldalon, a technológiai jellemzőktől, a kizárólagossági megállapodásoktól stb. Az árukapcsolást részben ezért, részben pedig azért is csak mérlegelés után szabad megítélni, mert a piaci erővel rendelkező cégek ugyan élhetnek az árukapcsolás lehetőségével, mert monopolizálni akarnak egy piaci szegmenst, de azért is használhatják – mint azt a piaci erővel nem rendelkező cégek is teszik –, hogy hatékonyságukat javítsák. Az árukapcsolást emiatt nem szabadna önállóan büntethető versenyjogi kategóriaként kezelni, a többi üzleti stratégiához hasonlóan csak egyike azoknak, amelyek a versenytársnak kárt okozhatnak. *Tirole* ezért azt javasolja, hogy az árukapcsolást a kizorításra vonatkozó általánosabb tesztek alapján ítéljék meg.

A *Tirole*-féle javaslatot többen vitatták. *Carlton és Waldman* [2005] úgy látta, hogy *Tirole* szélesebbre nyitná a versenyszabályozás beavatkozási mezejét, mint kellene. Az elmélet jóléti elemzése azt mutatják, hogy az árukapcsolási esetek nagy részében nincs egyértelműen kimutatható jóléti hatás, vagy ha van, az inkább pozitív, ezért a versenyhatóságoknak ezekben az esetekben vissza kellene utasítaniuk a beavatkozást. Beavatkozni csak ott szabad, ahol a versenykorlátozás veszélye egyértelműen kimutatható, de ekkor is alaposan kell mérlegelni a vélhető hatékonysági érvek és a vélhető versenykorlátozások hatásait.

*Nalebuff* [2005a] teljesen elutasítja *Tirole* javaslatát az árukapcsolás kizorító teszt szerinti kezeléséről. Egyrészt a kizorító árázással szemben az árukapcsolás lehetőséget teremt a költségmentes kizorításra, pedig a kizorító árázás megítélésében éppen az a döntő elem, hogy a cég vissza tudja-e nyerni a feláldozott profitját. Ha a kizorítás költség alatti árázás nélkül is megoldható, akkor ez sokkal veszélyesebb versenykorlátozásnak minősül. Másodsor az árukapcsolásnál a monopolhelyzetet az egyik piacról a másikra viszi át a cég, és olyan versenytársat zár ki, amely hasonló hatékonyságú. Ezt a műveletet ráadásul több piacon is megismételheti, tehát ezért is a versenykorlátozás különösen veszélyes esetének számíthat.

*Tirole* írásában a mérlegelés mellett érvelt. *Nalebuff* a per se tiltás mellett száll síkra, sőt kiterjesztené azt arra az esetre is, ha a domináns cég árázáson keresztül kapcsolná az árut. Versenykorlátozásnak kell minősíteni, ha egy kapcsolt piac nagy része lezárásra kerül, és a cégnek tudatában kellett lennie, hogy ezt az árázásával érte el. A monopolista ésszerűtlen árukapcsolását per se tiltani kell. Ha egy monopolista árukapcsolása egy hasonlóan hatékonyan működő cég kiesését jelentené és így az addigi versenypiac egy jelentős része lezáródna, az a monopolerő veszélyes további terjedését vetítené előre.

## Közgazdasági modellek piacszerkezetek szerinti csoportosításban

Az eddigiekből is látszik, hogy a csomagban történő értékesítéssel és árukapcsolással foglalkozó közgazdasági irodalom meglehetősen szerteágazó és nehezen rendszerezhető (*Kobayashi*, 2005, *Motta*, 2007). A továbbiakban *Kobayashi* [2005] cikkében adott rendszerezés mentén, azt kiegészítve ismertetjük az irodalom további részeit. A rendszerezés fő szempontja a piaci struktúrák elkülönítése volt. Az irodalomban többnyire kéttermékes és kétcéges helyzeteket elemeznek. Az egyik cég általában monopólium, esetleg duopóliumok vannak a piacon, erőteljesebb verseny melletti helyzetek ritkán kerültek vizsgálatra. *Kobayashi* az általa vizsgált irodalmat a 3. táblázatban látható módon csoportosította.

3. táblázat

### A verseny intenzitása szerinti csoportosítás

	Monopólium <i>A</i> termék piacán	Korlátozott verseny <i>A</i> termék piacán	Verseny <i>A</i> termék piacán
Monopólium <i>B</i> termék piacán	<i>Cournot</i> [1838] <i>Stigler</i> [1963] <i>Adams–Yellen</i> [1976] <i>Schmalensee</i> [1984] <i>Salinger</i> [1995] <i>MacAfee</i> et al. [1989] <i>Bakos–Brynjolfsson</i> [1999]	<i>Nalebuff</i> [2004] <i>Whinston</i> [1990]	<i>Schmalensee</i> [1982] <i>Greenlee</i> et al. [2004] <i>Nalebuff</i> [2004]
Korlátozott verseny <i>B</i> termék piacán		<i>Economides</i> [1993] <i>Matues–Regibeau</i> [1992] <i>Carlton–Waldman</i> [2002] <i>Choi–Stefanadis</i> [2001] <i>Choi</i> [2003] <i>Nalebuff</i> [2000]	<i>Chen</i> [1997]
Verseny <i>B</i> termék piacán			<i>Evans–Salinger</i> [2005]

Forrás: *Kobayashi* [2005], 713. o. alapján. Az *A* termék a kapcsoló, a *B* termék a kapcsoló terméket jelöli.

A többtermékes monopolista viselkedésénél a csomagban történő értékesítés vizsgálata sok esetben *Stigler* kezdeti elemzéseihez nyúlik vissza. *Stigler* [1963] a mozifilmek csomagban történő értékesítését vizsgálva kifejtette, hogy a monopolerő átvitele nem magyarázza meg a csomagok létét, nagyobb profit lenne elérhető a filmek egyedi árazásával. A magyarázat inkább abban rejlik, hogy a csomagot az árdiszkrimináció egy újabb formájaként lehet használni. A filmek csomagban történő értékesítése a fogyasztók egyedi rezervációs árainak – amit a fogyasztók még éppen hajlandóak egy jószágért megfizetni – változatait csökkenti és a fogyasztói többlet nagyobb részének elvonását teszi lehetővé. *Kenney–Klein* [1983] később részletesen megvizsgálták a *Stigler* által ismertetett esetet és a filmsomagok értékesítésénél használt versenytárgyalások eredményeit. Az empirikus eredmények azt mutatták, hogy a csomagokkal inkább egy szabványosított terméket kívántak kialakítani, aminek elsődleges haszna az információ, keresési költségek csökkentésében rejlik.

*Rennhoff–Serfes* [2009] tanulmánya a tartalomszolgáltatók és a kábeltársaságok viszonyát vizsgálva azt találta, hogy a csomagok szétválasztására irányuló szabályozói beavatkozás (a fogyasztók „étlapról” választhassanak) a fogyasztói többletet növeli akkor is, ha a megelőző állapotban tiszta csomagban történő értékesítés zajlott, és akkor is, ha vegyes csomagban történt az értékesítés, de az utóbbi esetben csak akkor, ha erős a többes vásárlás esélye.

*Adams–Yellen* [1976] *Stigler* elemzését a költségekre és a statikus jóléti eredményekre is kiterjesztették. *Stiglerrel* szemben a csomagban történő értékesítés tiszta és vegyes változatát is figyelembe vették. A fogyasztók rezervációs árainak negatív korrelációjából kiinduló elemzésük kimutatta, hogy a csomagban történő értékesítés alul- és túlkínálathoz is vezethet. Az utóbbira akkor kerül sor, ha a fogyasztók valamelyik, a csomagban szereplő terméket a határkölségénél alacsonyabbra értékelik. Ezen allokatív hatékonysági probléma ellenére a csomagban történő értékesítés pozitív jóléti hatása kimutatható volt. A vizsgálatot a csomagban történő értékesítés vegyes változatára kiterjesztve azt látták, hogy az a tiszta változathoz képest is növelte a jólétet. A jólét természetesen a költségek és a vásárlók rezervációs ármegoszlása változásának függvényében nőhet és csökkenhet.

Többen vizsgálták azt a lehetőséget is, amikor a termékek vásárlói értékelései egymással pozitívan korrelálnak, hiszen sok esetben a csomag egy magasan értékelt termék mellett egy másik, hasonlóan értékelt terméket tartalmaz. *McAfee–MacMillan–Whinston* [1989] által készített modell a csomagban történő értékesítés vegyes esetét vizsgálta, és lehetővé tette, hogy az optimális csomag ára meghaladja az elemek árának együttesét. A csomagban történő értékesítésre ebben az esetben csak akkor kerülhet sor, ha az eladónak sikerül megakadályozni, hogy a vásárlók a termékeket egyenként beszerezve, maguk alkossanak „csomagot”. *Schmalensee*

[1984] a nem negatív korreláció és a rezervációs árak normál eloszlása mellett kimutatta, hogy a csomagban történő értékesítés tiszta esete lehet az eladó számára az optimális megoldás. *Salinger* [1995] egyenletes eloszlás mellett a modelljében költségmegtakarításokat is lehetővé tett olyan módon, hogy a csomag költsége az alkotóelemei összköltségénél alacsonyabb legyen. Bemutatja, hogy a rezervációs árak negatív korrelációja esetén a csomagban történő értékesítésre akkor a legnagyobb az eladó hajlandósága, ha az összetevők költsége alacsony. Amint a rezervációs árak korrelációja nő, a csomagban történő értékesítés esélyei csökkennek. Pozitív korreláció esetén a csomagban történő értékesítés költségcsökkentő hatásai nagyobbak és a jóléti hatás is pozitív.

Az elemzések egy részében kettőnél több termékre is vizsgálták a csomagban történő értékesítés hatásait. *Bakos–Brynjolfsson* [2000] informatikai termékek esetében kimutatta, hogy a csomagban szereplő termékek számával nő a fogyasztók sokféleségének csökkentéséből származó előny. Nem korreláló keresletek és zero határköltség mellett a többtermékes monopolista azon képessége, hogy a teljes fogyasztói többletet elvonja, a csomagban szereplő termékek számával nő. A nagyszámú termék szerepeltetésének ez a hatása a rezervációs árak pozitív korrelációja mellett is megmarad.

*Kolay–Schaffer* [2003] a csomagban történő értékesítés azon felhasználását vizsgálta, amely két megkülönböztethető viselkedésű fogyasztó önbesorolását teszi lehetővé. A csomagban történő értékesítést összehasonlították a kétrészes árat kínáló menük használatával, és úgy találták, hogy a csomagban történő értékesítés nagyobb nyereséget hoz az eladónak, mert olyan csomagot tud kínálni, amelynél a nagyobb kereslettel rendelkező fogyasztótól nagyobb többletet tud elvonni. A teljes jóléti hatások azonban a profit növekedésével nehezebben jelezhetők előre. *Fang–Norman* [2003] azt az esetet nézték, amikor nem ismert a kizárható közjavak egyéni értékelése. Ebben az esetben a csomagban történő értékesítés az optimális megoldások között szerepelt, és éppen a kizárás használatának szükségességét csökkentette. *Choi* [2003] a monopolista eladó azon esetét elemezte, amelyben az eladó egy bevett terméket egy ismeretlen minőségű termékkel csomagolt össze. Ebben az esetben az eladó megoldhatja azt a problémát, amely az információs aszimmetria miatt keletkezett, jelzést küld a piacnak az ismeretlen termék várható minőségéről. Az informálódás költségének csökkentésével a hatékonyság és a jólét is növekedhet.

*Az egyik terméknél monopolhelyzet, a másikonál versenyző piac van*

A monopolista piacon lévő stratégiai előny kihasználására, a monopolerő másik piacra történő átvitelére alapozó irodalommal vitatkozva *Schmalensee* [1982] kimutatta, hogy csomagban történő értékesítés (jelen esetben a monopolista cég egy versenyző piacon lévő termékkel akarja egybecsomagolni monopoltermékét) mel-



letti döntésnek csak bizonyos feltételek esetén van létjogosultsága. A csomagban történő értékesítés csak akkor válik nyereségesé, ha a fogyasztók viszonylag nagy csoportjára jellemző, hogy magas a rezervációs ára a versenyző termék piacán és alacsony a rezervációs ára a monopoltermék piacán, vagyis a rezervációs árak ebben a csoportban negatívan korrelálnak. A nettó többlet növekedése vagy csökkenése a rezervációs árak tényleges eloszlásától függ. A monopolistának ebben az esetben mindegy, hogy a versenyző piaci terméket maga állítja elő vagy a piacon szerzi be, ezért a stratégiai előny kihasználásának feltételezése nem állja meg a helyét.

Az elemzések egy másik vonulata homogén (vagy reprezentatív) fogyasztót tételez fel, ekkor az árdiszkrimináció lehetőségével nem kell (nem lehet) számolni. A csak a versenyző piacon termelőket a csomagban történő értékesítő monopolista kizárhatja a piacról. Ehhez nem szükséges, hogy költség alatt árazzon vagy profitja egy részét feláldozza. *Nalebuff* [2005b] ezeknél az eseteknél a statikus fogyasztói és a teljes jólét növekedését is elképzelhetőnek tartja. A csomagban történő értékesítésnél a monopolista kétrészes árat vezethet be, amely a monopólium holtteher-vesztését csökkentheti. A versenyző termék piacának megzavarását *Nalebuff* szerint ellensúlyozza az itt bevezetett kétrészes ár alkalmazása.

A monopolista ezekben az esetekben a monopoltermékének árait úgy alakítja, hogy a fogyasztónak a termékek elkülönült megvásárlása ne álljon érdekében. *Greenlee és társai* [2004] ezért a csomagban szereplő termékek elkülönült árainak vizsgálatát mint a jólétváltozás mérésének eszközét hangsúlyozzák. Az általuk javasolt teszt kiszűrné a fogyasztói jólét csökkenésének eseteit, beleértve a csomagban történő értékesítés tiszta eseteit is, de a teljes jólét növekedésének esetei is áldozatul eshetnek a tesztnek.

*Az egyik terméknél monopóliumhelyzet, a másikonál korlátozottan versenyző piac van*

Ezt a helyzetet vizsgáló modellek elsősorban a piacra való belépés megakadályozásával foglalkoznak, és így a piaclezárási érvet vitató modellek ellenpárjainak számítanak. A modellekben a csomagban történő értékesítés tiszta esetét vizsgálják, többnyire erős korlátozó feltételezésekkel, például a belépő cégek számát illetően. A jóléti hatások is nehezen számba vehetők, valószínűleg pozitívak. *Whinston* [1990] modelljében azt mutatta ki, hogy csak abban az esetben érdemes a monopolistának a csomagban történő értékesítés mellett döntenie, ha erre való eltökélttségét a csomag kialakítása előtt meggyőzően bizonyítani tudja. Ennek hiányában a csomag nem hozott többletprofitot számára.

*Nalebuff* [2004] a csomagban történő értékesítés melletti előzetes elköteleződés nélkül elemzi az eseteket. Nála a csomagban történő értékesítés tiszta esete akkor hatékony elrettentő stratégia, ha egyetlen olyan belépővel számolunk, amely csak az egyik termék piacára tud belépni. Ebben a modellben nem szerepel termelési

költség, csak a belépés egyszeri költségével számol. A csomagban történő értékesítés a modellben optimális stratégia lehet, nincs szükség előzetes elköteleződésre. A modellben a csomag árát a monopolista nem tudja változtatni, ezért a belépés sok esetben jólétszökkentő hatású, mert a monopolárhoz a belépés költsége is hozzáadódik. *Brennan* [2005] ezeket az eseteket vizsgálva viszont úgy látja, hogy a csomag képzése nélküli belépés esetének egyensúlyához viszonyítva minden más egyensúlyi helyzet is jólétnövelő lehet, beleértve a csomagban történő értékesítés belépést elrettentő változatát is.

A modellek a jóléti hatásokat nem tudták egyértelműen kimutatni. Arra viszont rávilágítottak, hogy a csomagban történő értékesítésen kívül több belépéstől elrettentő stratégia is létezik, amelyek versenypolitikailag kevésbé aggályosak, mint például a hosszú távú szerződések vagy a mennyiségi árengedmények. Mindez a csomagban történő értékesítés eseteinek az eddigieknél alaposabb vizsgálatának szükségességére utal.

#### *Az egyik terméknel duopólium, a másikonál versenyző piac van*

Ezt a helyzetet kevesen elemezték. *Chen* [1997] azzal a feltételezéssel élt, hogy csomagban történő értékesítés hiányában a cégek a duopolpiacon *Bertrand*-versenyt folytatnak, és így mindkét piacon a termékeket határköltségen árazzák. A piacon egyensúly alakulhat ki, ha az egyik cég csomagban értékesít, míg a másik csak a duopolpiaci termékét értékesíti. A csomagban történő értékesítés esetében a jólét egyértelműen csökken, hiszen csomag nélkül a határköltségen áraztak.

#### *Mindkét terméknel korlátozottan versenyző piac van*

A modellek mindkét piacon duopóliumot feltételeznek. A termékek egymás tökéletes kiegészítői, azaz egyiket sem vásárolják a másik nélkül. *Economides* [1993] modelljében mindkét terméket mindkét cég gyártja, négyféle kombinációban lehet hozzájutni az összetett (kompozit) termékhez. A modell szerint a vegyes összecsomagolás jobb stratégiának számít a csomagolás nélküli helyzethez képest. Ha a kompozit javak nem közeli helyettesítői egymásnak, akkor a csomagban történő értékesítés a fogolydilemmához vezet, mert mindkét cég profitja alacsonyabb lesz, mint a csomagolás nélküli esetben. Ezzel szemben *Anderson–Leruth* [1993] azt mutatja ki, hogy a duopóliumok közötti versenyben az egyes termékek közötti verseny lesz a legjobb megoldás.

Az ellentmondást *Kopalee és társai* [1999] a kereslet különböző változatainak elemzésével oldották fel. *Nabeluff* [2000] a fogolydilemmát úgy szüntette meg, hogy a két terméket több termékre cserélte. *Matutes–Regibeau* [1992] modellje az összecsomagolás vegyes változatában a cégek azon döntését elemezte, hogy érdemes-e

a másik céggel kompatibilis termékeket gyártani. Eredményeik szerint erős ösztönzők működnek a kompatibilis termékek gyártására. Ha a fogyasztók rezervációs árait is figyelembe vesszük, akkor nem túl eltérő, mérsékelt rezervációs árak esetén az egyik cég egyes összecsomagolási választása és a másik cég egyedi termékek gyártása melletti választása adja az egyensúlyi helyzetet. A rezervációs árak nagy eltérései esetén az egyedi termékértékesítés mellett alakul ki az egyensúly.

*Choi–Stefanadis* [2001] modelljében a belépő sikeressége az innovációs készség, a kutatás-fejlesztési ráfordítások nagyságának a függvénye. Ha a piacon bent lévő az összecsomagolás tiszta esetét választja, akkor a csak az egyik piacra történő belépés értelmetlen lesz. A csomagban történő értékesítés arra is szolgál, hogy a belépni szándékozókat a kutatás-fejlesztési beruházásoktól eltántorítsa. *Carlton és Waldman* [2002] az összecsomagolás tiszta esetét a belépés időbeli ütemezésének megzavarására tartja alkalmazhatónak. A modellben először az egyik, majd a másik piacra lépne be az új cég. A modell bemutatja, hogy míg a második piacra történő belépést az összecsomagolás tiszta esete megelőzheti, amennyiben azonban az első piacon bent marad a belépő, a csomagolás megszüntetése a megfelelő stratégia.

#### *Mindkét terméknél versenyző piac van*

Ezt a piaci szerkezetet is kevesen vizsgálták. *Craswell* [1982] az árukapcsolást a termékek minőségmegőrzése szempontjából elemezte. *Evans–Salinger* [2004] az összecsomagolás esélyeit az átlagköltségen történő árazás esetén vizsgálta. A szerzők megpróbálták elszakadni az árdiszkriminációra és a stratégiai megfontolásokra koncentráló irodalomtól, és az összecsomagolás és árukapcsolás költségalapú indokait keresték. Modelljükben a verseny a szabad belépésben nyilvánult meg. A modell megmutatta, hogy az állandó költségek és az egységköltségek csökkentésének lehetősége mikor vált ki csomagban történő értékesítést vagy árukapcsolást. Magas állandó költségek, vagy mérsékelt állandó költségek és korlátozott kereslet az összecsomagolás tiszta esetének választása mellett egyensúlyt eredményezhet. A modellben, ha egy termék önálló előállításakor az állandó költségek több mint háromszorosát tették ki az összes változó költségnek, akkor az összecsomagolás tiszta esete hosszú távon fenntarthatónak bizonyult. A gyógyszerpiacot vizsgálva *Evans–Salinger* [2008] azt is kimutatta, hogy a keresleti jellemzők helyett gyakran a költségtényezők vizsgálata adja meg a választ a csomagban történő értékesítés valódi indokaira.

Az empirikus tanulmányok egy része szabályozási szempontból közelít a csomagban történő értékesítés és az árukapcsolás kérdéséhez. Az állami szabályozás következtében kialakult árukapcsolást vizsgálta *Haas-Wilson* [1987] a kontaktlencsepiacra. Az állami előírások a lencse árusítását orvosi szemvizsgálathoz kötötték. Az elemzés kimutatta, hogy miközben a szolgáltatásminőség nem javult, az árak nyolc százalékkal emelkedtek, ezzel a piaclezárás elméletének igazolását lehetett vélelmezni. A vizsgálatok egy másik köre éppen az ellenkező irányból, a csomagok szétválasztásának oldaláról elemezte a piacokat. A távközlési piacokon egyes szolgáltatásokra előírt kötelező elemekre bontás kérdéseit vizsgálta *Hausman–Sidak* [2005] tanulmánya. Úgy találták, hogy a szabályozási célok (alacsonyabb árak a kiskereskedelmi piacokon, újabb szolgáltatók belépése, verseny a nagykereskedelmi piacokon) elérését az empirikus eredmények nem támasztják alá.

A piaclezárás elméletét támasztották alá *Slade*-nek [1998a] a brit sörpiacról és a kanadai újsághirdetési piacról (*Slade*, 1998b) szóló empirikus tanulmányai. A vendéglátásban működő franchise-rendszer 100 vállalatát vizsgálva *Michael* [2000] arra az eredményre jutott, hogy a piaclezárás elméletét az empirikus eredmények nem igazolják, viszont a hatékonysági/minőségbiztosítási hipotéziseket az eredmények némileg alátámasztották.

A sporadikus empirikus eredmények iparáganként és helyzetenként változó indokokat és hatásokat állapítottak meg. Az elméleti vitákhoz és a jogérvényesítés gyakorlatához hasonlóan kialakult vegyes kép azt támasztja alá, hogy egyelőre nem halmozódott fel elég tapasztalat a viták eldöntéséhez.

### Nézetek a jogesetek tükrében

A fontosabb jogeseteket abból a szempontból próbáljuk elemezni, hogy milyen közgazdasági érvelést használtak az eldöntésükhöz.<sup>4</sup> Az esetek áttekintése mellett rövid összefoglalóját adjuk a csomagban történő értékesítés és az árukapcsolás megítélésében az Egyesült Államokban és az Európai Unióban legutóbb kialakult jogi álláspontoknak.

#### *Egyesült Államok*

Az Egyesült Államokban kezdetben a *Sherman*-törvény (1890) szerint ítélték meg az árukapcsolás eseteit (*Blair–Kaserman*, 2009, 407–417. o., *Elhauge–Geradin*, 2007, 498–635. o., *Fox–Sullivan* 1989, 644–697. o., *Hylton*, 2003, 11. fejezet és

<sup>4</sup> Ebben a részben az Egyesült Államok és az Európai Unió jogeseivel foglalkozunk. A hazai eseteket elemzi és a kérdéskör jó összefoglalását adja versenyjogi szempontból *Dudra–Vácz* [2006].

Vickers, 2009). Az első olyan ügy, amely elérte a Legfelsőbb Bíróságot, a *Henry v. A. B. Dick*-ügy volt. A Dick cég által szabadalmaztatott másológéphez a cég tintáját kellett használni. Henryt megvádolták, hogy a szabadalmat megsértve a másológéphez alkalmas saját tintát kezdett értékesíteni. Úgy védekezett, hogy az árukapcsolás sérti a *Sherman*-törvényt, de a bíróság – igaz, csak 4:3 arányban, ami az akkoriban ritka megosztottságot jelezte – *A. B. Dick*nek adott igazat. Részben ennek az ügynek a hatására a *Clayton*-törvénybe (1914) beépítették az árukapcsolás tilalmát. Ezt követően az ügyek elbírálása teljes fordulatot vett, az első ilyen ügyben (1917) kimondták, hogy jogszerűtlen szabadalmaztatott termékhez nem szabadalmaztatott terméket kapcsolni.

A *Clayton*-törvény alapján született első ügyek megítélése a monopolerő átvitelének elmélete szerint történt. Az ítélethez elegendő volt, hogy szabadalmaztatott termékhez kötött az árukapcsolás, nem vizsgálták sem a kapcsoló, sem a kapcsolt piacon elért piaci részesedéseket. Az *International Salt*-ügyben (1947) például a kapcsolt termék piaci részesedése nem haladta meg a négy százalékot, az ítélet mégis a tiltás volt. Az ítélezési gyakorlat további finomodását jelentette, amikor a Legfelsőbb Bíróság megfogalmazta a jogszerűtlenség *Sherman*-törvény és *Clayton*-törvény szerinti eltérő értékelését (1953, *Times – Picayune Publishing*-ügy). A bíróság úgy találta, hogy a *Sherman*-törvény szerint elfogadhatatlan az árukapcsolás, ha a kapcsoló terméknel elegendő (sufficient) piaci erő mutatkozik és a kapcsolt piac nem jelentéktelen (not insubstantial) részét érinti. A *Clayton*-törvény alapján csak egyik feltételnek kellett teljesülnie. Az ügyeket ezt követően inkább a *Sherman*-törvény alapján kezdték megítélni.

A *Northern Pacific*-ügyben (1958) tovább gyengítették a piaci erő figyelembevételéhez szükséges mértéket. A bíróság nem kívánta meg annak önálló elemzését, hogy az eladónak jelentős piaci ereje van-e, csak annyit mondott ki, hogy a monopóliumnál kisebb piaci erő is elegendő. Ezzel a bíróság egy lépéssel közelebb került a per se tiltás kiterjesztéséhez. A piaci erő empirikus kimutatásának szükségessége az 1962-es *Loew's*-ügyben (*Stigler* [1963] írása is ehhez kapcsolódik) tovább gyengült, a piaci erőt a Legfelsőbb Bíróság előtt a kapcsoló termék fogyasztók számára kívánatos volta, vagy egyedi tulajdonságai is bizonyították.

A *Fortner*-ügy 17 évig tartó ítélezési folyamatában (1960–1977) az első ítélet úgy fogalmazott, hogy az eladó pusztá képessége arra, hogy árukapcsolást hozzon létre, bizonyítja piaci erejét, és ezért az árukapcsolás jogszerűtlen. A versenyjogászok meghökkenése elég általános volt – az elégedetlen fogyasztók miatt tömeges perekre lehetett számítani. A Legfelsőbb Bíróság döntése végül nem ismerte el az ügyben a piaci erő meglétét, ezáltal valamelyest visszavett a piaci erő könnyű elismertetőségéből. Ebbe az irányba mutató újabb lépés a *Jefferson Parish Hospital*-ügye volt (1984), amelyben az alsóbb fokú bíróság a földrajzi piac értelmezése után nem tartotta megalapozottnak az erőfölény megállapítását. A fellebbviteli bíróság ezt a döntést megváltoztatta, végül a Legfelsőbb Bíróság (9:0 arány-

ban) az elsőfokú bíróság álláspontját fogadta el. A per se szabályokat változatlanul hagyták, de négylépéses tesztet vezettek be a törvénytelen magatartás kiszűrésére (ezt később sokan módosított per se szabálynak nevezték). Eszerint a (1) kapcsoló és a kapcsolt termékeknek különállóknak kell lenniük, (2) a kapcsoló termék piacán az árukapcsolásban részt vevőnek piaci ereje kell, hogy legyen, (3) az árukapcsolást végző cég a fogyasztókat kényszeríti a kapcsolt termék megvételére, (4) az árukapcsolás jelentős nagyságú piacot zár le. A kisebbségi véleményben azonban már az is megfogalmazódott, hogy a per se szabályok helyett a mérlegelés szabályait kellene alkalmazni az árukapcsolási ügyekben. Érvelésükben döntő súllyal szerepelt, hogy az ügy eldöntésének elemzési költségei ma már anélkül azonosak egy mérlegelésen (rule of reason) alapuló döntésével, hogy annak előnyei érvényesülhetnének. Le kell venni a per se cédulát az esetekről – mondták – és vizsgálni kellene az egymással ellentétes gazdasági hatásokat.

A Jefferson Parish Hospital ügyében hozott döntés után sokan az addigi joggyakorlat megváltozását, az ügýtípusban a mérlegelés szabályának bevezetését várták. Ezért is volt meglepő a *Kodak-ügyben* (1995) hozott végső ítélet. A Kodak-berendezésekhez készített pótalkatrészek és berendezések szervizelése egy ideig részben a Kodak saját műhelyeiben, részben független műhelyekben történt. A Kodak egy idő után nem értékesített pótalkatrészeket a független műhelyek számára. A kezdődő perben a Kodak úgy érvelt, hogy a termék és a szolgáltatás összefüggő rendszert alkot (system theory), míg a felperesek az „installált bázis” (installed base) elvét hangsúlyozták. Az utóbbi szerint a berendezésgyártó jelentős piaci erővel rendelkezik a berendezések versenyző piacának utópiacán amiatt, hogy a termékét megvásárlók csak jelentős váltási költséggel léphetnének át más termék piacára, ezáltal a berendezésgyártó ezen váltási költségének mértékéig meg tudja emelni az utópiaci árakat.

Az első fokon eljáró bíró a rendszerelméletet fogadta el, a fellebbviteli bíróság visszautalta az ügyet első fokra, az újabb fellebbezés a Legfelsőbb Bíróságra került, amely úgy ítélte meg, hogy a két versengő elmélet közötti választáshoz nem elegendő a logikai okfejtés, a Kodak magatartásának jobb megértéséhez további vizsgálatokra van szükség. Ezek lezárultával a Kodakot elmarasztalták, alapvetően az installált bázis elméletet támasztva alá. Az ügy jelentős vitát váltott ki és az ítélkező bíróságok dolgát is megzavarta, mert a franchise-ügyek több ponton való hasonlósága miatt eljárások indultak. A későbbiekben a bíróságok kezdték úgy interpretálni az ügyet, hogy az elmarasztaló ítéletet az üzleti magatartás megváltoztatása indokolta, ha a Kodak kezdettől fogva az árukapcsolással építi ki üzletét, nem lehet elmarasztalni, mert a kapcsoló termék (a berendezések) piacán verseny volt.

A *Microsoft* soklépcsős perében (2001–2004) hozott ítéletek a monopolizáció vádjá mellett az árukapcsolást is minősítették. A kiinduló ítélet a cég feldarabolása volt. A fellebbviteli bíróság megállapította, hogy a cég a böngésző piacon azért igyekezett részesedését növelni, hogy az operációs rendszere piacán monopolhely-



zetét megőrizze. A körzeti bíróság szerint per se jogtalan árukapcsolás történt, a fellebbviteli szerint mérlegelés tárgyává kellett volna tenni az árukapcsolást, mert a per se szabály értékes innovációt akadályozhat meg. A programozási környezetet biztosító szoftverek piacán gyakori az árukapcsolás és ennek sokszor hatékonysági okai vannak, ezt a körzeti bíróság nem vizsgálta, ezért a fellebbviteli bíróság pontosabb elemzésre visszaadta az ügyet. Az ügy lezárásaként a Microsoft különböző kötelezettségeket vállalt, amelyek egy része az árukapcsolás következményeinek enyhítését szolgálta.

Végül megemlíthetjük a *LePage-ügyet* (2003), amelyben a fellebbviteli bíróság – megerősítve az elsőfokú bíróság állásfoglalását – a kizárásra törekvés részeként minősítette a csomagban történő értékesítés adott formáját, amely más, azonos célt szolgáló lépésekkel a *Sherman-törvény* monopolizálást tiltó rendelkezését sérti. A perben számunkra talán a legfontosabb momentum az volt, hogy a „bíróság barátjaként” fellépő Egyesült Államok amellett érvelt, hogy az ügy jellege és különösen a közgazdasági elemzések jelenlegi állása miatt célszerű lenne az ügyet az eddigi esetjog alapján lezárni és új tesztek kidolgozását – amit a per során többen ajánlották – későbbre, egy jobban kezelhető, jobban alátámasztott esetre hagyni.<sup>5</sup>

A *LePage-ügyben* történő halasztást a versenyjog modernizációjára összehívott bizottság (Antitrust Modernization Commission, 2007) próbálta pótolni. Megállapították, hogy – amint az a *LePage-ügyben* is kiderült – a csomagban történő értékesítésről kialakított világos elvek hiánya a versenybarát vagy a versenyre semleges ható magatartást is korlátozza, ezért a fogyasztói jólétet csökkenti. Megoldásként egy „biztos menedék” kialakítását javasolták azoknak az ügyeknek a kezelésére, amelyekben a több termékre vonatkozó árendedmények a fogyasztókat kedvezően érintik. Ennek eldöntéséhez háromrészes tesztet ajánlottak. A *Sherman-törvény* 2. szakasza megsértésének bizonyításához a felperesnek igazolnia kellene, hogy (1) ha a csomag egészét érintő kedvezményeket a versenyző termékre szétosztják, akkor az alperes a versenyző terméket határkölsége alatt értékesíti, (2) az alperes ezt a rövid távú veszteséget vissza tudja nyerni, (3) a csomagban történő értékesítésnek kedvezőtlen hatása volt vagy lesz a versenyre.

A bizottság jelentését követően az Igazságügyi Minisztérium is jelentést tett közzé a *Sherman-törvény* 2. szakasza alá tartozó magatartásokról. A minisztérium egyetértett azzal, hogy az árukapcsolás per se büntethetőségét meg kell szüntetni. Az árukapcsolás akkor törvénytelen, ha nincs pozitív versenyhatása vagy – ha van is ilyen – az általa okozott versenyhátrányok aránytalanul nagyobbak az elért haszonnál. A több termékre vonatkozó árendedményeknél az előbbihez hasonló szempontok szerint kell megítélni a biztos menedéken kívüli ügyeket is. A minisztérium úgy vélte, hogy bizonyos esetekben – például az egytermékes hűségkedvezményeknél

<sup>5</sup> Lásd: *3M Company FKA Minnesota Mining and Manufacturing Company, Petitioner v. LePage's Incorporated, et al.* Brief for the United States as Amicus Curiae. Supreme Court of the United States, No. 02-1865., May 2004.



– előnyös lehet a kizorító árazás szerinti vizsgálat. Azt is elfogadhatónak tartották, hogy ahol a piaclezárás szerinti vizsgálat folyik, ott a felperesnek kell bizonyítania, hogy a kedvezmények a piac jelentős részét lezárják és így ártanak a versenynek (Competition and Monopoly, 2008, 90., 105., 117. o.).

Ezek a javaslatok és megfontolások azonban a minisztérium 2009. májusi bejelentésével egyelőre parkolópályára kerültek, ugyanis a minisztérium azzal vonta vissza a jelentést, hogy az már nem fejezi ki álláspontját. Az indoklásban az szerepelt, hogy a jelentés túl sok akadályt épített volna a versenypolitika érvényesítése elé és biztos menedéket kínálva extrém óvatossággal közelített volna az ügyekhez. A jelentés visszavonása – hangsúlyozták – a versenypolitikai filozófia módosulását jelenti, valamint jelzi a minisztérium elkötelezettségét, hogy agresszív módon fogja kezelni azokat az ügyeket, amelyekben a monopolista piaci erejét arra használja, hogy a versenyt elfojtsa és a fogyasztókat megkárosítsa. A minisztérium kijelentette, hogy a versenyszabályozás területén visszatér a kipróbált és igaz esettjoghoz és a Legfelsőbb Bíróság precedensértékű ítéleteihez (Justice Department, 2009).

#### *Európai Unió<sup>6</sup>*

Az unió jogrendszerében a 101. és a 102. cikk alapján járhatnak el az árukapcsolással, a csomagban történő értékesítéssel összefüggő ügyekben. A legtöbb ügy a 102. cikk alapján indult. *Russo et al.* [2010] 12 ügyről tesz említést, ezek között három volt jelentősebb.

A *Hilti-ügyben* (1987) a Bizottság megállapította, hogy a cég monopolizálni kívánta a piacot, ahol már addig is domináns szereplő volt. Erre üzleti stratégiájának számos vonása utalt, többek között a szögbelövőkhöz használt tartópatronoknál alkalmazott árukapcsolás. A cég ugyanis előírta, hogy a szabadalmaztatott patronokhoz a szöget is tőle kell beszerezni. A Bizottság inkonzisztensnek minősítette a cég védekezéseként felhasznált biztonsági érvet. A magatartást a piaci erőfölénnyel való visszaélésnek minősítették, hangsúlyozva, hogy a cél a független szögtermelők kizárása volt. A Bizottság a kizárás elítélése mellett azt is kiemelte, hogy ezzel a magatartással a cég elérte, hogy a fogyasztóknak ne legyen választási alternatívájuk, ezáltal kizsákmányolta őket. A cég a fellebbezésében azzal az érveléssel próbálkozott, hogy a szögbelövők és az azokhoz tartozó fogyóeszközök egyetlen piacot alkotnak (a system theory, az összefüggő rendszer elmélete alapján). Az Elsőfokú Bíróság (1991-ben) majd az Európai Bíróság (1994-ben) is fenntartotta a Bizottság döntését.

A *Tetra Pak II.-ügyben* (1991-ben) a Bizottság a cég üzleti stratégiáját elemezve azt állapította meg, hogy az erőfölényével többféle módon visszaélt, és a versenytár-

<sup>6</sup> Lásd erről *Elhauge–Geradin* [2007], 498–635. o., *Russo et al.* [2010], 148–158. o., *Vickers* [2009] és *Whish* [2010], 677–686. o.

sak kizárása volt a célja. Ennek a stratégiának a középpontja az árukapcsolás köré kiépített rendszer volt (a folyadékcsomagoló gépeihez maga szállította a kartonokat, és kikötötte, hogy csak ő nyújthat javítási és karbantartási szolgáltatást). Ez lehetővé tette, hogy széles körű keresztfinanszírozást alkalmazva korlátozza a márkán belüli és márkák közötti versenyt, és ezt a tevékenységét az európai piac szegmentálása révén is kiterjesztette. Tevékenysége során kiszorító árazást alkalmazott, és a fogyasztói érdekek nagymértékben sérültek. A Bizottság a Tetra Pak védekezése során előadott érveket (a technológiai követelmények, a termék megbízhatósága, a közegészségügy védelme, a kutatás-fejlesztés révén elérhető szinergiák, a márka elismertségének védelme stb.) nem fogadta el, részben azok tarthatatlansága miatt, részben azért, mert úgy ítélte meg, hogy a célok kevésbé versenykorlátozó módon is elérhetőek lettek volna. A Bizottság a pénzbüntetésen kívül egy sor kötelezettséget írt elő a cégnek a visszaélések további megakadályozása érdekében. A fellebbezéseket az Elsőfokú Bíróság (1994-ben) és az Európai Bíróság (1996-ban) is elutasította.

A harmadik ügy a *Microsoft* európai pere volt. Az ügy kezdete 1998-ra nyúlik vissza, amikor a Sun Microsystems panaszt nyújtott be technikai információk visszatartása miatt a Windows NT szerverinterfészekkel kapcsolatban. 2001-ben a vizsgálatot a Bizottság kiterjesztette a médialejátszókra is, ez utóbbi esetben az árukapcsolás versenykorlátozó jellegét vizsgálta. A 2004-ben hozott döntés alapján a Microsoftnak el kellett készítenie a Windows operációs rendszer Media Player nélküli változatát.

Az árukapcsolás ebben az esetben technikai árukapcsolás volt, a szerződés nem kötelezte a fogyasztókat a Média Player megvásárlására, az része volt a vásárolt terméknek, akár akarták a fogyasztók, akár nem. A Microsoft érvelése szerint hatékonysági megfontolások alapján illesztették be a lejátszót, és az nem tekinthető külön terméknek. A Bizottság vizsgálata nagyrészt a termék elkülönült voltára vonatkozott. A Bizottság úgy találta, hogy az operációs rendszer és a médialejátszó két külön termék, mert külön kereslet van a médialejátszókra, amelyeket számos cég fejleszt, maga a Microsoft is fejleszti más operációs rendszerekhez. Megállapították, hogy a Microsoft más cégek lejátszóival közvetlen versenyben reklámozza a Média Playert. A Bizottság kifogásolta, hogy a személyiszámítógép-gyártóknak az operációs rendszer telepítésekor a Média Playert tartalmazó Windowst kell licenzelniük, másikat csak a Média Player mellett telepíthetnek, ezzel a Bizottság szerint kényszerítés történik és a Microsoft magatartása a verseny kizárására irányul.

A Microsoft fellebbezése miatt az Elsőfokú Bíróság is tárgyalta az ügyet és 2007-ben hozott határozatában kimondta, hogy a két termék önálló volt. Azt is hangsúlyozták, hogy az infokommunikációs ipar gyors fejlődése miatt a különböző termékek egy terméké olvadhatnak. A bíróság elsősorban azt vizsgálta, hogy a panasz idején a két termék különálló volt-e. Ez egyértelműen bizonyítható volt, a Microsoft honlapjáról külön is le lehetett tölteni, külön licenzmegállapodása volt a médialejátszóra és a bíróság a Bizottság többi érvét is elfogadta. A kényszerítés körülményét

a Bíróság abban is megállapította, hogy a Média Playert nem lehetett eltávolítani a rendszerből. A médialejátszó beépítése a piac lezárásához vezetett, megváltoztatta a versenyhelyzetet a Microsoft javára és a versenytársak kárára. Az Elsőfokú Bíróság abban is egyetértett a Bizottsággal, hogy a hálózati hatások, a Windows széles körű elterjedtsége a versenytársakat hátrányosan érintve befolyásolja a szoftverfejlesztőket és a tartalomszolgáltatókat. Az ügyhöz tartozó további fejlemény volt, hogy 2009 januárjában a Bizottság bejelentette: vizsgálatot indít az Internet Explorer árukapcsolása miatt. 2009 decemberében a Bizottság elfogadta a Microsoft ajánlatát, hogy a Windows egy külön ablakban választási lehetőséget nyit a böngésző telepítésekor.

Az európai versenyszabályozás reformját célzó lépések sorában a versenyszabályozási igazgatóság műhelytanulmányban (DG Competition, 2005) foglalta össze az akkor 82. cikknek nevezett törvényhellyel kapcsolatos álláspontját. Ebben az árukapcsolás és a csomagban történő értékesítés kérdését is érintették. A vitaanyag szerint a tiltáshoz négy feltétel megléte szükséges: (1) a cég domináns pozíciója a kapcsoló termék piacán, (2) a kapcsoló és a kapcsoló termék különállósága, (3) az árukapcsolásnak feltételezhetően piaczavaró, lezáró hatása van, (4) az árukapcsolás nem igazolható objektív okokkal vagy hatékonysági érvekkel.

A Bizottság 2009-ben kiadott Közleménye a jogérvényesítési prioritásainak megfogalmazása során ezt az álláspontot átvéve úgy fogalmaz, hogy a Bizottság akkor intézkedik, ha erőfölényt, különálló terméket és valószínűleg versenyellenes piaclezárást lehet megállapítani az árukapcsolás esetén (Közlemény, 2009, 50. pont). A versenyellenes piaclezárást a kapcsoló és/vagy a kapcsoló termékek piacán az alábbi szempontok figyelembevételével ajánlják megvizsgálni. A cég tartós árukapcsolási stratégiája – például a technikai árukapcsolás, amelynek a visszafordítása költséges – nagyobb kockázatot jelent. Figyelembe kell venni, hogy a csomagban történő értékesítés esetén több termék piacán is erőfölényben lehet a vállalkozás. Az áremelés lehetőségének különböző eseteit alaposan vizsgálni kell, például azt az esetet, amikor a kapcsoló és kapcsoló terméket változó arányban használják, vagy az árak a kapcsoló termék piacán szabályozottak. A többtermékes árendedményeknél viszont olyan helyzet állhat elő, hogy az árendedmény olyan mértékű, hogy akik csak a csomag egyes elemeit kínálják, nem tudnak versenyezni a csomaggal. Ha a versenytársak azonos csomagokat értékesítenek, akkor viszont annak vizsgálata szükséges, hogy a csomag ára összességében kizorító hatású-e.

A Bizottság az árukapcsolás, illetve a csomagban történő eladás esetén az olyan megtakarításokat is megvizsgálja, amelyek a vevők javát szolgálhatják: például csökkentik-e az ügylet a vevőket terhelő költségeket, akiknek egyébként külön kellene beszerezniük a termékeket, illetve elérhető-e számottevő megtakarítás a szállítókat terhelő csomagolási és forgalmazási költségek tekintetében. A Bizottság vizsgálhatja, hogy az árukapcsolás ösztönözheti-e a termék(ek) sikeres piaci bevezetését, és ezzel előnyhöz jutnak-e a fogyasztók. Az is megfontolandó, hogy lehetővé válik-e

a nagy mennyiségű termeléséből vagy beszerzéséből eredő hatékonyságjavulás fogyasztók részére történő továbbadása.

Az árukapcsolás egy adott formáját, az egyedüli márkakikötést a Bizottság vertikális korlátozásokról szóló iránymutatása is érinti (Bizottság, 2010). Az iránymutatás elemzési eszköztára megegyezik a 102. cikk esetében alkalmazhatóakkal, de itt a csoportmentességi rendelet hatályát is figyelembe kell venni, ami szerint az árukapcsolást mentesíti, ha sem a szállítónak mind a kapcsoló, mind a kapcsolt termék piacán meglévő piaci részesedése, sem a vevőnek az érintett beszerzési piacokon meglévő piaci részesedése nem haladja meg a 30 százalékot (Bizottság, 2010, 218. paragrafus).

## Összefoglalás

Az áttekintett közgazdasági elemzések arra utalnak, hogy a közgazdaságtan – elsősorban elméleti jelleggel – ezen a területen olyan piacmodellekkel foglalkozik, amelyekben a piaci verseny erősen korlátozott. A stratégiai magatartás feltételezése miatt eddig kevés erőfeszítést tettek a költségsökkenési és hatékonysági szempontok elemzésére. Ez a kritika persze a versenyszabályozással foglalkozó elméleti irodalom egészére is megfogalmazható, amelynek eredményeként a versenyszabályozás nem mindig tud különbséget tenni a versenyt ösztönző és az azt károsító magatartások között. A jóléti hatások számbavétele különösen sok problémát okoz.

A sporadikus empirikus eredmények iparáganként és helyzetenként változó indokokat és hatásokat állapítottak meg. Az elméleti vitákhoz és a jogérvényesítés gyakorlatához hasonlóan az empirikus elemzéseknél is kialakult vegyes kép azt támasztja alá, hogy egyelőre nem halmozódott fel elég tapasztalat a viták eldöntéséhez. A csomagban történő értékesítéssel és az árukapcsolással foglalkozó közgazdasági irodalom meglehetősen szerteágazó és nehezen rendszerezhető, és ez a bizonytalanság a jogértelmezés, a jogszabályok alakítása körüli vitákban is tetten érhető. A jog – biztonságra és következetességre törekedve – természetszerűleg csak késéssel követheti a közgazdasági elméletek fejlődését, de amint azt az Egyesült Államok tapasztalata mutatja, a közgazdasági elméletek körüli viták hullámmása a jogalkotást és a joggyakorlatot is erősen befolyásolhatja.

## Hivatkozások

- Adams, W. J. – Yellen, Janet L. [1976]: Commodity Bundling and the Burden of Monopoly. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 90., No. 3., 475–498. o.
- Anderson, Simon P. – Leruth, Luc [1993]: Why Firms May Prefer Not to Price Discriminate via Mixed Bundling. *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 11., No. 1., 49–61. o.
- Antitrust Modernization Commission [2007]: Report and Recommendations. April, 540 o.
- Bakos, Yannis – Brynjolfsson, Eric [2000]: Bundling and Competition on the Internet. *Marketing Science*, Vol. 19., No. 1., Winter, 63–82. o.

- Berg, Roger Van den – Cameasca, Peter [2006]: European Competition Law and economics: A Comparative Perspective. 2nd edition, Sweet & Maxwell, London, 465 o.
- Bishop, Simon – Walker, Mike [2010]: The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement. University edition, Sweet& Maxwell, London, 793 o.
- Bizottság [2010]: Európai Bizottság. A vertikális korlátozásokról szóló iránymutatás. *Az Európai Unió Hivatalos Lapja*, C 130/1, 2010.5.19.
- Blair, Roger D. – Kaserman, David L. [2009]: Antitrust Economics. Oxford University Press, 481 o.
- Brennan, Timothy J. [2005]: Competition as an Entry Barrier? Consumer and Total Welfare Benefits of Bundling. AEI-BROOKINGS Joint Center for Regulatory Studies Related Publication, 05-08.
- Carlton, Dennis W. – Perloff, Jeffrey M. [2003]: Modern piacelmélet. Panem, 871 o.
- Carlton, Dennis W. – Waldman, Michael [2002]: The Strategic Use of Tying to Preserve and Create Market Power in Evolving Industries. *Rand Journal of Economics*, Vol. 33., No. 2., 194–220. o.
- Carlton, Dennis W. – Waldman, Michael [2005]: How Economics Can Improve Antitrust Doctrine towards Tie-In Sales. *Competition Policy International*, Vol. 1., No. 1., Spring, 27–40. o.
- Castle, Stephen [2008]: EU fine sends message to Microsoft and others. *New York Times*, február 27.
- Chen, Yongmin [1997]: Equilibrium Product Bundling. *Journal of Business*, Vol. 70., No. 1., 85–103. o.
- Choi, Jay P. – Stefanadis, Christodoulos [2001]: Tying, Investment, and the Dynamic Leverage Theory. *Rand Journal of Economics*, Vol. 32., No. 1., 52–71. o.
- Choi, Jay P. [2003]: Bundling New Products With Old to Signal Quality, with Application to the Sequencing of New Products. *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 21., No. 8., 1179–1200. o.
- Competition and Monopoly [2008]: Competition and Monopoly: Single-Firm Conduct Under Section 2 of the Sherman Act. U.S. Department of Justice, September, 201 o.
- Cournot, Augustin [1838]: Research into the Mathematical Principles of the Theory of Wealth. Reprint, General Books, 2010, 100 o.
- Craswell, Richard [1982]: Tying Requirements in Competitive Markets: The Consumer Protection Aspects. *Boston University Law Review*, Vol. 62., No. 3., 661–700. o.
- DG Competition [2005]: DG Competition discussion paper on the application of Article 82 of the Treaty to exclusionary abuses. Brussels, 72 o. <http://ec.europa.eu/competition/antitrust/art82/discpaper2005.pdf>
- Dudra Attila – Váczai Nóra [2006]: Az árukapcsolás versenyjogi megközelítése, 1–2. rész. *Infokommunikáció és jog*, 5. sz., 163–166. o. és 6. sz., 203–207. o.
- Economides, Nicholas [1993]: Mixed Bundling in Duopoly. NYU Stern School of Business Working Paper, EC 93–29.
- Elhauge, Einer – Geradin, Damien [2007]: Global Competition Law and Economics. Hart, 1170 o.
- Elhauge, Einer [2009]: Tying, Bundled Discounts and the Death of the Single Monopoly Profit Theory. Harvard John Olin Center for Law, Discussion Paper, No. 629.
- Elhauge, Einer [2010]: The Failed Resurrection of the Single Monopoly Profit Theory. *Competition Policy International*, Vol. 6., No. 1., Spring, 155–209. o.
- Evans, David S. – Salinger, Michael A. [2008]: The role of cost in determining when forms offer bundles. *The Journal of Industrial Economics*, Vol. 56., No. 1., March, 143–168. o.
- Evans, David S. – Salinger, Michael A. [2005]: Why Do Firms Bundle and Tie? Evidence from Competitive Markets and Implications for Tying Law. *Yale Journal on Regulation*, Vol. 22., No. 1., 38–89. o.
- Evans, David S. – Salinger, Michael [2004]: An Empirical Analysis of Bundling and Tying: Over the Counter Pain Relief and Cold Medicines. CESIFO Working Paper, No. 1297.
- Fang, Hanming – Norman, Peter [2003]: An Efficiency Rationale for Bundling of Public Goods. Cowles Foundation Discussion Papers, No. 1441.
- Fist, Harry [2005]: No Single Monopoly Profit, No Single Monopoly Prescription? *Competition Policy International*, Vol. 5., No. 2., Autumn, 199–207. o.
- Fox, Eleanor M. – Sullivan, Lawrence A. [1989]: Cases and Materials on Antitrust. West publishing, 935 o.

- Greenlee, Patrick – Reitman, David – Sibley, David S. [2004]: An Antitrust Analysis of Bundled Loyalty Discounts. U.S. Department of Justice, Economic Analysis Group, Discussion Paper, No. 04–13.
- Haas-Wilson, Deborah [1987]: Tying Requirements in Markets with Many Sellers: The Contact Lens Industry. *Review of Economics and Statistics*, Vol. 69., No. 1., 170–175. o.
- Hausman, Jerry A. – Sidak, J. Gregory [2005]: Did Mandatory Unbundling Achieve its Purpose? Empirical Evidence from Five Countries. *Journal of Competition Law & Economics*, Vol. 1., Iss. 1., 173–245. o.
- Hylton, Keith N. [2003]: Antitrust Law. Economic Theory and Common Law Evolution. Cambridge University Press, 413 o.
- Ilyés Márton — Szolnoki Pálma [2008]: Összekapcsoltan értékesített termékek versenyszabályozási kezelésének közgazdaságtani alapjai. Tanulmány a Gazdasági Versenyhivatal Versenykutatás Központja részére. 73 o.
- Justice Department [2009]: Justice Department Withdraws Report on Antitrust Monopoly Law. Press Release, Monday, May 11.
- Kenney, Roy W. – Klein, Benjamin [1983]: The Economics of Block Booking. *Journal of Law & Economics*, Vol. 26., No. 3., 497–540. o.
- Kobayashi, Bruce H. [2005]: Does Economics provide a Reliable Guide to regulating Commodity Bundling by Firms? A Survey of the Economic Literature. *Journal of Competition Law and Economics*, Vol. 1., No. 4., 707–746. o.
- Kolay, Sreya – Shaffer, Greg [2003]: Bundling and Menus of Two-Part Tariffs. *Journal of Industrial Economics*, Vol. 51., No. 3., 383–403. o.
- Kopalle, Praveen – Krishna, Aradhna – Assuncao, Joao L. [1999]: The Role of Market Expansion in Equilibrium Bundling Strategies. *Managerial and Decision Economics*, Vol. 20., No. 7., 365–377. o.
- Közlemény [2009]: A Bizottság közleménye – Iránymutatás az EK-Szerződés 82. cikkének az erőfölényben lévő vállalkozások versenykorlátozó visszaélő magatartására történő alkalmazásával kapcsolatos bizottsági jogérvényesítési prioritásokról. *Az Európai Unió Hivatalos Lapja*, C 45/7, 2009.2.24.
- Matutes, Carmen – Regibeau, Pierre [1992]: Compatibility and Bundling of Complementary Goods in a Duopoly. *Journal of Industrial Economics*, Vol. 40., No. 1., 37–54. o.
- McAfee, R. Preston – McMillan, John – Whinston, Michael D. [1989]: Multiproduct Monopoly, Commodity Bundling, and Correlation of Values. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 104., No. 2., 371–383. o.
- Michael, Steven C. [2000]: The Extent, Motivation and Effect of Tying in Franchise Contracts. *Managerial and Decision Economics*, Vol. 21., No. 5., 191–201. o.
- Motta, Massimo [2007]: Versenypolitika. Elmélet és gyakorlat. Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központ, Budapest, 666 o.
- Nalebuff, Barry [1999]: Bundling. Yale ICF Working Paper, No. 99–14.
- Nalebuff, Barry [2000]: Competing Against Bundles. Yale School of Management Working Paper, No. ES-02.
- Nalebuff, Barry [2004]: Bundling as a Barrier to Entry. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 119., No. 1., 159–187. o.
- Nalebuff, Barry [2005a]: Tied and True Exclusion. *Competition Policy International*, Vol. 1., No. 1., Spring, 41–53. o.
- Nalebuff, Barry [2005b]: Exclusionary Bundling. *The Antitrust Bulletin*, Vol. 50., No. 3., Fall, 347–350. o.
- Nalebuff, Barry [2009]: Price Discrimination and Welfare. *Competition Policy International*, Vol. 5., No. 2., Autumn, 221–241. o.
- Pepall, Lynne – Richard, Daniel J. – Norman, G. [2008]: Piacelmélet. Hvgorac, 896 o.
- Rennhoff, Adam, D. – Serfes, Konstantinos [2009]: The role of upstream-downstream competition on bundling decisions: should regulators force firms to unbundle? *Journal of Economics and Management Strategy*, Vol. 18., No. 2., Summer, 547–588. o.



- Russo, Francesco – Schinkel, Maarten, Pieter – Günster, Andrea – Carree, Martin [2010]: European Commission Decisions on Competition. Cambridge University Press, 456 o.
- Salinger, Michael A. [1995]: A Graphical Analysis of Bundling. *Journal of Business*, Vol. 68., No. 1., 85–98. o.
- Schmalensee, Richard [1982]: Commodity Bundling by Single Product Monopolies. *Journal of Law & Economics*, Vol. 25., No. 1., 67–71. o.
- Schmalensee, Richard [1984]: Gaussian Demand and Commodity Bundling. *Journal of Business*, Vol. 57., No. 1., S211–S230.
- Seabright, Paul [2009]: The Undead? *Competition Policy International*, Vol. 5., No. 2., Autumn, 243–250. o.
- Slade, Margaret E. [1998a]: Beer and the Tie: Did Divestiture or Brewer-Owned Houses Lead to Higher Beer Prices? *Economic Journal*, Vol. 108., Iss. 448., 565–602. o.
- Slade, Margaret E. [1998b]: The Leverage Theory of Tying Revisited: Evidence from Newspaper Advertising. *Southern Economic Journal*, Vol. 65., No. 2., 204–222. o.
- Stigler, George J. [1963]: US v. Loew's Inc.: A Note on Block Booking. *Supreme Court Review*, 152–157. o.
- Tirole, Jean [2005]: The Analysis of Tying Cases: A Primer. *Competition Policy International*, Vol. 1., No. 1., Spring, 1–25. o.
- Vickers, John [2009]: Some Economics of Abuse of Dominance. In: Vives, Xavier (ed.): *Competition Policy in the EU. Fifty Years on from the Treaty of Rome*. Oxford University Press, 71–94. o.
- Whinston, Michael D. [1990]: Tying, Foreclosure, and Exclusion. *American Economic Review*, Vol. 80., No. 4., 837–859. o.
- Whish, Richard [2010]: *Versenyjog. HVG–ORAC*, Budapest, 1003 o.



# VERSENYPOLITIKA ÉS VERSENYKÉPESSÉG

## Az OTP mint nemzeti bajnok

VÁRHEGYI ÉVA

*A cikk a magyar piacvezető bank fejlődéstörténete alapján kívánja megvilágítani a nemzeti bajnokká válás egy lehetséges útját és jellemzőit, valamint e pozíció fenntartásának fontosabb eszközeit. A tervgazdaság viszonyai között nemzeti vállalként alapított, monopolisztikus pozícióba helyezett OTP a piacgazdaságban is megőrizte nemzeti bajnok státusát. Ennek folyamatát a cikk az állam és a bank viszonyán keresztül próbálja megragadni, bemutatva a banki érdekérvényesítés főbb módszereit és csatornáit, valamint az állami támogatások és piacteremtés módjait. Feltárja, hogy a kedvező örökségek, valamint a mindenkor magyar kormány és a mindenkor bankvezetés együttműködése miként biztosította a hitelintézet kiemelkedő piaci és jövedelmi pozícióját a rendszerváltást követően.\**

Journal of Economic Literature (JEL) kód: G21, G28, H25, L52

A legtöbb európai bankrendszerben találunk „nemzeti bajnokokat” (national champions). Ilyen volt Franciaországban a háború után államosított és később európai akvizíciókkal is felnövesztett Crédit Lyonnais, amelynek vezetése nemcsak a „túl nagy ahhoz, hogy bukjon” elve miatt söpörhette szőnyeg alá a problémákat a nyolcvanas–kilencvenes évek fordulóján, hanem a felügyelet elnéző magatartása miatt is. A veszteségforrások gyökeres felszámolását nehezítette, hogy a kormány

A cikk a GVH VKK/3/2009 sz. pályázata alapján az AL/1635/2009 sz. támogatási szerződés záró tanulmányának (Várhegyi–Voszka, 2010) a szerző által készített része alapján készült. A nagyvállalatok mint nemzeti bajnokok kutatása előző fázisának eredményeiről lásd: Antalóczy–Voszka [2008] tanulmányát, amelynek terminológiáját a jelen cikk is átvette, vagyis nemzeti bajnoknak tekinti „azt a nemzetközi, globális piacokon is versenyképes vállalkozást, mely nemcsak a piaci magatartásával emelkedett ki, terjeszkedett, hanem ehhez a nemzetállam segítsége is hozzájárult” (i.m., 5. o.).

---

Várhegyi Éva, az MTA doktora, a Pénzügykutató Zrt. tudományos tanácsadója.  
E-mail cím: varhegyi.eva@penzugyutato.hu

A rovat a Gazdasági Versenyhivatal és annak Versenykultúra Központja támogatásával jelenik meg.

ragaszkodott ahhoz, hogy a nemzeti bajnok bank francia kézben maradjon. A bankvezetés és a felügyelő hatóságok közötti személyes összefonódások, az összejátszás és a kölcsönös kedvezmények hozzájárultak a korai – és kisebb társadalmi költséggel járó – beavatkozások elodázásához, és ezzel a problémák eszkalálódásához.<sup>1</sup> A francia bajnokot végül 1999-ben privatizálták, majd 2003-ban felvásárolták, de továbbra is nemzeti tulajdonban maradt.

Nemzeti bajnok volt hosszú ideig Ausztriában a Creditanstalt, amelynek a privatizációja pusztán azért húzódott egy évtizedig, mert a kormány vonakodott attól, hogy a nemzeti gyöngyszem külföldi kézbe kerüljön. Végül a két jelentős osztrák bank összeolvasztásával kreált Bank Austria vehette meg a CA-t.<sup>2</sup> Az egységes belső piacot létrehozó Európai Unióra való felkészülés jegyében egy sor nemzeti bajnok bankot kreáltak a nyolcvanas években, amikor már tudott volt, hogy 1992-től nemzeti bánásmód (national treatment) jár minden, az EU-ban honos magánszemély és cég számára; amikortól nem lehet különbséget tenni német és holland, spanyol és belga, olasz és görög befektetők között. Várható volt, hogy csak akkor maradhat nemzeti tulajdonban egy bank, ha elég erős ahhoz, hogy megakadályozza az ellenséges felvásárlást. A nemzeti kormányokban félelmet keltett a nagy európai olvasztótégely fenyegetése, amit a pénzügyi világ felgyorsult globalizációja is felerősített. Ennek egyik reakciójaként nemzeti bankóriások születtek kormányzati segédlettel a holland ING-től és ABN Amrótól a dán Danske Bankig (Várhegyi, 2002).

Az OTP – mint a szocialista tervezés adekvát intézménye – eleve nemzeti bajnoknak született, bár teremtésének körülményei eltértek a piacgazdaságokban létrehozott társaiétól. Jogelődjét, az Országos Takarékpénztár Nemzeti Vállalatot 1949. március 1-jén az akkor egyetlen bankként működő Magyar Nemzeti Bank – a korábbi bankokból, illetve postatakarékpénztári szervezetekből összpontosított – takarékosztályából hozták létre. Az OTP hosszú évtizedekig inkább hivatalként működött, mint pénzügyi szolgáltatóként. A lakosság kényszermeztakarításait begyűjtő intézmény lottóval, nyereménybetétkönyvekkel, iskolai takarékbélyegekkel színesítette amúgy szegényes palettáját. A banki termékek körét elsősorban a rögzített kamatozású – a hetvenes évektől már az inflációt sem kompenzáló – betétek, az államilag támogatott lakáshitelek és a hetvenes évek közepétől az átutalási betétszámlák alkották. Ezzel a termékkörrel 1988-ig jól elvegetált az OTP, konkurenciát legfeljebb a hasonló termékeket kínáló takarékszövetkezetek jelentettek (Király–Májer–Várhegyi, 1999).

<sup>1</sup> Lásd erről bővebben: *Vives* [2000] tanulmányának Corporate Governance, National Champions and Supervision című fejezetét, valamint a *The Banker* és a *The Economist* korabeli tudósításait. Vö.: *Várhegyi* [2002]

<sup>2</sup> A sors iróniája, hogy az új nemzeti bajnok a bajor HypoVereinsbankkal való fúziója miatt néhány év múlva külföldi tulajdonba került, és így semmivé foszlott az előző kormányok erőlködése a nemzeti tulajdon megőrzéséért.

A nyolcvanas évek végétől a lakossági piacon addig monopolhelyzetet élvező, ennek fejében viszont számos állami funkciót is ellátó pénzügyi intézmény új helyzetbe került. Az 1987-es bankreformmal leválasztott MNB-utódbankok működési engedélye eleinte ugyan kizárólag a vállalati bankpiacon szólt, de a kilencvenes évek elejétől már a lakosság számláit is vezethették és hiteleket is nyújthattak számára. 1989-től az OTP is többfunkciójú kereskedelmi bankká alakult át: már nemcsak a lakosságnak és az önkormányzatoknak, hanem a vállalatoknak is nyújthatott szolgáltatásokat, még hozzá teljes körben, a devizaműveletekre is kiterjedően. Ekkortól a három legnagyobb bank, az OTP, az MHB és a KHB elvileg versenytársakká váltak, bár korábbi monopolpiacán még mindegyik „bajnok” sokáig megőrizhette kedvező induló pozícióját (Várhegyi, 2002).

A Magyar Posta kiterjedt országos hálózatát is használó, kifejezetten lakossági bankként alapított Postabankot azonban 1988-ban már éppen abból a célból hozták létre, hogy versenyt támasszon az OTP-vel szemben. Az új helyzethez való alkalmazkodást segítette, hogy a kormány fokozatosan megszabadította bankidegen funkcióitól az OTP-t, a betéti kamatok felszabadítása és a lakáshitelek kamattámogatási rendszerének átalakítása pedig lehetőséget adott arra, hogy piaci alapon folytathassa üzletpolitikáját. 1990 végén nyilvános részvénytársasággá alakult át Országos Takarékpénztár és Kereskedelmi Bank Rt. (röviden: OTP Bank) elnevezéssel, bár ekkor még kizárólagos állami tulajdonban maradt, ami továbbra is kiszolgáltatótá tette a bankot a politika mindenkori érdekeinek. Különleges gazdaságpolitikai szerepe egyúttal különleges védeltséget is biztosított a pénzügyi intézmény számára a privatizáció során, amit a bank vezetése ki is használt.

Legnagyobb lakossági bankként az OTP-re olyan kormányzati feladatok hárultak, mint a megtakarítási hajlandóság növelése vagy a lakásépítések elősegítése. A tanácsok, illetve később az önkormányzatok bankjaként ugyancsak fontos közösségi feladatok hárultak rá. Közvetlen politikai-gazdaságpolitikai elvárások fogalmazódtak meg az OTP-vel szemben a kisvállalkozások banki kapcsolatainak kiépítése terén is. A legnagyobb hazai bankként az OTP a kamatpolitikájával, a bankközi pénzügyi aktivitásával még a monetáris politikai célok megvalósítását is képes volt befolyásolni, ezért a Magyar Nemzeti Bankkal is folyamatosan együtt kellett működnie.

A legnagyobb magyar bankot olyan gazdaság uralkodó lakossági pénzügyi intézményként hozták létre, amelyben elvileg sem létezett a piaci verseny mint olyan. A bank a piactudományi modellre való fokozatos áttérés során, a nyolcvanas évek második felében kialakuló kétszintű bankrendszerben is igyekezett megőrizni a nemzeti bajnok pozícióját, sőt ezt az előjogát a rendszerváltást követően, a privatizáció folyamataiban és – néhány más tekintetben – a későbbiekben is fenntartotta. A 2004-től Magyarországra is érvényes európai uniós versenyjog korlátozta ugyan a kormányzati kedvezményezés lehetőségét, addigra azonban olyan piaci pozíciót épített ki a bank, amely e nélkül is kivételes üzleti lehetőséget biztosít a számára. Ma az OTP Magyar-

ország legnagyobb univerzális bankja, Kelet-Közép-Európa egyik meghatározó pénzügyi szolgáltatója, leányintézményeivel kilenc országban van jelen.<sup>3</sup>

1. táblázat

**Az OTP és a jelentősebb hazai bankok részesedése  
a főbb banki piacokon 2007–2008-ban  
(Százalék)**

Bank neve	Eszközök	Hitelek	Betétek	Eszközök	Hitelek	Betétek
	2007			2008		
<i>OTP*</i>	20,3	19,4	27,8	18,8	17,8	25,8
Kereskedelmi és Hitelbank	10,6	10,8	11,2	12,1	10,2	13,4
CIB Bank**	11,2	12,7	9,9	11,5	13,9	9,9
MKB Bank	10,8	12,0	9,3	10,9	12,7	8,3
Raiffeisen Bank	9,1	10,0	10,9	10,1	10,6	11,8
ERSTE Bank Hungary	8,9	9,2	7,5	10,0	10,6	7,2
UniCredit Bank***	6,8	6,5	6,7	6,7	6,8	7,2
Budapest Bank	3,6	4,0	4,0	3,6	4,3	6,1
FHB****	2,7	3,4	0,0	2,6	1,8	0,3
Citibank	3,0	1,1	3,2	3,0	1,0	3,1
Magyarországi Volksbank	1,6	1,7	1,9	2,0	2,0	1,9
Magyar Takarékszövetkezeti Bank	1,3	0,8	0,2	1,4	0,9	0,3
<i>Bankrendszer összesen</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>

\* A hazai alaptevékenységhez tartozó leányokkal (OTP Jelzálogbank, OTP Lakástakarékpénztár) együtt, konszolidált.

\*\* 2007-ben becsült értékek: az Inter-Európa Bankkal együtt számítva, amelyet abban az évben megvásárolt és 2008-ban beolvasztott.

\*\*\* Jelzálogbank leányával együtt.

\*\*\*\* Kereskedelmi bank leányával együtt.

*Forrás:* PSZÁF-adatok alapján saját számítás.

<sup>3</sup> „A Bank stratégiaileg fontos hazai leányvállalatai: OTP Jelzálogbank (legnagyobb magyar jelzáloghitel intézet), Merkantil csoport (gépjármű-finanszírozás), OTP Ingatlan Zrt., OTP Lakástakarékpénztár Zrt., OTP Faktoring Zrt. és OTP Alapkezelő Zrt. Főbb regionális érdekeltségek DSK Bank, OTP Banka Slovensko, OTP Bank Romania, OTP banka Hrvatska, OAO OTP Bank, CJSC OTP Bank, OTP banka Srbija, Crnogorska komercijalna banka.” (bet.hu)

Kedvező örökségét és a kilencvenes évek elején megújult bankvezetés sikeres stratégiáját egyaránt jelzi, hogy a 2008-as világválság erős piacvezetői pozícióban találta az OTP hazai banksoportját: a hitelek bő hatodával, a betéteknek pedig a negyedével rendelkezett. (Lásd az 1. táblázatot!) Az üzleti sikert tükrözi a bank kimagasló jövedelempozíciója, amit a kamat- és jutalékeredményből, illetve az adózott eredményből való részesedése tükröz. (Lásd a 2. táblázatot!) A lakossági számlavezetés piacán megörökölt és megőrzött kimagasló pozíciója (2,8 millió számlával 40 százalékos feletti piaci részesedés) tette lehetővé, hogy az OTP a bankpiac teljes szegmensén meglévő 20 százalékos súlya mellett a szektor kamat-, illetve jutalékeredményének a bő harmadát tudhatta magáénak.

2. táblázat

**Az OTP és a jelentősebb hazai bankok részesedése  
a szektor eredményéből 2007–2008-ban  
(Százalék)**

Bank neve	Kamat- eredmény	Jutalék- eredmény	Adózott eredmény	Kamat- eredmény	Jutalék- eredmény	Adózott eredmény
	2007			2008		
OTP*	32,2	35,7	40,8	32,4	37,4	40,7
Kereskedelmi és Hitelbank	7,0	11,9	10,6	7,9	9,9	8,0
CIB Bank**	7,2	7,4	8,7	7,5	8,8	8,6
MKB Bank	8,9	5,6	4,9	9,9	5,1	2,2
Raiffeisen Bank	7,5	8,8	7,0	5,8	8,9	6,9
ERSTE Bank Hungary	8,6	8,1	7,5	8,1	7,6	8,3
UniCredit Bank***	4,7	9,0	6,4	4,6	9,8	8,9
Magyar Fejlesztési Bank	5,7	6,5	2,1	6,4	7,0	3,8
Budapest Bank	2,0	-0,7	1,3	2,0	0,9	2,1
FHB****	3,7	4,7	4,4	3,8	4,7	5,1
Citibank	1,4	1,4	0,4	1,6	1,4	0,6
Magyarországi Volksbank	0,1	0,8	0,4	0,2	0,7	0,2
Takarékbank	1,8	-1,6	2,1	2,0	-1,9	2,4
Bankrendszer összesen	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\* A hazai alaptevékenységhez tartozó leányokkal (OTP Jelzálogbank, OTP Lakástakarékpénztár) együtt, konszolidált,

\*\* 2007-ben az Inter-Európa Bankkal együtt, amelyet 2008-ban beolvasztott,

\*\*\* Jelzálogbank leányával együtt,

\*\*\*\* Kereskedelmi bank leányával együtt.

Forrás: PSZÁF-adatok és banki beszámolók alapján saját számítás.

A cikk további részében a nemzeti bajnok pozíciót az állam és a bank viszonyán keresztül próbáljuk megragadni, bemutatva a banki érdekérvényesítés főbb módszereit és csatornáit, valamint az állami támogatások és piacteremtés módjait. Elsősorban azt kívánjuk feltárni, hogy a mindenkori magyar kormány és a mindenkori bankvezetés milyen együttműködése egyengette a pénzügyi intézmények karrierpályáját a rendszerváltást követően. Végül a nemzeti bajnoki státusz teremtésének és őrzésének szakaszait és változatos eszközeit összegezzük.<sup>4</sup>

## Kormányzati kapcsolatok

### *Kormánybanki „allűr”*

Noha a kilencvenes évek közepétől az OTP egyre kevésbé volt kormányzati intézménynek mondható, mind a bank vezetése, mind a kormányzat részéről felfelbukkant a „kormánybanki” pozíció megőrzésének-újratemtésének szándéka. Nemcsak a kormány igyekezett felhasználni a nagybankot a saját problémái megoldására, hanem a banki menedzsment is megpróbált élni a kormányzati együttműködésből származó üzleti előnyökkel. Ennek egyik megnyilvánulása volt a különböző kormányzati programokban való részvétel, amire feljogosította mérete, és különösen a lakossági bankkapcsolatokban betöltött szerepe. A bank piaci pozíciója alapján ennek legfontosabb terepét a lakáscélú hitelezéshez kapcsolódó állami támogatások jelentették, amelyek konstrukcióinak kialakításához vélhetően a bank vezetői is ötletekkel szolgáltak.<sup>5</sup> A lakáscélú kormányzati támogatásoknak a bankokat is érintő elemeivel a következő fejezetben foglalkozunk.

A kormánybanki allűr érdekes megnyilvánulása volt a súlyos tőkevesztést követő feltökésítéssel 1998 végén visszaállamosított *Postabank privatizációjában való szerepvállalás* ötlete. A két bank között tervezett „stratégiai partnerség” végül azért nem vált valóra, mert a bank és a kormány nem tudott megegyezni az ár kérdésében.

2000 őszén a Postabank privatizációs tanulmányának elkészítésével megbízott tanácsadó azt javasolta, hogy a kormány az OTP-vel kezdjen tárgyalásokat. A megoldás azt a kormányzati elvárást kívánta szolgálni, hogy létrejöjjön egy erős, a kelet-közép-európai régióban is jelentős méretű nagybank (Papp, 2000, Várkonyi, 2000a). A kormányzóvivő végül bejelentette: a kormány úgy döntött, hogy nem kívánja el-

<sup>4</sup> Helyhiány miatt kénytelenek vagyunk mellőzni a kutatási jelentés azon fejezeteit, amelyekben a bank működésének és magatartásának jellemzőit, a tulajdonosi struktúra és a versenykörnyezet átalakulásainak fontosabb állomásait, piaci és eredménypozícióinak változásait tekintettük át a nemzeti bajnok státusz megőrzéséért folytatott küzdelem szemszögéből.

<sup>5</sup> Ennek dokumentálására természetesen nincs módunk. Mindenesetre árulkodó jel, hogy az OTP számára komoly jövedelemforrást jelentő 2001-es támogatási konstrukció kidolgozásáért felelős kormányzati tisztviselő pár év múlva már az OTP vezetőjeként folytatta tevékenységét.

adni a Postabankot, hanem felhatalmazza az ÁPV Rt. vezetőjét, hogy lehetséges partnerként kezdjen tárgyalásokat az OTP-vel.<sup>6</sup>

A másik problémát a *bankpiaci verseny* jelentette. Már a kormányulást megelőzően kiszivárgott, hogy a Gazdasági Versenyhivatal aggályosnak tartaná az OTP–Postabank-házasságot, mivel az OTP eleve domináns pozícióban volt a lakossági bankpiacon, a Postabank bekebelezésével pedig nyilvánvalóan tovább erősödne a pozíciója.

A tervezett összefonódás nyomán a két bank egyesített részaránya a lakossági betétek piacán megközelítette volna az 50 százalékot, ami sok helyen (például Németországban) domináns pozíciót jelentett. A koncentrációs mutató értéke meghaladta volna a 2500-at, a növekménye pedig a 600-at, amelyek jóval magasabbak, mint az amerikai szabályokban megadott 1800-as, illetve 200-as küszöbértékek. Bár a magyar versenytörvény nem tartalmazott ilyen irányszámokat, a törvény értelmében az összefonódással járó bármely ügylet engedélyezésekor a versenytanácsnak mérlegelnie kellett „az összefonódás várható hatását az érintett piacokon folyó versenyre”, „a piacra lépés költségeit”, „az összefonódásnak a [...] végső fogyasztókra gyakorolt hatását”. Így nehezen tudott volna eltekinteni attól a közismert ténytől, hogy a belépés a lakossági bankpiacra igen költséges, vagy attól a nyilvánvaló ténytől, hogy a fogyasztó általában akkor jár jól, ha minél több és minél kiegyenlítettebb erőpozíciójú szolgáltató verseng érte.

A versenypolitikai aggályok ellenére az OTP átvilágította a Postabankot, és 2001 februárjában benyújtotta – a kiszivárgott információk szerint 25-30 milliárd forintos – ajánlatát.<sup>7</sup> Minthogy a Postabank saját tőkéje 40 milliárd forint volt, a kormány kevésnek ítélte a megajánlott vételárat, és márciusban végül kormánydöntés született arról, hogy mégsem adják el a Postabankot az OTP-nek.<sup>8</sup>

### *A banki érdekérvényesítés módjai és csatornái*

Az OTP vezetése többféle módon próbálta a bank, illetve saját érdekei szerint befolyásolni a kormányzati politikát. Az érdekérvényesítés általában rejtett csatornákon keresztül, nem transzparens módon megy végbe, ezért nehéz feltárni a va-

<sup>6</sup> Lásd: [www.meh.hu/sajtotajekoztato/2000.oktobar.31](http://www.meh.hu/sajtotajekoztato/2000.oktobar.31). A „partner” kifejezéssel a kormány azt próbálta leplezni, hogy úgy adja az OTP-nek a bankot, mintha nem eladásról lenne szó, hiszen akkor – a privatizációs törvény értelmében – pályázaton kellene meghirdetni. Az állam tulajdonában lévő vállalkozói vagyon értékesítéséről szóló 1995. évi törvény kivételesen megengedte ugyan a versenyztetés nélküli értékesítést, ilyen kivételes eset azonban nem állt fenn.

<sup>7</sup> Utólag már tudható, hogy ez messze a piaci ár alatt volt: a 2003-ban szervezett a versenytárgyalásos privatizáció során 101 milliárd forintért kelt el a Postabank, de a második legnagyobb vételi ajánlatban is 85 milliárd forintos ár szerepelt (*Király*, 2005).

<sup>8</sup> Egy televíziós interjúban a miniszterelnök kifejezte azt az óhaját, hogy a Postabankot nemzeti tulajdonban akarja tartani. (Lásd: [www.meh.hu/kormanyfo/interjuk](http://www.meh.hu/kormanyfo/interjuk), 2001. március 13.)



lóságos folyamatokat. Sok esetben csak bizonyos, szokatlan megnyilvánulásokból következtethetünk rá, de más esetekben is többnyire csak puha sejtéseket tudunk megfogalmazni.

Egy olyan gazdaságban, ahol a kormány aktív gazdaságpolitikát folytat, és ahol saját céljai érdekében korlátozza a piaci erőket, tág *tere van az alkudozásnak*. Ezt tükrözi az alábbi interjúrészlet is.

„Vannak persze olyan területek is, ahol az aktivitásunk alapvetően meghatározza, hogy lehet-e sikereket elérni [a gazdaságpolitikában – *V. É.*]. Ha az OTP Bank tudomásul vette volna, hogy a lakásprogramban az eddiginél kisebb szerepet szántak neki, és nem finanszírozná a lakáshoz jutást, akkor Magyarországon nem lennének széles körben elérhető otthoneremtési hitelek” – nyilatkozta a legnagyobb bank elnök-vezérigazgatója. Igaz, még a piacvezető bank érdekérvényesítését is megnehezíti, ha olyan állami bankok működnek, amelyeket a kormány kivon a verseny hatóköréből. „Lobbiztunk például azért, hogy ne csak az állami tulajdonú Földhitel- és Jelzálogbank Rt. kapja meg az úgynevezett forrásoldali támogatást. Nem sikerült eredményt elérni, pedig ez szolgált volna a gazdaságpolitika, a bankszektor és a polgárok érdekeit is, csak egyetlen szereplőnek, az FHB-nak nem állt érdekében” – folytatódik az interjú (*Várkonyi, 2000b*).

Az érdekérvényesítés leginkább elterjedt módja az „*állam foglyul ejtése*” (state capture), amikor a piac szereplője (a „megvesztegető”) arra törekszik, hogy az alapvető jogszabályokat (törvényeket, rendeleteket és más szabályokat) befolyásolja. Ez többféle formában mehet végbe: parlamenti szavazatok megvásárlásával, kormányzati és központi banki források „eltérítésével”, bírósági döntések megvásárlásával vagy politikai pártok és választási kampányok támogatásával. Az átalakuló gazdaságokban különösen jó terep nyílik a jogalkotás befolyásolására, hiszen ezekben rövid idő alatt az egész jogrendet átszabják (*Hellman–Jones–Kaufmann, 2000*).

A játékszabályok alakítására vagy a jogalkalmazás befolyásolására irányuló magatartás a *járadékvadászat* elméletével is leírható, hiszen a belépési korlátokkal és precízen meghatározott működési szabályokkal védelt bankszakma könnyen előhívja az ilyen magatartást (*Buchanan, 1992*). A bankszektorban különböző terepei lehetnek a járadékvadászatnak. A legfontosabb a szakma kiváltságainak megőrzése, a nem bank versenytársak távoltartása hagyományosan birtokolt felségterületüktől: a betétgyűjtéstől és a hitelezéstől. A közelmúlt magyar banktörténetében az állami bankkonszolidáció is lehetőséget nyújtott a járadékvadászatra, hiszen a mentések költségei nemcsak a bankrendszer stabilitását szolgálták, hanem az egyes bankok (és vezetőik) túlélését is. A rendszerváltás előtt lakossági pénzügyintézetként működő OTP menedzsmentje azonban ezzel csak kevésé élhetett, mivel a bankkonszolidációban főként a vállalati hitelezésben elszenvedett veszteségek pótlására került sor. A bank számára az *előző rendszerből örökölt lakáshitelek problémájának állami kezelése jelentette a járadékvadászat fő terepét* (erről a későbbiekben írunk).

Az átalakulás időszakában a *privatizáció is terepet nyújtott a járadékvadászat-ra*. Ennek egyik alfaja, amikor egyes bankvezetők – saját pozíciójuk megőrzése érdekében – arra próbálják rábírní a kormányt, hogy pénzügyi befektetők szórt tulajdonába adja a bankot, és ne szakmai befektetőknek. Ez a törekvés sikerrel járt az OTP és a Postabank esetében, míg a K&H esetében a pénzügyminiszter megakadályozta a privatizációnak ezt a módját. Az OTP-nél a szórt tulajdon kialakítása, s ezzel a menedzsment hatalmának biztosítása a kormányzati privatizációs döntés során gördülékenyen valósult meg. Később azonban újabb és újabb akadályokat kellett leküzdeni, s ezeknek csak egy részük volt kormányfüggő, más részük már a magyar kormány hatókörén kívüli tényezőkön (uniós versenyszabályok), illetve szereplők (befektetők) magatartásán is múltott. A kormányzati akaratot kellett a bank vezetőjének legyűrní az OTP 1995. évi rendes közgyűlésén, amikor az elnök-vezérigazgatói státusz megőrzése volt a tét.<sup>9</sup> Az állami vétóra jogosító aranyrészvény uniós tilalmának érvényesítését követően pedig az ellenséges kivásárlás megakadályozása vált a banki vezetés egyik fő céljává, aminek érdekében az alapszabály megfelelő módosítására törekedtek.<sup>10</sup>

A piacvezető nagybank érdekérvényesítésének lehetőségére mutattak jó példát 2004-ben az *első banki különadó bevezetésének* körülményei. A pénzügyi kormányzat eredeti terve az volt, hogy a 16 százalékos társasági adót emelik 24-re a bankok esetében. Ez az átlagosnál magasabb profitrátával működő OTP számára igen előnytelen lett volna, így a bank vezetője megbeszélést kezdeményezett a miniszterelnökkel. A bankvezető jó érdekérvényesítő képességét jelezte, hogy a miniszterelnök, a protokollrendet felrűgva, maga látogatta meg a nagybank vezetőjét. Végül a kormány a nagybank számára előnyösen módosította az adó kivetésének módját.

Az állam foglyul ejtésének terepét jelentették az utóbbi években *a bankok fogyasztókkal szembeni erőfölényének mérséklését célzó törvényjavaslatok*, amelyek felpuhítására komoly erőfeszítéseket tett a bankszektor érdekszervezete, a Magyar Bankszövetség. A 2006-ban miniszterelnöki kezdeményezésre felállt, a lakossági banki szolgáltatásokat vizsgáló szakértői bizottság számos olyan javaslatot tett, amivel korlátozható a bankok lakossági ügyfelekkel szembeni erőfölénye (Bankbizottság, 2006). Bár a Bankszövetség a javaslatok alapján már 2007-ben belekezdett egy, a szövetség tagjai számára kötelező magatartási kódex kidolgozásába, az végül csak 2009 őszén született meg, akkor, amikorra már a hitelválság hatására végképp

<sup>9</sup> Az OTP-ben egy személyben megtestesülő elnök-vezérigazgató látta el a vezetést, ami az osztott tulajdon mellett jelentős hatalmat biztosított számára. Ezt a hatalmat szerette volna a pénzügyminiszter *Bokros Lajos* megnyírbaíni a két pozíció szétválasztásával a bank közgyűlésén. Bár kudarcában a főszerepet egy a miniszteri szándék megakadályozására kialakított „technikai malőr” játszotta (nem nyomtatták ki az állami szavazatot megtestesítő részvényt), a szintén tulajdonos tb-önkormányzatok is az elnök-vezérigazgatói konstrukció fenntartása mellett voksoltak.

<sup>10</sup> Az alapszabálynak az ellenséges kivásárlás megakadályozására lehetőséget nyújtó módosítását a bankban jelentősebb pakettet birtokló *Rahimkulov* család ellenszavazatai miatt nem sikerült átvinni (Felvásárlástól tart..., 2010).

elmérgesedett a viszony a bankok és lakossági ügyfelek között. A kódexszel párhuzamosan készültek el a kormány részéről azok a törvényjavaslatok, amelyek az ügyfelek biztonsága szempontjából legfontosabb előírásokat (például azt, hogy az egyoldalú módosítás előtt 60 napig az ügyfél díjmentesen felmondhatja a szerződést) törvényerőre emelték. Az előtörlesztéshez kapcsolódó díj megszüntetésénél azonban a bankok minden érdekérvényesítő képességüket bevethették – erre utal az a tény, hogy az utolsó pillanatban, egy képviselői indítvány hatására kétszeresére emelkedett a díj százalékos mértéke.<sup>11</sup>

Noha a Bankszövetség a részvénytársasági formában működő bankok összességének érdekvédelmi szerve, ebben az esetben – miként a lakossági bankügyletekhez kapcsolódó legtöbb ügyben – a legfőbb érdekelt és haszonélvező a lakossági jelzáloghitelek állományának legnagyobb szeletét birtokló OTP-csoport.

### **Az állami támogatások formái**

Az OTP az állami támogatásokból közvetten, valamilyen konstrukcióhoz kapcsolódva részesült. A pénzügyintézet különleges helyzete még a rendszerváltást követően is lehetőséget teremtett ilyen támogatásokra. Egyrészt a szocialista tervezés öröksége az OTP-nél a többi banknál jelentősebb volt, különösen a lakáshitelezéssel kapcsolatban, hiszen ilyen tevékenységet az OTP-n és a takarékszövetkezeten kívül más pénzügyintézetek nem végeztek a rendszerváltás előtt. Másrészt a bank sajátos piaci helyzete volt az oka annak, hogy bizonyos normatív támogatásokból viszonylag nagy arányban részesült: ez jellemezte a 2000-es években kormányzati ösztökéléssel fellendített lakáshitelezési rendszer keretében adott támogatásokat. Harmadsorban a szakmai tulajdonos hiánya is indokolhat különleges bánásmódot, s ezzel járó állami támogatást; erre a 2008-as bankválságot követő kormányzati intézkedések mutatnak példát.

#### *A lakáshitelezés támogatása*

Az OTP-t kedvezményező állami támogatások legnagyobb szelete a lakáshitelezéshez kapcsolódik. A rendszerváltás előtti időkből örökölt, többnyire 20–35 évre nyújtott kedvezményes lakáshitelek problémájának kezelésére különböző konstruk-

<sup>11</sup> A Pénzügyminisztérium eredeti javaslata szerint legfeljebb 1,5 százalékos díjat számíthattak volna fel a bankok a jelzáloghitelek előtörlesztésekor. A szocialista képviselők indítványa azonban 3 százalékra emelte volna ezt a plafont, amit végül a PM is elfogadott, annak ellenére, hogy a GVH ellenezte a díjtétel emelését (Lobby + verseny..., 2009). Végül 2,5 százalékos díjtétellel elfogadták a fogyasztóknak nyújtott hitelről szóló 2009. évi CLXII törvényt.

ciók születtek, az „örökölt” adósság azonban a mai napig sem apadt le teljes mértékben.

A kedvezményes, fix kamatozású ún. „régi” lakáshitelekhez kapcsolódó támogatási rendszer – mely szerint a betéti kamatokhoz mért különbözeteiket a költségvetés a lakossági pénzintézeteknek megtérítette – a kamatszint gyors növekedése miatt egyre nagyobb kiadást jelentett az állam számára. Az 1991-es költségvetési törvény részeként 1990. december 30-án fogadta el a parlament a korábbi kedvezményes, fix kamatozású lakáshitelek törlesztési feltételeinek megváltoztatásáról szóló passzusokat. Az indoklás szerint az állami költségvetés nagymértékű adósságterhei mellett már „nem tartható fenn az a korábban bevezetett rendszer, amely szerint a lakáscélú, hosszú lejáratú kölcsönök irreálisan alacsony kamata és a piaci kamatok közötti különbséget a költségvetés téríti meg a pénzintézetek számára”.<sup>12</sup>

A korábbi kedvezményes, háromszázalékos, illetve annál is kisebb kamatozású lakáshitelek felvevői két opció között választhattak: vagy 15, vagy piaci (akkor éppen 32 százalékos) kamatot fizetnek, az utóbbi esetben azonban elengedik a tartozásuk felét, és ilyenkor a kölcsön fennmaradó összegét egy összegben is visszafizethették. Az engedmény fejében 53 milliárd forintot visszafizettek az adósságából. A lakosság jelentős részének azonban nem volt rá módja, s az ő adósságterhük a (visszamenőleges) kamatemelés miatt jócskán megnőtt. A hitelek zömét nyújtó OTP 1998-ig mintegy 27 ezer kölcsönt mondott fel.

Az OTP ugyanakkor *jelentős állami segítséget kapott a kormánytól*: az 1989 előtt nyújtott hitelekre 100 százalékos, az 1994 utániakra pedig 80 százalékos garanciát vállalt az állam, csak a két időpont között nyújtott hiteleken nincs állami felelősségvállalás. Ezeknél a hiteleknél a bank tehát többé-kevésbé akkor is a pénzéhez jut, ha az adós nem tud fizetni. A Pénzügyminisztérium és a bank közötti garanciamegállapodás szerint az OTP már két sikertelen árverezés után lehívhatja a pénzt (*König, 2006*). Mivel az 1989 előtt felvett kölcsönök kamata sokszorosára emelkedett, sokan hátralekösökká váltak. Az állam a százezreket érintő ügy rendezésében 1998-ban, majd 2001-ben is szerepet vállalt, és támogatással segítette a visszafizetést, ám sok adós sorsáról nincs információja a szociális tárčanak.

A kilencvenes évek második felében új piaci intézmények születtek a lakáshitelezés feladatának ellátására. Ekkor teremtették meg a lakástakarék-pénztárak és a jelzálogbankok létesítésének és működésének jogi feltételeit, erősítették a jelzálogjog érvényesítésének lehetőségeit. *2001-től pedig két lakáshitelezést elősegítő programot indított be a kormány*: a jelzáloglevéllel finanszírozott hitelek kamattámogatását (forrásoldali kamattámogatás) és a kiegészítő kamattámogatást (eszközoldali kamattámogatás). A programokkal széles rétegek számára kívánták elérhetővé tenni

<sup>12</sup> Ez az indoklás a pénzügyminiszternek az Alkotmánybíróság (AB) megkeresésére adott válaszban szerepelt (*Az OTP adóssái...*, 1998).

a lakáshiteleket arra az átmeneti időszakra, amíg az infláció csökkenésével megfizethetővé válnak a hitelkamatok. Ehhez olyan konstrukciót alakítottak ki, amelyben a támogatás mértéke az infláció mérséklődésével csökken (*Farkas–Hegedűs–Székelyné*, 2005).

A hitelkiáramlás ösztönzése érdekében azonban fokozatos növelték a támogatásokat és szélesítették a jogosultsági kritériumokat, és a választások előtt, 2002 kora tavaszán már egy hosszabb távon finanszírozhatatlan, évi 200-220 milliárdos költségvetési kiadást előidéző támogatási rendszer lépett érvénybe. A programhoz kapcsolódó 2001. január 31-i kormányrendeletet a lakáscélú állami támogatásokról *rendhagyó módon* nem a Pénzügyminisztériumban, hanem *a gazdasági tárcánál készítették elő*. A rendelet kidolgozása a tárca államtitkárának irányítása alatt folyt, s nem csupán az akkor lábra kapott feltételezések, hanem a későbbi fejlemények<sup>13</sup> fényében is valószínűsíthető volt, hogy az OTP vezetésének szerepe lehetett a jogszabály szellemének kialakításában.

A konstrukció alapját jelentő ún. forrásoldali támogatás azt célozta meg, hogy a lakáshitelek kamatait olyan szintre lehessen levinni, ami mellett elegendő kereslet jön létre, vagyis *a támogatási módszerrel a kormány piacot teremtett a lakáshitelező bankok számára*.<sup>14</sup> A hiteleket folyósító pénzintézetek több szálon is haszonélvezői voltak a lakáshitelekhez kapcsolódó állami támogatásoknak. A támogatások egyik formája direkt módon a bankokhoz került, mivel ezt a forrásul szolgáló jelzáloglevél-állomány után lehet igénybe venni. A szisztéma ezen felül jelentős kamattámogatást nyújtott a jelzáloglevelek kibocsátásához annak érdekében, hogy a hitelkamatok ne (vagy ne nagyon) haladják meg a forrásul szolgáló kötvény kamatát.

Az eredeti rendelet szerint ez a forrásoldali támogatás úgy szólt 20 évre, hogy a futamidő első 5 évében 6 százalékpont legyen, a következő évekre pedig majd oly módon határozza meg a kormány a támogatás mértékét, hogy az adósok terhei ne növekedjenek. A támogatás azonban közvetve a bankokat is érintette, mivel a kamattámogatással megnövelt hitelkereslet révén *piacot teremtett* a lakáshitelek számára. A későbbi módosítások folyamán egyrészt 30 millió forintra növelték a támogatható hitel maximális mértékét, másrészt az új lakások mellett kiterjesztették a használt lakásokra is, ami további piacbővítést jelentett. Emellett a kormány több lépésben – háromról tíz százalékra – emelte a lakáshitelek ún. általános kamattámogatását, vagyis azt, amit bárki bármilyen lakáscélú beruházásához igénybe vehetett.

A 2002-es kormányváltást követően az új kormány hamar szembesült a szisztéma jelentős, és egyre növekvő költségvetési hatásával, ami az akár 20 évre szóló tá-

<sup>13</sup> Az államtitkár a 2002. évi kormányváltást követően az OTP-nél helyezkedett el a lakossági terület igazgatójaként.

<sup>14</sup> „A kamattámogatás valójában egy erősen piactorzító (de gyakran alkalmazott) monetáris politikai lépés (kamatplafon) és egy jövedelemelosztást módosító, fiskális lépés (ártámogatás) együttesének tekinthető: mint ilyen, egyértelmű beavatkozás a normál piaci viszonyokba.” (*Király–Nagy*, 2008, 459. o.)

mogatás miatt hosszú távú elkötelezettséget jelentett. A *Medgyessy*-kormány mégis nehezen nyúlt hozzá a rendszerhez.

Kezdetben a kevésbé látványos pontokon vezettek be szigorítást. A kamattámogatást 10 évben limitálták, és mértékét a futamidő első 5 évében 6-ról 4,5 százalékpont-ra csökkentették. A másik oldalon viszont megemelték a támogathatóság kamatküszöbét: a forrásul szolgáló jelzáloglevél kamatát a támogatás időtartama alatt legfeljebb 1,5 százalékponttal meghaladó kamatozású kölcsönökre lehetett igénybe venni, így a bankok „pénzüknél maradhattak”, hiszen a kamattámogatásból elvett 1,5 százalékpontot itt visszakapták. Az államháztartás egyre romló helyzete miatt 2003 nyarán rákényszerült arra is a kormány, hogy a támogatható hitelösszeget 30-ról 15 millió forintra csökkentse, majd decemberben újabb megszorítás lépett életbe: a használt lakás vásárlása esetén 5 millióra csökkent a limit. A kamattámogatás mértékét is módosították: új lakás építésénél, vásárlásánál az állampapírhozam 105 százaléka, használt lakás vásárlásánál ennél 1 százalékponttal kisebb lehetett.

A lakáscélú kamattámogatásról szóló 2001. évi rendelet és annak későbbi változatai tehát *nyílt juttatásokkal (költségtérítéssel, kamattámogatással) és burkoltan, állami piacteremtéssel is támogatták a jelzálogalapú lakáshitelezésben részt vevő pénzintézeteket*. A konstrukcióban érdekelt pénzintézetek (és főként a rendszer fő nyertesének számító piacvezető bank) jó érdekérvényesítő képességét jelzi, hogy miközben a lakáscélú hitelezéshez kapcsolódó kamattámogatás deklarált célja a háztartások lakásproblémáinak enyhítése volt, *ezt a célt nem érte el* – és az adott konstrukció mellett nem is érthette el.

Vajon amellet, hogy a létrehozott konstrukció illeszkedett a kormány lakáspolitikai céljához, kinek az érdekében állt elsősorban a költséges és sok szempontból célját tévesztő szisztéma kialakítása és fenntartása? Minthogy a pénzintézetek által elnyerhető forrásoldali támogatás egyértelműen magához a jelzáloglevél-kibocsátáshoz társult, nagy valószínűséggel az ilyen akcióra leginkább képes *OTP számára jelentette a legnagyobb üzletet*, amint az a rendszer alábbi jellemzéséből is kiténik:

„A jelzáloghitel-piac [...] meghatározó szereplője két nagy jelzálogbank lett: az OTP JZB és az FHB. Az OTP JZB volt az a speciális hitelintézet a magyar piacon, amelyik a 'semiből' 3 év alatt – 2003 végére – az ország 7. legnagyobb hitelintézetévé nőtte ki magát az akkor nagyon jelentős, közel 700 milliárdos mérlegfőösszegével, ami az előző évi eszközállomány megháromszorozását jelentette. Ennek a 'csodának' egyszerű volt a magyarázata: az OTP JZB fokozatosan átvette az OTP Bank lakossági jelzálogfinanszírozását, sőt, a későbbiekben az anya az általa korábban kibocsátott jelzáloghiteleket is átszerződtette a leányra. Az első években a modell egyszerű volt: az OTP JZB a törvényben előírt és a kormányrendelet által jelentős kamattámogatásban részesített jelzálogleveleket bocsátott ki, amelyeket az OTP Bank lejegyzett. A nyereségmegosztás is meglehetősen egyszerű volt: az OTP JZB jelentős jutalékot fizetett az OTP Banknak a fiókhálózat-értékesítésben játszott szerepéért. A modell tökéletesen működött: a jelzá-



loglevelek valójában csak az állami kamattámogatás realizálására szolgáltak, ekkoriban a csoportnak még nem volt szüksége ténylegesen hosszú távú, olcsó finanszírozásra; ezt az OTP Banknál elhelyezett, olcsó lakossági betétek biztosították” (Király–Nagy, 2008, 459–460. o.).

*Az OTP mindkét támogatási formának a fő haszonélvezője volt. A forrásoldali támogatási mód, mely szerint a megvásárolt hitelállomány vagy jelzálogjog után felmerült költségek megtérítésére a jelzálog-hitelintézet a megvásárlás időpontjában fennálló tőketartozás kezdetben 2, később 1, illetve 0,5 százalékát fizeti meg a követelést átadó számára (amely összeget utólag igényelheti a Magyar Államkincstártól). Ez egyértelműen az OTP-t érintette a legkedvezőbben. Neki volt ugyanis eleve a legnagyobb összegű megvásárolható hitelállománya, ami ráadásul saját leánybankjához került, vagyis a támogatás „házon belül” maradt. Másrészt a kamattámogatási rendszer közvetlen, a kamatmarzsban lecsapódó, illetve közvetett, a piacbővülésben jelentkező hozadékából is legnagyobb mértékben az OTP-csoport részesülhetett.*

Pontos összegeket nem kapcsolhatunk a támogatási szisztéma haszonélvezőihez, és a rendelkezésre álló publikus adatok alapján azt sem tudjuk kideríteni, hogy miként változott a kormányrendelet nyomán a programokban részt vevő bankok, s kiváltképp a több lábon is álló OTP-bankcsoport helyzete. Hipotézisként azonban megfogalmazhatjuk azt a sejtésünket, hogy piaci pozíciójánál fogva az OTP Bank és a hozzá szoros szálakon kapcsolódó OTP Jelzálogbank nemcsak mértékében, hanem arányaiban is jobban részesedhetett a lakáshitelezéshez kapcsolódó támogatási rendszerből, mint a többi pénzintézet.

#### *A banki különadók és járadékok piactorzító hatásai*

A kormányzati politika a lakáshitelek kamattámogatási rendszere mellett a *bank-szektorra kirótt különadókkal és járadékokkal* is közvetlenül befolyásolta a szektor jövedelemtermelő képességét és az egyes bankok jövedelmi pozícióját. A bankokat 2005-ben és 2006-ban évi 30-35 milliárd forinttal sújtó banki különadó ötletét a 2004. nyári mini kormányválságot követően, szeptemberben vetette fel az új miniszterelnök-jelölt, *Gyurcsány Ferenc*. A pénzügyi kormányzat kezdetben a 16 százalékos társasági adót kívánta 24-re emelni a bankok esetében, ami alkotmányossági aggályokat is felvetett, miközben egyes bankok, különösen az OTP számára igen előnytelen lett volna. A legnagyobb bank, az OTP érdekérvényesítő képességét jelezte, hogy a miniszterelnök elfogadta a bank vezetőjének meghívását, és – a protokollrendet felrúgva – maga látogatta meg a nagybank vezetőjét. A Magyar Bankszövetség elnökével és az OTP elnökével folytatott tárgyalás során olyan megoldásban egyeztek meg a résztvevők, hogy a bankok a hitelek után kapott és a betétek után fizetett kamatok közötti különbözet hat százalékát fizetik be a költségvetésbe, mielőtt megfizetnék a minden vállalkozásra érvényes társasági adót.



A 2005. és 2006. évek *banki jövedelmeit sújtó különadó* 2007-ben átváltozott az államháztartás konszolidálása érdekében minden nyereséges vállalkozásra (és nagy jövedelmű magánszemélyre) kivetett, 4 százalékos *szolidaritási járadékra*. Ezen felül 2007-ben a hitelintézeteknek az államilag támogatott hiteleikből származó kamatbevételük után 20 százalékos járadékot kellett fizetniük, amellyel a kormány szándéka szerint a lakáshitelek terheinek enyhítésére fordított közpénz generálta banki jövedelmet csapolták meg, mondván: a lakosságnak szánt kamattámogatás a hitelkereslet élénkítésével a bankokat is gazdasági előnyhöz juttatja. A járadék főként *a lakáshitelezésben leginkább aktív bankokat sújtotta*, vagyis az OTP és a nagyobb kereskedelmi bankok mellett a jelzálogbankokat, az elvonás összege azonban viszonylag csekély volt, nem érte el a szektor adózás előtti eredményének 5 százalékát.

A bankszektort komoly mértékben sújtó *különadó bevezetésére 2010 nyarán* került sor. Az új miniszterelnök, *Orbán Viktor* már első parlamenti expozéjában, a kormány 29 pontos akciótervében felvetette, hogy a bankokra, biztosítókra és más pénzügyi vállalkozásokra három éven át „bankadót” vetnek ki, amely már a 2010-ben 187 milliárd forintos többletbevételt hozna a konyhára, a szektor eddigi különadójától várt 13 milliárd forint felett. Ez az elvonás tehát sokszorosa a pénzügyi szférára korábban, különféle jogcímenek kivetett adónak, és a bankok mellett az összes pénzügyi szervezetre is kiterjed.

A kormány képviselője ugyan tárgyalásokat kezdeményezett az érintett szakmai szervezetekkel, de mivel a várt adóbevétel 200 milliárdos összegéből nem vonulhatott vissza, az adóketés lényegében ultimátumnak volt tekinthető. Így nem meglepő, hogy a tárgyalások a kormány és a bankok között is sikertelenül végződtek. A kormány végül olyan törvényjavaslatot nyújtott be a parlamentnek a bankadóról, amely egy korábbi tárgyalási forduló „informális eredményének” felelt meg (Bankadó kudarc..., 2010). Mindezt ráadásul annak ellenére tette, hogy hat bank jelentős nemzetközi pozíciójú külföldi tulajdonosa az IMF-hez fordult az ügyben. A törvényjavaslat betérjesztésével a kormány azt a pár napot sem várta meg, amíg a Valutaalap és az EU illetékesei megérkeznek a Magyarország és a nemzetközi szervezetek között fennálló hitelmegállapodás esedékes felülvizsgálati tárgyalására. A magyar kormány egyoldalúan döntött a bankadóról, amelyet a javasolt formában egyébként mindkét nemzetközi szervezet kifogásolt.

A benyújtott törvényjavaslat nemzetközi összehasonlításban egyedülálló mértékű – a banki mérlegfőösszeg 0,45 százalékát kitevő – különadót állapított meg a bankok számára, és a különadó a többi pénzügyi szervezetet is súlyosan érintette (*Várhegyi*, 2010, 2011). A példátlanul magas kulcsokkal megállapított különadó a Költségvetési Tanács és az IMF szakértői szerint is jelentősen visszaveti a gazdasági növekedést, mivel olyan súlyos érvágást jelent a legtöbbet fizető bankoknak, ami szükségszerűen csökkenti hitelezési aktivitásukat.

A hitelintézetekre háruló 130 milliárd forint a 2009. évi adózás előtti eredményük felét jelentette. A legkisebb fajlagos teher a legnagyobb bankra, az OTP-re hárult, mivel a bankszektor 2009. évi eredményének bő kétharmadát az OTP bankcsoport „hozta össze”, miközben a mérlegfőösszeg alapján elosztott különadónak csupán negyede esett rá, míg a háromnegyede a nyereség egynegyedét bezsebelő bankokra jutott. A bankadó sajátos kivetési módja így 2010-ben tovább javította az OTP amúgy is kedvező relatív jövedelempozícióját.

Az OTP Banknak és a Jelzálogbanknak a 2009. évi 150 milliárd forintos együttes nyereségéhez mindössze 32 milliárd forint különadó társult 2010-ben (ez mintegy 20 százalék), hasonló arányú a Budapest Banknak a 15 milliárd forintos nyereségéhez párosuló 3 milliárd forint különadó. Az UniCredit Bank és jelzálogbankja a 19 milliárd forintos nyeresége mellett 7 milliárdot fizetett különadóként (37 százalék), és hasonló arányú volt a 8 milliárd forintos nyereséget elért FHB Jelzálogbank 3 milliárdos extraadója. Az OTP legjelentősebb versenytársa, a piac második legnagyobb szereplője, a K&H 23 milliárdos nyeresége mellett 11 milliárdot fizetett, ami 48 százalékos arány. A szintén jelentős piaci szereplőnek számító MKB-nak gyakorlatilag nem volt nyeresége 2009-ben, nagy mérete miatt mégis 11 milliárd forintot kellett különadóként lerónia, ami így a tőkéjét emésztette fel. Hasonló a helyzet az OTP két további fontos versenytársánál, a CIB-nél és a Raiffeisennél, amelyeknek az 5 milliárd forint körüli 2009-es nyereségük dupláját kellett 2010-ben különadóként befizetni.<sup>15</sup>

A relatíve javuló jövedelempozícióval is összefügghet, hogy az OTP vezetője meglepően visszafogottan nyilatkozott a bankadóról, különösen annak fényében, hogy pár évvel korábban a jóval kisebb terhet jelentő banki különadót milyen nagy hévvel támadta.

*Csányi Sándor Orbán Viktorral* közösen tartott sajtótájékoztatóján kijelentette: „nem örül ugyan a bankadónak, de az OTP jövedelmezősége elbírja a különadót, és hitelezési aktivitását sem kell emiatt visszafognia a következő években. Kizártnak tartja, hogy a jelenlegi helyzetben a bankok az ügyfelekre hárítsák a bankadó terheit. Mivel nem tartózkodott Magyarországon a bankadó bejelentésekor, »kimaradt az első sokkból és az egyeztetési folyamatból, így nem volt részese egy sikertelen folyamatnak«. A 29 pontos akciótervben a bankvezér sok pozitív intézkedést lát, közöttük »elszomorító-nak« csak a bankadót találta. Felhívta a figyelmet arra is, hogy azok a bankok, amelyek a bankadó miatt tőkepótlásra szorulnak, lehet, hogy más utat választanak és a mérlegfőösszeg csökkentése mellett döntenek. Ez pedig a hitelezési aktivitás visszaesésével, a vállalkozások, a lakosság finanszírozásának visszaesésével, ezzel a GDP csökkenésével járhat. Remélte, hogy »ezt a hatásvizsgálatot elvégezte a kormány és ennek alapján hozta meg a döntését« (Csányi Sándor..., 2010).

<sup>15</sup> *Forrás:* Melyik bank... [2010], banki jelentések és PSZÁF alapján saját számítás.

A hitelválság hatására elfogadták a 2008. évi CIV. törvényt a pénzügyi közvetítőrendszer stabilitásának erősítéséről. Ennek deklarált célja az volt, hogy az IMF–EU-hitelkeretre építve, szükség esetén garanciavállalással és tőkejuttatással javítsa a magyar bankok stabilitását és hitelezőképeségét.<sup>16</sup> A kormány és az MNB bankmentő csomagja – amely a Nemzetközi Valutaalappal kötött megállapodás részeként került nyilvánosságra – azt sugallta, hogy a kelet-európai térségben meglehetősen aktív OTP állami segítség nélkül nehezen tudja fenntartani stabil helyzetét a válságban. A 600 milliárd forintos csomagot alapvetően az OTP-re kreálták, bár a versenysemlegesség látszatára ügyelve úgy tálalták, mintha további bankok számára is nyitva állna az állam kapuja. Az igényjogosultságként meghúzott tőkehatárt két további bank (MKB, CIB) érte el, ők azonban nyugat-európai anyabankjaik védelme alatt álltak, s ha akartak volna, sem kérhettek volna segítséget a magyar államtól.

Az OTP helyzetének megítélésére a térségben működő többi banknál is nagyobb hatással volt a kelet-közép-európai országok sorsa, mivel a bank önmagán és leánybankjain keresztül szinte kizárólag itt folytatja tevékenységét, ugyanakkor nem áll mögötte egyetlen nyugati kormány által védett anyabank sem. A főként a magyar betétesek pénzt kezelő bank kizárólag a magyar kormány (IMF-fel is megtámogatott) védelmére támaszkodhatott a bajban. A válság következtében ugyanakkor bizonytalanná vált, hogy egy nemzeti valuta megroggyanása, vagy a gazdasági növekedés lelassulása, esetleg a recesszió beállta miként érinti a jórészt külföldi devizában eladósodott ügyfelek fizetőképességét Ukrajnában vagy Romániában, Bulgáriában vagy Oroszországban, vagy akár itthon. Ha pedig valamely leánybankjánál akkora hitelezési vesztesége keletkezne, amely annak tőkét a törvényben előírt szint alá apasztaná, akkor az anyabank mint tulajdonos lenne köteles a hiányzó tőke pótlására. Vagyis az OTP-nek nemcsak az itthoni, hanem a leányain keresztül külföldön folytatott tevékenységéhez is biztosítania kell a megfelelő tőkét, s ezt a potenciális tőkeszükségletet a válság megnövelte. Ráadásul a bizalmi válsággal terhes időben neki jóval nehezebb volt előteremtenie a devizaforrásokat saját maga és keleti leánybankjai számára, mint nyugat-európai versenytársainak. Elsősorban ezért jelentett neki segítséget az IMF-megállapodás keretében megnyíló 300 milliárd forintos refinanszírozási garanciaalap, amely erősíthette a banknak hitelt nyújtók bizalmát.

A pénzügyi közvetítőrendszer stabilitásának erősítéséről szóló 2008. évi CIV. törvény tőkejuttatásra vonatkozó rendelkezése gyakorlatilag az OTP és az FHB megsegítését célozta. Az OTP-nek azonban végül erre nem volt szüksége, mivel a kelet-európai leányintézmények tőkepótlásához és céltartalékokkal való feltöltésé-

<sup>16</sup> Az IMF és EKB biztosította 20 milliárd eurós hitelkeretből mintegy 2 milliárd eurót, 600 milliárd forintot különítettek el a bankok stabilitásának biztosítására (MNB, 2009).

hez elegendőnek bizonyult saját nyeresége, beleértve a Garancia Biztosító eladásából még 2008-ban befolyt 128 milliárd forintos bevételt.

Az államháztartási törvényt 2009 márciusában abból a célból módosították, hogy a magyar állam hitelt nyújthasson a külföldi anyabankokat nélkülöző bankok számára. Ennek alapján az *OTP 1,4 milliárd euró összegű kölcsönt kapott piaci kamatozással*, aminek fejében a bank vállalta, hogy a válság hatásának enyhítése és a pénzügyi rendszer stabilizálása érdekében bővíti vállalati és a lakossági hitelezését. Bár a hitel lejáratára 2012 novembere volt, az OTP már 2009 novemberében visszafizette a kölcsön felét, majd 2010. március 19-én a fennmaradó összeget is törlesztette.

Az OTP teljesítette a mintegy 400 milliárd forintos állami kölcsön feltételét, hiszen 2009-ben 248 milliárd forint összegű hitelt helyezett ki a hazai kis-, közép- és nagyvállalatok részére, aminek eredményeként az árfolyamszűrt mikro- és kisvállalkozói hitelállománya mintegy 5 százalékkal, a közép- és nagyvállalati állomány pedig 8 százalékkal nőtt 2008-hoz képest (OTP-bejelentés. ..., 2010). A piacvezető bank ugyanakkor nem élt az állami tőkejuttatás lehetőségével. Végül a bank az EBRD-vel 2009 nyarán kötött 220 millió eurós alárendelt kölcsöntőke nyújtásáról szóló megállapodás adta lehetőséget sem vette igénybe. A nemzetközi hitelintézet és az OTP közös közleménye azonban azt érzékelteti, hogy az akkori, kiélezett helyzetben önmagában a megállapodásnak a ténye is mennyire fontos bizalomerősítő lépés volt.<sup>17</sup>

A válság során elért eredményjavulást az OTP nem a direkt állami támogatásnak köszönhetette, hanem az állampapírhozamokban végbement turbulenciának. Bár ez az egész magyar bankrendszer számára komoly nyereségforrást jelentett 2009-ben,<sup>18</sup> a fő haszonélvezője az OTP volt, amelynek részesedése a kamat-, díj- és jutalékeredményből a hitelezési és betétgyűjtési pozícióinak romlása, továbbá az átlagosnál jelentősebb arányú veszteségleírások ellenére is nőtt. (Lásd a 3. táblázatot!)

A számok azt jelzik, hogy az OTP 2009. évi profitnövelésében a treasury üzletágban elért jövedelemtöbblet játszotta a főszerepet, ami – versenytársai többségével szemben – ennél a banknál kompenzálta a hitelezési veszteségek miatt megnövekedett ráfordításokat. A válsággal és válságkezeléssel „megzavart” állampapírpiacra elérhető profitból azok a bankok részesedhettek a legnagyobb mértékben, amelyek kellő mennyiségű olcsó forrással rendelkeztek. Az alacsony kamatozású, látra szóló

<sup>17</sup> „A mostani, a régió egyik meghatározó bankjával kötött hitelmegállapodással az EBRD mintegy demonstrálja a reálgazdaság számára nyújtott támogatását. Ez a tranzakció tovább erősíti az OTP Bank kapitalizációját, és hozzájárul Magyarországot és a régió bankszektora iránti bizalom szintjének emeléséhez” – idézi a közlemény az EBRD igazgatóját (OTP, 2009b).

<sup>18</sup> „A bankrendszer tőkepiaci kitettsége az aggregált mérlegfőösszeg 8–10 százalékát éri el, amelynek meghatározó részét az állampapírok állománya teszi ki. [...] Az állományok ártértékelődéséből adódó kumulált veszteségek 2008 novemberében érték el csúcspontjukat, azt követően a bankrendszer nagyobb nyereségre tett szert, mint amennyi veszteséget a 2008. tavaszi állampapír-piaci zavarok, a 2008. októberi válság és a 2009. tavaszi hozamemelkedés során felhalmozott.” (MNB, 2010, 48. o.)

betétekből a lakossági folyószámlák vezetésében piacvezető nagybank mintegy 40 százalékkal részesedik, így valószínűsíthető, hogy bár az állampapír-piaci turbulenciából más bankok is profitáltak, a legnagyobb nyertes az OTP lehetett.

### 3. táblázat

#### A legnagyobb nyolc hazai bank eredménypozícióinak változása a válság alatt (Százalék)

Bank neve	Kamat-, díj- és jutalékeredmény			Értékvesztés és céltartalékképzés			Adózott eredmény		
	2007	2009	Változás, százalékpont	2007	2009	Változás, százalékpont	2007	2009	Változás, százalékpont
OTP Core*	36,0	38,6	2,5	12,2	16,2	4,0	46,4	74,8	28,4
MKB	10,0	11,4	1,4	18,6	15,0	-3,6	5,6	1,1	-4,5
K&H	10,1	10,9	0,8	8,2	9,1	0,9	12,1	4,2	-7,9
Erste	10,1	8,9	-1,2	12,7	13,4	0,7	8,6	7,7	-0,9
CIB	10,7	9,0	-1,6	12,8	16,1	3,2	9,8	2,0	-7,9
Raiffeisen	9,7	7,7	-1,9	20,2	16,5	-3,7	7,9	-1,6	-9,6
UniCredit	6,9	6,6	-0,3	4,3	5,5	1,2	7,2	6,5	-0,7
Budapest Bank	6,5	6,7	0,3	10,9	8,2	-2,7	2,4	5,4	3,0
A nyolc legnagyobb bank együtt	100,0	100,0	0,0	100,0	100,0	0,0	100,0	100,0	0,0

\* Az OTP Bank, az OTP Jelzálogbank, az OTP Lakástakarékpénztár és az OTP Faktoring Zrt. konszolidált adatai.

*Forrás:* Bankok üzleti jelentései alapján saját számítás.

Általában is elmondható, hogy a válság hatására az OTP eredménypozíciója javult a legnagyobb mértékben, ami a saját tőke növelésén keresztül erősíti a bank hitelezőképességét, és ezzel javítja jövőbeli piaci pozícióját. Abban, hogy az OTP nyertesként élhette meg a kezdetben éppen a számára legveszélyesebbnek látszó hitelválságot,<sup>19</sup> elsősorban nem az állami válságkezelés módja játszott szerepet, hanem a lakossági számlavezetésre épülő, örökölt kedvező piaci pozíciója, amely stabil jövedelemforrásul szolgált számára.

<sup>19</sup> A PSZÁF – bírósági ítélettel is megerősített – megállapítása szerint 2008 októberében az OTP részvényei ellen „törvénytelen eszközöket felhasználó, piacbefolyásoló” támadást indított a Soros Fund Management LLC.

Az állami piacteremtés különféle válfajai nehezen megfoghatóak az OTP esetében. Főként azért, mert – mint korábban láttuk – a bank a mai napig őrzi annak előnyét, hogy a szocialista tervgazdaság időszakában gyakorlatilag monopolisztikus pozíciót kapott a lakossági betéti és hiteltermékek piacain. Az ebből a helyzetből származó öröksége meghatározó volt a kétszintű bankrendszer 1987-es kialakulását, illetve a rendszerváltást és a bankprivatizációt követően is, és bár jelentősége a piaci pozícióknak a versenyből fakadó erőzójával párhuzamosan fokozatosan mérséklődött, teljesen máig sem szűnt meg. A lakossági piacok dominanciáját jelentő örökség adott jó alapot a rendszerváltást követően is arra, hogy a bank vezetése az érdekérvényesítés különböző csatornáin keresztül újabb piacokat nyerjen az aktuális kormánytól, vagyis a mindenkori államtól.

*A rendszerváltást követően az állami piacteremtésnek három terepét azonosíthatjuk.*

a) A piacteremtés egyik eszközeként a *közalkalmazotti bérek* (gyakorlatilag *kötelező banki átutalása* szolgált. A közalkalmazottak jogállásáról szóló 1992. évi XXXIII. törvény (Kjt.) 1996. novemberi módosítása legkésőbb 1999-től írta elő a munkáltatók számára, hogy „a közalkalmazott illetményének kifizetése – a nemzetbiztonsági szolgálatok személyi állományába tartozó közalkalmazottak kivételével – a közalkalmazott által meghatározott bankszámlára történő átutalással, bankszámla hiányában pedig postai úton” történjen. Mivel a közalkalmazottak döntő többsége a kilencvenes évek végén már rendelkezett bankszámlával, méghozzá legnagyobb hányaduk (több mint felük) éppen OTP-számlával, így a törvény fő haszonélvezője – akarva-akaratlanul is – a legtöbb lakossági folyószámlával rendelkező OTP lett. Valójában nem is a munkavállalók, hanem a munkáltatók választottak bankot, hiszen technikailag egy bankon keresztül volt a legegyszerűbben megoldható a tömeges átutalás. Mégsem lehet azt mondani, hogy ne lett volna normatív a jogszabály, hiszen bármely bank versenyezhetett ezért a státusért, és valóban beindult a verseny, amelyben már kezdetben jó pozíciót szerzett az OTP mellett a Budapest Bank (például az ELTE révén), az Agrobank (a BME révén), hiszen az egyetemeken az ott dolgozó közalkalmazottak mellett a tanulók ösztöndíj-átutalása is megszerezhető üzlet volt.

Maga a rendelkezés egyébként érthető és elfogadható, hiszen e kifizetési formák mind a munkáltatók, mind az államháztartás részére előnyös készpénzkímélő fizetési módok. A törvény a közalkalmazottak védelmében garanciális szabályt is tartalmaz arra vonatkozóan, hogy a készpénzkímélő formákra való áttérés, valamint az illetménykifizetésekhez közvetlenül kapcsolódó többletköltségek nem terhelhetik a munkavállalókat: havonta egyszeri készpénzfelvételt a számlavezető bankoknak ingyenesen kell biztosítaniuk.

b) Jelentős piacot teremtett a bankok számára a *lakáshitelezés támogatási rendszerének* 2001. februártól kezdődő kiterjesztése. Ez is normatív módon történt, vagyis nem az OTP volt a bankoknak is jelentős előnyököt hozó kormányrendelet címzettje, mégis a fő haszonélvezővé a lakáshitelezésben legnagyobb piaci szereplőként működő OTP-bankcsoport (kereskedelmi bank és jelzálogbank szimbiózisa) vált. A kedvezmények fokozatos kiterjesztése egyfelől megnövelte a potenciális ügyfelek számát, és ezzel együtt a lakáshitelpiac méretét, ami már önmagában is jövedelemtermelő tényező volt, és különösen az ezen a piacon kiemelkedő pozíciójú szereplő számára. Másfelől a konstrukció direkt módon is tartalmazott a bankokat támogató elemeket, vagyis ebben az esetben *az állami piacteremtés állami támogatással is párosult*.

c) Végül itt is meg kell említeni a *2010-ben bevezetett banki különadót*, amely – a korábbi hasonló elvonásokkal szemben, melyeknél valamilyen jövedelemtételre rótták ki az adót, illetve járulékot – az OTP számára kifejezetten előnyös módon lett kivetve. Mint láttuk, a bank relatív jövedelempozícióját 2010-ben (és várhatóan 2011-ben) tovább javítja a bankadó kivetési módja, amely a nyereség helyett a 2009. évi mérlegfőösszeget tette meg az adó vetítési alapjának. Mivel ez az adónem az OTP számára fajlagosan, a nyereségéhez viszonyítva jóval kisebb megterhelést jelent, mint a versenytárs bankok számára, a felhalmozott többletnyereség lehetőséget ad a hitelezési aktivitás fokozására, vagyis a piac bővítésére.

### **A nemzeti bajnok pozíció megőrzésének változó terepei**

Az OTP hat évtizedes működése során több szakasz különíthető el annak alapján, hogy miként módosult időről időre, az aktuális körülményekhez illeszkedve a nemzeti bajnok pozíció megőrzésének fő terepe.

1. Az *első szakasz* lényegében a tervgazdasági rendszer ideje, amikor a rendszer természetéből adódott a pénzintézet nemzeti bajnok pozíciója, amelyet ezért senki és semmi nem veszélyeztetett. Ebben a „békebeli” időszakban a menedzsmentnek nem kellett erőfeszítéseket tennie a nyílt állami piacteremtéssel kialakított pozíció őrzéséért.

2. A *második szakasz* a kétszintű bankrendszer kialakulásával vette kezdetét, amikor az MNB szervezeti egységeiből alapított új kereskedelmi bankok némelyike szintén nemzeti bajnok pozícióra törekedett, és ennek eléréséhez a lakossági piacon is aktivizálódott. Ebben az időszakban született meg a Postabank is, amelyet eleve az OTP konkurenseként hoztak létre, hogy javítsa annak szolgáltatási színvonalát. Ebben a szakaszban tehát komoly erőfeszítéseket kellett tennie a banknak azért, hogy örökölt pozíciói minél nagyobb hányadát megőrizze.

3. A *harmadik szakasz* kezdetét a nyugati leánybankok megjelenéséhez és a kilencvenes évek közepétől erősödő aktivitásához lehet kötni. Az első időben ezek



még nem próbáltak betörni az OTP felségterületére, a lakossági bankpiacra, de üzleti kultúrájukkal és potenciális fenyegetésükkel modellváltásra sarkallták a bankot. A legfontosabb lakossági piacokon (folyószámla-vezetés, betétek, lakáshitelek), valamint az önkormányzatok bankkapcsolatában *megörökölt masszív pozíciók azonban sokáig kitarítottak*. A bank menedzsmentje a versenykörnyezet megváltozásához alkalmazkodó, aktív üzletpolitikával is elébe ment a kihívásoknak: a kilencvenes években üzleti stratégiája középpontjába a piacorientált, *sokfunkciójú pénzügyi intézet* kialakítását állította, és sorra hozta létre az univerzális banktevékenység ellátásához nélkülözhetetlen szervezeteket. Ekkor vette kezdetét ugyanakkor az új állami kapcsolatok, előnyös pozíciók megszerzéséért folyó törekvés is a bank menedzsmentje részéről (ezt neveztük „kormánybanki allűrnek”).

4. Erre az időszakra esett a *bankprivatizáció* „magjának” 1994–1997 között lezajlott folyamata, amelyben az OTP vezetésének sikerült különleges bánásmódot elérnie – nem csekély mértékben a „nemzeti bajnok” pozícióra támaszkodva. Nemzeti bajnok státusa miatt az OTP kivételes helyzetet élvezett a magyarországi bankprivatizációban: politikai döntés nyomán elkerülhette, hogy külföldi szakmai befektető kezébe kerüljön. A bankot tőzsdén keresztül pénzügyi befektetőknek értékesítették erősen szórt szerkezetben, ezért a bank menedzsmentje gyakorlatilag „szabad kezet” kapott a stratégia és az üzletpolitika kialakításában, a napi működés irányításában. A nemzeti bajnok státus tehát voltaképpen a *menedzsmenturalom őrzésének zálogaként* működött.

5. Újabb szakaszt jelent a kilencvenes évek utolsó harmadában kezdődő időszak, amikor a banknak meg kellett találnia a helyét a privatizációval és a piacra lépésekkel újrarendeződött hazai bankpiacon. Ennek az időszaknak a fejleménye a *régiós terjeszkedés* kezdete, amivel a regionális bajnokságra aspirálás is a banki stratégia részévé vált. A bank vezetése a kelet-európai terjeszkedést azért is forszírozta, hogy a bankméret növelésével akadályozza meg az esetleges felvásárlást.

A keleti expanzió másfelől úgy is interpretálható, hogy a banki menedzsment *a nemzeti bajnok státust igyekezett a „regionális bajnok” státusszá növeszteni*. Bár a stratégia kezdeti sikerét a 2008 őszen eszkalálódott, a kelet-európai régiót különösen erősen érintő hitelválság derékba törte, de egyúttal alapul is szolgált arra, hogy a nemzetközi pénzügyi szervezetek (IMF, EU) támogatását élvezve, a magyar kormány speciális, az OTP-re szabott védőernyőt helyezzen a bank és kelet-európai leánybankjai feje fölé.

6. Végül az OTP nemzeti bajnoki léte szempontjából új fejezetet jelent a legutóbbi, 2007-től kezdődő időszak, amikor az uniós tilalom miatt már nem védi az állam szavazatelsőbbbségi részvénye a bankot, illetve menedzsmentjét az esetleges ellenséges kivásárlástól. Az OTP ugyanis ma sem a nemzeti tulajdon arányának (ez régóta nem több 25 százaléknál) köszönhetően nemzeti bajnok, hanem azért, mert a menedzsment és a mindenkor magyar kormányok annak tekintik, s erre a piaci pozíciója is felhatalmazza. Amennyiben egy esetleges új, meghatározó tulajdonos veszi át az irányítást, alapvetően megváltozhat a helyzet.

## Hivatkozások

- Antalóczy Katalin – Voszka Éva* [2008]: Állami piacteremtés – nemzeti bajnokok teremtése. *Külgazdaság*, 7–8. sz.
- Az OTP adószai... [1998]: Az OTP adószai. A lakosság konszolidációja. *Magyar Narancs*, augusztus 13.
- Bankadó kudarc... [2010]: Bankadó kudarc a tárgyalásokon, egyoldalúan dönt a kormány. *Portfolio*, július 2.
- Bankbizottság [2006]: Javaslatok a lakossági bankszolgáltatások problémáinak kezelésére. Lakossági Pénzügyi Szolgáltatásokat Vizsgáló Szakértői Bizottság, kézirat, december. [www.meh.hu](http://www.meh.hu)
- Buchanan, J. M.* [1992]: Piac, állam, alkotmányosság. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.
- Csányi Sándor*... [2010]: Csányi Sándor a bankadóról 2005-ben és 2010-ben. *Galamus*, július 9.
- Farkas J. – Hegedüs J. – Székelyné G.* [2005]: A lakáshoz jutás feltételei. TÁRKI, február.
- Hellman, J. S. – Jones, G. – Kaufmann, D.* [2000]: „Seize the State, Seize the Day”. State Capture, Corruption, and Influence in Transition. The World Bank, Policy Research Working Paper, 2444., szeptember.
- Király Júlia* [2005]: Egy bank, amely közel állt Önhöz. A Postabank privatizációjának története, 2002–2003. ÁPV Rt., Budapest.
- Király Júlia – Nagy Márton* [2008]: Jelzálogpiacok válságban: kockázatalapú verseny és tanulságok. *Hitelintézeti Szemle*, 5. sz.
- Király J. – Májer B. – Várhegyi É.* [1999]: Ötvenéves az OTP. Kézirat.
- König Éva* [2006]: Adósságkezelés: sikerek és kudarcok. *Esély*, 1. sz.
- Lobbi + verseny... [2009]: Lobbi + verseny: drága marad az előtörlesztés. *Hírszerző*, december 8.
- Melyik bank... [2010]: Melyik bank mennyi bankadót fizet? *Portfolio*, június 29.
- MNB [2009]: Jelentés a pénzügyi stabilitásról. Magyar Nemzeti Bank, Budapest, április.
- MNB [2010]: Jelentés a pénzügyi stabilitásról. Magyar Nemzeti Bank, Budapest, április.
- OTP [2009a]: OTP Bank Nyrt. 2008. évi éves jelentése. OTP, április 24.
- OTP [2009b]: Az EBRD tőkét juttat Közép-Európa legnagyobb független bankjának. [https://www.otpbank.hu/static/portal/sw/file/090710\\_EBRD\\_kozos.pdf](https://www.otpbank.hu/static/portal/sw/file/090710_EBRD_kozos.pdf)
- OTP [2010]: OTP Bank Nyrt. Tájékoztató a 2009. évi eredményről. OTP, március 2.
- OTP-bejelentés... [2010]: OTP-bejelentés: visszafizették az állami hitelt. *Portfolio*, március 22.
- Papp Emilia* [2000]: A Postabank–OTP-fúzió hátrányokkal járhat. *Magyar Hírlap*, október 20.
- Várhegyi Éva* [2002]: Bankvilág Magyarországon. Helikon Kiadó, Budapest.
- Várhegyi Éva* [2010]: A bankadó mint aduász. *Élet és Irodalom*, július 9.
- Várhegyi Éva* [2011]: Kettős szorításban: a magyar bankszektor kilátásai. *Hitelintézeti Szemle*, 1. sz.
- Várhegyi Éva – Voszka Éva* [2010]: A verseny és a versenyképesség kapcsolata Magyarországon: Nagyvállalatok mint nemzeti bajnokok. Kézirat, október.
- Várkonyi Iván* [2000a]: Postabank: jelentős előny az OTP-nél. *Népszabadság*, október 30.
- Várkonyi Iván* [2000b]: Az aprópénzért is lehajolunk – mondja az OTP Bank terjeszkedési stratégiájáról Csányi Sándor. *Népszabadság*, április 26.
- Vives, X.* [2000]: Lessons from European Banking Liberalization and Integration. Megjelent: *Claessens, S. – Jansen, M.* (szerk.): The Internationalization of Financial Services. Kluwer Law International, London, 177–198. o.

# VERSENYPOLITIKA ÉS VERSENYKÉPESSÉG

## **Erős állam: a verseny feltétele vagy torzítója?**

VOSZKA ÉVA

*A válság nyomán ismét előtérbe került az állam és a piac viszonyának újraértelmezése. A gazdaságpolitikai indíttatású, normatív megközelítések helyett ez a cikk pozitív megközelítést választ: azt vizsgálja, mit állít és mit tett a 2010 tavaszán hivatalba lépett kormányzat az erős állam koncepciójának jegyében a gazdaság területén. Nem az egyensúly vagy a növekedés esélyeit, hanem a deklarált célokat és a működési mechanizmusokat elemezve az írás amellet érvel, hogy az eddigi fejlemények többfajta értelmezési keretben is elhelyezhetők. Felfoghatók a piactudomány és a verseny erősítését is magában foglaló lépéssorozatként, de úgy is, hogy a Fidesz által bírált „piacbarát etatizmus” helyébe „államvezérelt piactudomány” lép. A végeredmény ismét a vállalatok és a kormányzat kölcsönös, de aszimmetrikus függése, az állam fogságba ejtése, a kölcsönös szívességek rendszere lehet. Ez pedig a régi – egészen a tervgazdaságig visszanyúló – működési mechanizmusok továbbvitele, a gyenge állam és gyenge piac kombinációja volna.*

Journal of Economic Literature (JEL) kód: H12, H25, H82.

A kormányváltás óta eltelt időszak gazdaságpolitikájának bírálói vagy az átfogó koncepciót hiányolják, rögtönzések sorozatának tekintve a vitathatatlanul séreány törvényhozást és végrehajtást, vagy a piactudomány alapintézményeinek szisztematikus rombolását látják a fő iránynak, akár a jogállami keretek gyengítésével is – miközben a fő cél mindkét esetben a hatalom hosszú távú megtartása lehet.<sup>1</sup> A kormányzati programok viszont másról beszélnek: a magánérdekekkel szemben a közjót érvényre juttató gyökeres változásokról, köztük a tisztességes verseny feltételeinek megteremtéséről. Elvileg nem kizárt, hogy ez több pusztá szóvirágnál.

<sup>1</sup> Az első megközelítéshez lásd például Csaba [2010], Békesi [2011], a másodikhoz Bauer [2010].

Voszka Éva, a Pénzügykutató Zrt. tudományos főmunkatársa. E-mail cím: voszka@yahoo.com

A rovat a Gazdasági Versenyhivatal és annak Versenykultúra Központja támogatásával jelenik meg.

Tegyük fel, hogy az *Orbán*-kormány 2011 tavaszáig megtett lépései – a váratlan helyzetekre adott válaszokkal együtt – *összefüggő rendszerként* is értelmezhetők. Ebben az esetben kiinduló hipotézisünk szerint az intézkedések háttérében *kétfajta cél* is meghúzódhat: a piaci működési mechanizmusok háttérbe szorítása, de azok megszilárdítása is. Mindkét cél elérésének *eszköze* lehet az *erős állam* létrehozása a megvalósítási módjától, azaz a fogalom tartalmától függően.

A cikk először bemutatja a nyilvánosságra hozott hivatalos felfogást a változások és az erős állam jellegéről. Mivel a kapitalizmus alapintézménye a magántulajdon és a piaci verseny, ezután azt vizsgáljuk meg részletesen, hogy mit tett eddig a kormányzat az erős állam jegyében a tulajdonviszonyok átrendezése, a versenyfeltételek alakítása, kiemelten a jövedelmek gazdaságon belüli újraelosztása terén. Végül felvázoljuk a változások lehetséges értelmezési kereteit.

### **A programok: újjáépítés, közérdek, verseny, reform**

Az *Orbán*-kormány, úgy tűnik, elődeinél közvetlenebbül az *általános politikai felfogás részeként* kezeli a gazdasági kérdéseket, ezért a szemléletmód megértése érdekében az elemzést is messzebből kell kezdenünk – a közgazdaságtól távolabb eső és számunkra sokszor ingoványos terepen.

A 2010-ben meghirdetett programok<sup>2</sup> a helyzetértékeléssel, ezen belül – mint az a politika természetéből következik – az elődök, az ellenfelek kritikájával kezdődnek, mondanivalójukat ezek ellentétéként fejte ki. Talán ez az oka annak, hogy a világgazdasági válságról kevés szó esik. A magyar társadalom és gazdaság átfogó válságához „az elmúlt nyolc év rossz kormányzása” vezetett: az együttműködés helyett a szembenállás, a felemelkedés helyett az adósságcsapda, a rend és a közbiztonság hiánya, az, hogy bünszervezetek épültek be az állami intézményekbe és vállalatokba. Ez magyarázza, hogy „A magyarok gyökeres és alapvető változást akarnak az élet minden területén. Nem pusztán módosításra, kiigazításra adtak felhatalmazást, hanem arra, hogy a nemzeti együttműködés erejével új politikai, gazdasági és társadalmi rendszert alkossunk, amely az élet minden területén új szabályokra épül” – mondta ki határozottan a miniszterelnök a kormányprogram előszavában a radikális átalakítás igényét (A Nemzeti..., 2. o.). Az Új Társadalmi Szerződésnek nevezett Nemzeti Együttműködési Program új előfeltévekre épít, új tekintélyeket (értékrendet) és új szótárt (beszédmódot) teremt.<sup>3</sup> Középpontjában a program alcímében is kiemelt munka, otthon, család, egészség és rend áll, a legfontosabb eszköz pedig az együttműködés, ami „a magánérdekek érvényesítése helyett a közjó szolgálatát, közös nemzeti ügyeink erős és hatékony képviseletét követeli... Olyan kormányzást,

<sup>2</sup> A kormányprogramon kívül a gazdaságsszemléletet összegző Új Széchenyi Tervet és *Orbán Viktor* több beszédét vettük kiindulópontnak.

<sup>3</sup> A részletes elemzést lásd: *G. Fodor–Fűrész–Giró–Szász* [2011].

ahol az egyén és a közösség érdeke nem szemben áll, hanem kiegészíti egymást” (i. m., 10–11. o.).

Az általános üzenet tehát még világosabban megfogalmazva: „a közjó primátusa a magánérdekekkel szemben” (i. m., 12. o.). A gazdaság szűkebben vett terepére vonatkoztatva ez valóban újdonság a gazdasági liberalizmusnak azzal a felfogásával szemben, amely a közérdeket nem egy külső, a politika által meghatározott adottságnak tekinti, és azokat az egyéni törekvéseket „bátorítja,” amelyek ehhez alkalmazkodnak, hanem a magánérdekek ütközéséből kialakuló, folyamatosan változó absztrakciónak. S egy *újfajta gazdasági berendezkedés* igénye sejlik fel a miniszterelnök több más nagy ívű beszédében is, amelyekben – a kormányprogramtól eltérően – a külvilág is megjelenik.

*Orbán Viktor* még jóval a választási győzelem előtt kifejtette, hogy a neoliberalizmus, a piac mindenhatóságáról szóló mítosz a globális válság következtében összeomlott. Ez temette maga alá az európai és a hazai baloldalt, amely eredeti küldetésétől eltérve „a tőkével rendelkezők érdekeinek kiszolgálójává, a piacosság zászlóvivőjévé és az állam lebontásának szószólójává vedlik át.” Most bebizonyosodott, hogy az állam nemcsak egyes területeken (oktatás, egészségügy, nyugdíjrendszer) működhet jobban, mint a piac, hanem magának a piacnak is csak ő lehet a megmentője. A „modern jobboldal” feladata az, hogy – a szabadság védelmét fel nem adva – „a szabályozott piac zászlóvivője” legyen, „amely határt szab az ön- és világvészélyesnek bizonyult spekulációnak” (*Orbán, 2009b, 3., 7. o.*).

A nevezetessé vált kötcsei beszéd szerint Magyarországon a baloldal csak *féloldalsan volt piacbarát*. Hatalompolitikája, szavazatszerzési módszere egy „intellektuálisan rendkívül izgalmas, ám végtelenül kártékony megoldás [...] miközben az államot minden olyan területről kivonták, ahol valójában szükség lett volna rá (piacfejlesztés, egészségügy, oktatás stb.), egyfolytában növelték a járadékok és egyéb juttatások formájában állami forrásokból élők számát [...], az etatizmusnak egy piacbarát formáját találták ki: nem az állami intézmények, hanem az államból élők számát növelve évről évre.” Ennek ellenére az egyén és a közösség viszonyát úgy értékelte, hogy a kívánatos egyensúly „megbillent az individuum irányába”, és ezzel együtt megbukott – nemcsak nálunk, hanem világméretben is – „a tudományos kapitalizmus [...], a piac mindenhatóságába vetett hit” (*Orbán, 2010a, 4., 5. o.*).<sup>4</sup>

Ez egyben egy korszak végét jelenti, mert – mint a bálványosi előadás címe is hirdeti – „A nyugati típusú kapitalizmus került válságba”. „[...] egy évvel ezelőtt még eretnek dolognak számított volna megkérdőjelezni a piac mindenhatóságát, ma pedig egyáltalán nem tabu többé arról beszélni, hogyan kell az államnak nagyobb szerepet vállalnia.” Helyre kell állítani az erkölcsi rendet, mert „minél több szabadságot kapott a saját profitmegfontolásainak érvényesítésére, minél nagyobb távolságot harcolt ki magának az államtól a piac, annál inkább elporladt és semmivé lett az alapot biztosító morális kötőanyag” (*Orbán, 2010b, 2. o.*).

<sup>4</sup> Kiemelés nem az eredetiben. [http://www.nagyitas.hu/common/main.php?cikk\\_id=568&pgid=cikk](http://www.nagyitas.hu/common/main.php?cikk_id=568&pgid=cikk)

Ezek a megfogalmazások az állam és a piac újfajta viszonyát vázolják fel: az állam nagyobb szerepét, a társadalomba, a politikába beágyazott gazdaságot.<sup>5</sup> Fél évvel később az Új Széchenyi Terv *paradigmaváltást* irányozott elő – igaz, nem a gazdaság működésének egészében, hanem csak a gazdaságpolitikában.

A Terv három alappillére a jövőkép, a stratégia és a struktúra. A jövőkép egy felzárkózási (régebben úgy mondták, utolérési) cél: Magyarország 2030-ra meghaladja az unió átlagos fejlettségi szintjét. 2011-ig hét kiemelt mutató javítására készülnek akciótervek, azután pedig „átfogó és átütő reformok valósulnak meg” – amelyek tartalma itt még nincs megjelölve. A stratégia az egyensúlyt, a növekedést és a foglalkoztatást állítja a középpontba, mégpedig úgy, hogy az egyensúlyt megszorítások helyett élénkítéssel, a növekedés beindításával teremti meg. Végül a stratégia végrehajtását támogató struktúra „a nemzeti intézmények, az állami és piaci szervezetek, a közösségi és egyéni kezdeményezések új integrációját kívánja meg a nemzeti együttműködés rendszerében” – de hogy mi lenne ez az új integráció, arról nem szól a dokumentum. Maga az Új Széchenyi Terv – „a talpra állás, megújulás és felemelkedés fejlesztéspolitikai programja” a paradigmaváltás legfontosabb eszköze (Magyarország Kormánya, 2011, 12–15. o.).

E célkitűzésekben kevés az új elem. Az élénkítő gazdaságpolitikának ciklikusan jelentkező, de évtizedes hagyományai vannak – talán csak a felzárkózási céldátum és a megszorítások elutasítása tekinthető újdonságnak. És ha az állam gazdasági szerepváltozásának konkrétumait nézzük, ezek sem egy új paradigma képét rajzolják fel.

Az erős állam egyik legfontosabb feladata általában is, de az induló hazai helyzetből következően még inkább a közérdek érvényesítése, a törvények következetes betartatása, a rend és biztonság megteremtése.

„Erős államra (van szükség), amely mindenekelőtt a közérdeket, nemzetünk érdekét szolgálja, nem egy kiváltságos szűk elit üzleti érdekeit. Az államnak pártatlannak kell lennie. Nem ügyeskedhet, nem változtathatja kénye-kedve szerint a törvényeket és a szabályokat. Ha az állam részrehajló, és magánérdekek kiszolgálójává alacsonyodik, magánérdekek foglyává teszi a törvényhozást, akkor saját működésének értelmét számolja fel” (A Nemzeti..., 2010, 13. o.).

Az állam garantálja a „szigorú, következetes törvények” érvényesítését mindenkire – politikai kiváltságok, mentességek nélkül, a törvény előtti egyenlőség alapján. „[...] a mindenkori kormány alapvető feladata, hogy a kiváltságok helyett polgárainak tulajdonát, a jogbiztonságot és a törvényességet védelmezze. Mindennek kiindulópontja, hogy maga az állam is törvénytisztelő legyen. A normakövetés nemcsak az állampolgároktól elvárt kötelesség, hanem a hatalomgyakorlókkal szemben is alapvető követelmény. A jogállami keretek között elfogadhatatlan, hogy parlamenti többsége birtokában a kormány alkotmányértő törvények sorával bizonytalanítsa el állampolgárait, sodorja veszélybe a jogbiztonság alapelvét.” Fel kell számolni a korrupciót és a nepotizmust (u. o. 44–45. és 82., 83. o.), biztosítani kell „[...] a gazdasági szereplők számára a stabil és kiszámítható szabályozási környezetet” (Magyarország Kormánya, 2011, 21. o.).

<sup>5</sup> Polányi [1976] értelmében.



A kormányprogram tehát az erős államot a megelőző évekre jellemző fogságba ejtett, magánérdekek által irányított állam ellentétéként, a törvényesség szigorú öröként, a jogállamiság fenntartójaként értelmezi. Ez pedig nem áll szemben a „nyugati típusú piacgazdaság” ideáltípusával, hanem annak *következetes megvalósítását*, a sokszor és joggal bíralt hazai megvalósítás korrekcióját is jelentheti.

A hivatalos dokumentumok szerint az állam nem kíván a piac helyébe lépni, nem korlátozni, hanem éppen *élenkíteni akarja a versenyt*.

„Az állam a gazdaságon belüli forrásallokáció szervezésében a legtöbb esetben ügyetlenebb, mint a piac. [...] Az állam, a kormányzat a közösségért és a közjóért felel; nem fejleszt a gazdaságot, hanem szövetséget köt a gazdasággal, hogy az a nagyobb hozamot ígérő feltételekért, körülményekért cserébe vállaljon részt a közösség erősítésében. Tiszta és tisztességes ez az üzlet: versenyképességért erős közösség – erős közösségért versenyképesség. Az erőforrások és a termékek gazdasági megtérülés szerinti legjobb elrendezése a piac feladata” (Magyarország Kormánya, 2011, 23. o.).

Az állam nem versenyez a piaccal, de segít belépni a versenybe, hogy ezzel a monopóliumok, a kartellek és az erőfölényes helyzetek által uralt piacokon valódi versenyt hozzon létre. „Az államnak fontos feladata fellépni ezek ellen a helyzetek ellen. Ahol lehet, fel kell törni a kartellszerű működést, akár új versenytársak belépésének elősegítésével. Ahol pedig természetes monopóliumokról van szó, ott erősebb szabályozással, esetleg a tulajdonviszonyok átrendezésével szükséges fellépni” (A Nemzeti..., 23–24. o.). Vagy később: „[...] a piac a kereskedelem területén is saját törvényeit követi, és abban az államnak nem lehet korlátozó szerepe. A verseny korlátozása csak a fogyasztókat hozná hátrányba. Ugyanakkor nyilvánvaló: a piaci erőfölényből származó diktátumok gyakorlata sem egyenlő a szabad kereskedelemmel [...] Magyarországon is az állam a mainál jóval aktívabban használhatná a tisztességes kereskedelem érdekében és a hazai beszállítók védelmében a jelenleg is rendelkezésre álló szabályozási eszközeit [...] Eszközei közül természetesen nem hagyhatja ki a verseny erősítését sem, például alternatív, versengő kereskedelmi láncok létrejöttének elősegítésével” (u. o., 30–31. o.).

Bár a politika és a gazdaság, a „közösség” és a vállalkozók „szövetsége” új megközelítésre is utalhat, mindez nem áll feltétlenül szemben a liberális kapitalizmus elveivel: az új szereplők piacra segítése és megerősítése a verseny élenkítését szolgálja. A kormányprogram és a Széchenyi Terv is két, részben egymást átfedő cégcsoport, a kisebb vállalkozások és a hazai tulajdonban lévők előnyben részesítését szorgalmazza. A tisztességes verseny kívánja meg, hogy *„egyensúlyozni kell a nagyok privilégiumait*. A nagy cégek, koncentrált ágazatok érdekérvényesítő képességüknél fogva képesek előnyök, transzferek megszerzésére, képesek egyszerre sok ezer munkahelyhez támogatást kérni a kormánytól. Ha a gazdaságpolitika nem kívánja hátrányos helyzetbe hozni a kiemelt kormányzati figyelmet kivívni nem képes kisebb cégeket, kompenzációs eszközöket kell kidolgoznia” (Magyarország Kormánya, 2011, 22. o.) – többek között az állami támogatások és a közbeszerzési törvény módosítása révén. A kormányprogram külön fejezetet szentel a magyar vállalkozások, termékek védelmének, elsősorban a versenyfelügyelet és a fogyasztóvédelem eszközeit említve (i.m., 28–30. o.). Ezeket a lépéseket egyes elemzők az új



megközelítés központi elemének, egy „*korszerű protekcionista gazdaságpolitika*” kialakításának tekintik (G. Fodor–Fűrész–Giró–Szász, 2010).

Megint csak azt mondhatjuk: mindez még nem paradigmaváltás. A kis- és középvállalatok erősítése az Európai Unió egyik prioritása, sokféle támogatási tilalom alóli mentesség indoka, és régi program Magyarországon, ha eddig kevés eredményt járt is. Maga a versenyszabályozás szintén ismeri az ellenméreg koncepciót, több kisebb cég összeolvadásának engedélyezését annak érdekében, hogy így a domináns vállalat sikeres kihívói lehessenek. Vagyis a verseny élénkítése a liberális elvek szerint sem csak versenysemleges módszereket ismer. A hazai piac védelmének kifinomult formái, amit a szakirodalom „red tape barrier”-nek nevez,<sup>6</sup> ugyancsak közismertek az egész világon.

Még kevésbé tekinthető paradigmaváltásnak, hanem éppenséggel a *korábbi kormányzati gazdaságpolitika több kulcselemében hozott fordulatot* a 2011 tavaszán meghirdetett Széll Kálmán-terv, az ezen alapuló reformprogram és a konvergenciaprogram frissített változata. Itt ugyanis már egyértelműen az egyensúly (az államháztartási hiány és az államadósság rátájának leszorítása) áll a középpontban, mégpedig hosszabb távra fenntartható módon. Ennek súlyát jól mutatja, hogy a követelményeket az új alkotmányba is beépítették.

A kiindulópont nyilván a külső – uniós és pénzügyi – korlátok átlépésére tett kísérletek kudarca: az EU által felállított hiánycélt tartani kell, és a 2010-es intézkedések csak átmeneti megoldást jelentenek. A Széll Kálmán-terv, legalábbis annak angol nyelvű változata nyíltan elismeri, amit a nemzetközi intézmények és befektetők már korábban megfogalmaztak: a bevételnövelő lépések 2013–14-re már nem biztosítják a költségvetési hiány kívánatos szintjét, annak eléréséhez „további intézkedések szükségesek” (Ministry of National Economy, 2011, 3. o.).<sup>7</sup> Ennek nyomán a konvergenciaprogram a korábbi 4-6 százalékos növekedés helyett „konzervatív makrogazdasági pályával” számol, a Széchenyi-terv keresletélénkítő programja helyett kínálati oldali növekedésösztönzést és – explicit módon is megfogalmazva nem keynesi típusú – reformokat irányoz elő (A Magyar Köztársaság Kormánya, 2011a, 5. o.). Ezek legfontosabb eleme az államháztartási kiadások és az államadósság tartós csökkentése, a devizahitelek kockázatainak kezelése, az üzleti környezet javítása, a munkaerőpiac, valamint a nyugdíj- és szociális ellátórendszer átalakítása, a közösségi közlekedés, az oktatás, a közigazgatás és az önkormányzatok reformja.

A nyolc nagy területre összpontosító, 31 pontban felvázolt változtatások zöme az államháztartás kiadási oldalát érinti, szakít a korábbi miniszterelnöki beszédek és kormányzati programok lényeges pontjaival: az állam nagyobb szerepe helyett a költségvetési újraelosztás, „az államból élők” számának radikális csökkentését tűzi ki célul, és a háztartások jelentős részének jövedelmét, állami támogatását, fogyasztását mérséklő *megszorító* intézkedéseket tartalmaz. (Az egyensúlyt javító hatás 2012-ben 550, 2013-tól évente 900 milliárd forint.) (A Magyar Köztársaság Kormánya, 2011b, 38. o.).

<sup>6</sup> Lásd ennek hazai elemzését: *Török–Dely–Gray* [2008].

<sup>7</sup> A „no policy change” forgatókönyv elemzéséről lásd: *Oblath* [2010].

Ezek a programok és reformok tehát önmagukban – a megvalósítás lehetőségétől és részleteitől függetlenül – az állami jövedelemelosztás visszaszorítását irányozzák elő elsősorban a szociális területen. Az állam és a vállalatok kapcsolatával, a szűkebben vett gazdaságon belüli intézményrendszerrel, vagyis az általunk vizsgált szektorral kevésbé foglalkoznak. Ilyen kérdésekre csak az üzleti környezet javításáról szóló rész utal, amely az adminisztratív terhek csökkentésén, a közbeszerzés átalakításán, a közszolgáltatások és a tőkepiac fejlesztésén kívül a „versenyképességi szerződések” megkötését helyezi kilátásba, „amelyek keretében az állam egy területtel vagy ágazattal megegyezést köt, vállalva bizonyos kedvezményeket, a vállalkozásoknak kormány által fontosnak tartott területeken tett konkrét vállalásaiért cserébe” (A Magyar Köztársaság Kormánya, 2011b, 9. o.). Ez beleillik a korábban is hangoztatott nézetrendszerbe, miközben az újfajta, nem piaci típusú együttműködést szorgalmazó tervek háttérévé a 2011. tavaszi dokumentumok szerint egy ortodox egyensúlyjavító program válik, ami a korábban körvonalazott lépések keretfeltételeit is módosíthatja.

A kormányzati programokból kiolvasható tehát a válságba került, a liberális „nyugati kapitalizmus” gyökeres átalakításának, az állami dominanciának az igénye – de az is, hogy annak csak egy javított kiadásáról, az előző kabinetek által elrontott változat korrekciójáról, sőt a Széll Kálmán-tervtől kezdve következetesebb, keményebb megvalósításáról van szó. Az utóbbi esetben az erős állam a piac és a verseny megerősítését is szolgálhatja, akár átmeneti versenykorlátozás árán. És persze az is lehetséges, hogy a deklarációk önmagukban ellentmondásosak, vagy – mint olyan sok hasonló dokumentum esetében – papíron maradnak, és a ténylegesen megtett lépések egészen más irányt mutatnak. A normakövető, az alkotmányosság szabályait betartó, a gazdaság szereplőinek kiszámíthatóságot és jogbiztonságot ígérő állam képét könnyű ütköztetni az elmúlt hónapok eseményeivel. De a vitapartnerek nyilván azt állítanák, hogy az átmeneti normaszegés az új, stabil normák kialakítását szolgálja; itt is a „versenyteremtés versenytorzítás árán” logikája érvényesül. A további mérlegeléshez nézzük meg, hogyan értelmezhető az erős állam, a piachoz és a versenyhez fűződő viszony az *Orbán*-kormány intézkedéseinek fényében.

## A változtatások

Az állam tulajdonosi és szabályozói szerepét megvizsgálva részletesebben ki-mutatható az erős állam felfogásának az érvényesülése. Előljáróban érdemes felhívni a figyelmet arra, hogy a most vizsgált elemek zöme tételesen nem szerepelt a kormányprogramban – legfeljebb más dokumentumokban, beszédekben találhatunk rájuk utaló célzásokat. Ugyanakkor egy részükre van nemzetközi példa: a válság hatására a világ fejlett régióiban, az Európai Unióban is kiterjedt az állami támogatás és a köztulajdon mint a bankok, vállalatok megmentésének eszköze, sok helyütt

felbukkantak a különadók és protekcionista, a hazai cégeket, piacokat védő intézkedések.<sup>8</sup> A térbeli precedensek mellett időbeli folytonosság is kimutatható, mégpedig nemcsak az első *Orbán*-kabinet intézkedéseivel, hanem – az éles elvi elhatárolódás ellenére – a *Gyurcsány*- és a *Bajnai*-kormány stabilizáló, majd válságkezelő csomagjainak több elemével is. De nem hiányoznak az innovációk sem.

### *Az állam mint tulajdonos: vagyongyarapítás és központosítás*

#### Az állami tulajdon kiterjesztése

Az állami vagyon körének bővítése önmagában nem újdonság. A Fidesz előző kormányzati ciklusában is lassította, néhány esetben visszafordította a privatizációt (*Voszka*, 2001), majd ellenzékben is ezt az álláspontot képviselte, a változtatások egy részét pedig már a *Bajnai*-kabinet elindította. Módosult azonban a tervek léptéke, új megközelítések és részben új módszerek jelentek meg. Az állami tulajdonosi szerep „újjaépítése” és kiterjesztése, bár a kormányprogram nem szól róla, a *hivatalos kormánypolitika rangjára* emelkedett. A privatizációt pedig az alkotmány tervezete kivételnek tekinti.

A miniszterelnök még hivatalba lépése előtt ezt mondta: „[...] egy nemzetgazdaság hazai kézben lévő stratégiai ágazatok [...] nélkül gyenge és sebezhető. Az új világban érték lesz a nemzeti vagyon, a hazai tulajdonban lévő bankrendszer, érték lesz az energia, a föld, az élelmiszer, a víz, és a természet értékeit, a köz érdekét az állam tulajdona is védi” (*Orbán*, 2009a). A Magyar Nemzeti Vagyonkezelő feladatai közé bekerült az állami vagyon gyarapításának az az értelmezése, amely magába foglalja „akár a vagyoni kör bővítését is”.<sup>9</sup> A fejlesztési miniszter ősszel egyértelműen kijelentette, hogy „jelentős lépéseket terveznek az állami vagyon gyarapítása terén”, például az energiaszektorban (*Marnitz*, 2010f). Eközben az eladásokat az alkotmány szövegjavaslata is korlátozza: „Nemzeti vagyont csak törvényben meghatározott célból lehet átruházni, törvényben meghatározott kivételekkel, az értékarányosság követelményének figyelembevétele mellett.” [Magyarország Alaptörvénye, 2011, 38. cikk (3)]. Hivatalos nyilatkozatok szerint készülnek – de május végéig még nem kerültek az országgyűlés elé – az új vagyonszerzési irányelvek, amelyek lényege az állami vagyon megerősítése, hatékony működtetése.<sup>10</sup>

A kormányváltás előtti időszakkal *folytonosságot* mutató ügyek legnagyobbika a *Magyar Olajipari Nyrt.* (Mol) 21 százalékos pakettjének állami kézbe vétele, amiről már a *Bajnai*-kabinet idején is folytak magas szintű tárgyalások.

<sup>8</sup> Ezekről áttekintést ad *Laki–Voszka* [2010].

<sup>9</sup> Lásd: <http://www.mnvzrt.hu/bemutakozas/altalanos>

<sup>10</sup> Lásd: [http://nol.hu/gazdasag/parlament\\_ele\\_kerulhetnek\\_az\\_uj\\_vagyonpolitikai\\_iranyelvek](http://nol.hu/gazdasag/parlament_ele_kerulhetnek_az_uj_vagyonpolitikai_iranyelvek)

Az OMV 2009 áprilisában adta el részesedését az ismeretlen tulajdonosi hátterű, de az orosz kormánnyal kiváló kapcsolatokat ápoló Szurgutnyeftyegaznak. Noha eleinte a Mol nem minősítette ellenségesnek a belépést, védekezésképpen módosította alapszabályát, és az orosz céget hatósági engedély híján azóta sem jegyezték be a részvénykönyvbe, így az nem tud élni szavazati jogával. Sajtóhírek szerint a magyar olajvállalat 2010 elején vételi ajánlatot tett a csomagra, és a kérdés már akkor szerepelt az orosz kormánnyal folytatott tárgyalások napirendjén, de megoldás nem született (Mol-ajánlat, 2010). Ősszel felvetődött, hogy a Szurgut 4-500 milliárdot érő pakettjét – a költségvetési hiány növelését elkerülendő – a Magyar Befektetési Bank vagy a Magyar Villamos Művek veszi meg, így biztosítva a közvetett állami tulajdonlást (Marnitz, 2010h). Végül 2011 májusában a kormányzat közvetlenül vásárolta meg az olajipari vállalat részvénycsomagját az 1,88 milliárd eurós vételárat az IMF-hitel még fel nem használt részéből fedezve, ami a tartalékok apasztása árán lehetővé tette a bruttó államadósság és a költségvetési hiány növekedésének elkerülését. A kormányzóvivő a tranzakciót „egy önmagán jelentősen túlmutató jelentőségű dologként” értékelte a cég stratégiai, nemzetbiztonsági szerepe miatt, és általánosságban is leszögezte: „Ha megnyílik annak lehetősége, hogy egy ország újraélessze a korábban elherdált és esztelen privatizációval eltékozolt nemzeti vagyont, növelni, gyarapítani tudja a nemzeti vagyont, akkor azt meg kell tennie.”<sup>11</sup> Mivel a hivatalos célok a nemzeti befolyás érvényesítése és az energiatartósság csökkentése mellett „más állami cégekkel való szinergialehetőségek kiaknázását” is említeték, ismét felerősödtek az MVM–Mol összeolvadásról szóló találgatások.<sup>12</sup>

Az MVM szerepelt a zavaros tulajdonosváltás és az olcsó gázforrások bedugulása után pénzügyi nehézségekkel küzdő EMFESz sorsának rendezőjeként is (Marnitz, 2010h) – amíg 2011 elején fel nem függesztették az *alternatív gázszolgáltató* működési engedélyét. Lényegesen nagyobb falat lenne az E.ON *földgáz-nagykereskedelmi* cégének állami kézbe vétele, amit már az előző Orbán-kormány is tervezett, és a Bajnai-kabinet az elővásárlási jog szerződésbe iktatásával pedig előkészített. Erre 2009-ben került sor, amikor megállapodást kötöttek a német energetikai nagyvállalattal a tarifákban addig nem érvényesített költségek megtérítéséről (M. I., 2010). A 2010 nyarán bevezetett energiaár-emelési tilalom, majd néhány hónap múlva az árbevételre kivetett, az alacsony nyereségtartalommal működő gázkereskedőt különösen sújtó különadó miatt most már komolyan felmerül az állami vásárlás lehetősége. Újabb tervek körvonalazódnak az állami áram-nagykereskedő gázpiaci belépésére is, a Mol és az E.ON rovására (A villamosművet..., 2011).

A másik nagy horderejű ügy a hányatott sorsú *Malév* történetének újabb fejezete, amely ráadásul további, még költségesebb visszaállamosításokat indíthat el.

A válság okozta keresletcsökkenést is megszenvedő légi közlekedési vállalat 2009-ben ismét elvesztette a tőkét, és a felszámolás megelőzésére a magyar állam 2010 februárjában részvényre konvertálta a cég 25 milliárdos adósságát, így az orosz állami bank

<sup>11</sup> [http://www.portfolio.hu/vallalatok/energia/gyarapitani\\_kell\\_a\\_nemzeti\\_vagyont\\_szijjarto.150003.html](http://www.portfolio.hu/vallalatok/energia/gyarapitani_kell_a_nemzeti_vagyont_szijjarto.150003.html)

<sup>12</sup> [http://www.portfolio.hu/vallalatok/energia/fellelegezhetunk\\_de\\_ritka\\_a\\_levego\\_a\\_mol\\_korul.150086.html](http://www.portfolio.hu/vallalatok/energia/fellelegezhetunk_de_ritka_a_levego_a_mol_korul.150086.html)

helyébe lépve a Malév 95 százalékanak tulajdonosa lett, bár a Vnyesekonombanknak legnagyobb hitelezőként minden lényeges kérdésben megmaradt a vétőjoga. Az új kormány tovább finanszírozta a veszteségeket, 20 milliárdos tőkejuttatást és hitelt adott a cégnek, 2011-re újabb 14 milliárd támogatást ígérve (*Varga G., 2010b, Malév...*, 2010). A konkurensek már a korábbi állami támogatást is megtámadták az európai versenyhatóságnál, és a brüsszeli bizottság év végén el is indította a hivatalos vizsgálatot (Bizottsági..., 2010). Az állami tulajdont itt nem tervezik hosszú távra; 2011 tavaszán a kormányzat kínai befektetőkkel tárgyalt a cég átvételéről.<sup>13</sup>

Ennél nagyságrendileg jelentősebb tétel lenne a *Budapest Airport esetleges visszavásárlása*. A 2005-ben rekordösszegért, több mint 460 milliárd forintért eladott repülőtér-üzemeltető privatizációjához kapcsolódó, nyilvánosságra került szerződés ugyanis kártérítést ígért a vevőnek, ha a BA „külső körülmények miatt” a felszámolás sorsára jutna. Mivel a magyar légitársaság adja a forgalom 45 százalékát, a német befektető szerint a Malév bedőlése ilyen helyzethez vezetne. A tét nagy: a Hochtiefnek a vételárat kamatokkal megfejező követelése 5-600 milliárd forint (*Torontáli, 2010b*). De az állami kézbe vétel elvileg nem lehet ellenére a kormánynak. A korábbi magánüzemeltetővel az első Orbán-kabinet bontott szerződést – tetemes kártérítést kifizetve –, most pedig az Új Széchenyi Terv kiemelt helyen a privatizációt hibáztatja Ferihegy regionális lemaradásáért (Magyarország Kormánya, 2011, 296. o.).

Ezektől az esetektől eltérően *újdomságnak számít az* állami tulajdon kiterjesztésének nagy ívű terve a *bankszektorban*. „A pénzügyi szerkezetet át kell alakítani, legalább ötvenszázalékos magyar tulajdoni arányra lenne szükség” – mondta a nemzetgazdasági miniszter a kinevezése előtt (*Matolcsy, 2010*). Ennek egyik útja a meglévő bankok állami kézbe vétele.

Az első jelölt az MKB lehet, amelynek német anyabankja az állami segítség miatt kénytelen megválni néhány befektetésétől. A patinás magyar pénzügyi szervezet az elbukott hitelektől és a különadótól is sújtva 2010-ben 118 milliárdos negatív eredményt hozott (*Ábrahám, 2011*). A Bayerische Landesbank tőkeemeléssel kisegítette az MKB-t, de sajtóhírek szerint a német vezetők a kormányváltás óta több megbeszélést is folytattak eladásáról a magyar miniszterelnökkel, aki szívesen látná a bankot állami – vagy magánbefektetők közreműködésével legalább hazai – kézben (*Fekete, 2010b*). Ezen kívül felmerült több állami (rész)tulajdonú bank alapítása a fizetésektelen adósok hiteleinek kivásárlására, az önkormányzatok kölcsöneinek kezelésére, az energiatakarékos beruházások vagy egyes ágazatok – mezőgazdaság, építőipar – finanszírozásra („zöld bank”, „gazdabank”), illetve a kis- és középvállalatok hiteligényének kielégítésére (Magyarország Kormánya, 2010, 35. o.).

Az állami kézbe vétel legjelentősebb tétele, a *magánnyugdíjpénztárak* szinte teljes vagyonának visszacsatornázása az állami rendszerbe nemcsak az állampolgárokat és a vagyonkezelőket érinti, hanem – kisebb mértékben – a pénztárak portfóliójában lévő részvények tulajdonosváltásán keresztül a *tőzsdei társaságokat* is. Becslések szerint ezen a kerülő úton mintegy 350 milliárdnyi vagyon kerül állami kézbe, elsősorban a legnagyobb cégek (MOL, OTP, Richter) kisebbségi pakettjei.

<sup>13</sup> Lásd: [http://www.fgyelo.hu/hetilap/20110503/kinai\\_landolas/](http://www.fgyelo.hu/hetilap/20110503/kinai_landolas/)

## A tulajdonosi joggyakorlás átrendezése

A fő irány e téren a központosítás, amibe csak egy döntés nem illik bele: a vagyongazdálkodás megkettőzése több tucat vállalat átadásával az MFB-nek – ami viszont az első Orbán-kabinet idején is megtörtént. A kormányváltások idején megszokott a tömeges vezetőcsere az állami vállalatok élén, de újdonság, hogy az *igazgatósági tagok* leváltása helyett sok helyen (Eximbank, Volán társaságok, a fővárosi cégek zöme) magát a *testületet szüntették meg*. A társasági törvény által már régebben lehetővé tett, de nálunk eddig alig alkalmazott, még inkább a német vállalatirányítási modellhez közelítő megoldás a döntések centralizációját, a vállalaton kívüli ellenőrzés visszaszorítását szolgálhatja, miközben csökkenti a politikai jutalmazásra is használt vezetői helyek számát, és hozzájárul az állami (vállalati) költségek lefaragásához.

Az igazgatóságok felszámolása vagy összevonása többször összekapcsolódott az *irányítási szervezet megváltoztatásával, holdingok létrehozásával*. Ennek legnagyobb horderejű terve az évente több száz milliárd közpénzzel finanszírozott MÁV és az ehhez viszonyítva elenyésző támogatottságú Volán vállalatok (és esetleg a GySEV állami részének) egyesített irányítása. A 2011 végén felállítandó holding fő feladata a tevékenységek, a menetrendek összehangolása, a költségek csökkentése a párhuzamosságok felszámolásával. A nagy szervezeten belül még inkább háttérbe szorulhat a lényegesen olcsóbb közúti közlekedés, amelynek valószínűleg újabb járatokról kell majd lemondania több leállított szárnyvonal újraindítása miatt is – ami viszont tovább növeli a vasút évente mintegy 300 milliárdos költségvetési finanszírozási igényét (Terhes..., 2010, Vácz, 2010a). Holdingok kialakítását tervezi a kormányzat az egészségügyben is kórházak és más intézmények összevonásával.

E téren a leghatározottabb lépéseket eddig a Fővárosi Önkormányzat tette meg két vagyongazdálkodó központ létrehozásával – de az alaplanta itt a több városban (elsőként tíz éve Debrecenben) megalakított holdingszervezet.

A budapesti megoldás különlegessége, hogy két (központnak nevezett) szervezet alakul, az egyik a közlekedésben a BKV-n kívül a parkolási társaságokat és az útfelújításokat is bevonva, a másik pedig nyolc, tisztán önkormányzati tulajdonú társaságból. A cél a korábban valóban kevésbé hatékony, sok testület és ügyosztály között megosztott, operatív politikai beavatkozásoknak kitett tulajdonosi érdekek jobb érvényesítése, a stratégiai irányítás és ellenőrzés erősítése, a gazdálkodás csoportszintű optimalizálása, a méretgazdaságossági előnyök kihasználása – és mindezek következtében a működési eredmények javítása, a korrupciós csatornák elzárása (Pénzügykutató Alapítvány, 2010b). Az önkormányzati támogatások szűkössége miatt ismét felbukkant az a régebbi elgondolás, hogy az állam szerezzon részesedést a BKV-ban vagy a holdingban, és tőkeemeléssel, kiszámítható költségvetési támogatással biztosítsa a tömegközlekedés megfelelő finanszírozását (Vácz, 2010b). Így az önkormányzati tulajdonosi joggyakorlás átalakítása a központi állami tulajdon (és pénzügyi felelősség) kiterjesztésével kapcsolódna össze.



A helyi állam és a központi állam felfogása hasonló a magántársaságokkal korábban kötött *szerveződések felülvizsgálatában* is. Az önkormányzati cégek részleges privatizálása sok helyütt koncessziós üzemeltetési szerződésekkel, a menedzsment-jogok átalakításával kapcsolódott össze, és már az előző években is volt példa megállapodások módosítására. A Fővárosi Vízműveknél kisebb átalakítás történt, de a kaposvári vízműszerződés lejártakor a helyhatóság visszavásárolta az üzemeltetési jogokat (Bertók, 2008), Pécssett pedig a Fidesz vezette önkormányzat újonnan alapított társasága 2009-ben viharos körülmények között, a francia nagyvállalat által üzemeltetett vízmű fizikai elfoglalásával vette át a szolgáltatást (Bokody, 2010).

A budapesti főpolgármester-helyettes értékelése a tulajdonosi szerkezetről még a központi kormányzaténál is egyértelműbb. „A közszolgáltatásban nincs helye magáncégeknek, mivel ezek lényege a profittermelés, amely ellentétben áll a közüzemi díjak elfogadható mederben tartásával” (Szalai, 2010). Bár a vezető nem feltételezi a százszázalékos önkormányzati tulajdonlás visszaállítását minden társaságban, a korábban kötött privatizációs szerződések felülvizsgálatát – ami az átalakításon kívül a felbontáshoz is vezethet – széles körben indokoltnak látja.

Néhányan, mint a Kereskedelmi és Iparkamara elnöke, a privatizációs szerződések szélesebb körének áttekintését is szükségesnek tartják (Szabó, 2011). Ez a jogbizonytalanságot okozó, technikailag is nehézkesnek látszó javaslat nem kapott hivatalos megerősítést – nem úgy, mint az állam és a magántőke együttműködésével megvalósított *ppp-beruházások felülvizsgálata*.

A kormány megítélése szerint a mintegy száz, összesen háromezer milliárd, de évente is több mint százmilliárd forintnyi költségvetési kiadással járó projektek zöme az állam számára előnytelen megállapodást jelent. A felülvizsgálatok célja a beruházások „valós értékének” elszámolása, a szerződések módosítása vagy azok kiváltása, és a sport, kulturális, felsőoktatási, infrastrukturális és börtönberuházások állami-önkormányzati kézbe vétele (Cseke, 2010). A folyamatban lévő ügyleteket is felfüggesztik – bár újabbak indításáról (a Puskás-stadion felújításáról) mégis szó esik.

A kormányzati rendelkezési jogok kiterjesztésének és a tulajdonosi joggyakorlás átalakításának vitatott esete volt az iszapkatasztrófát okozó Magyar Alumínium Zrt. (MAL) *állami felügyelet alá vétele* is.

A céghez miniszteri biztost neveztek ki minden lényeges kérdést átfogó döntési jogkörrel. Az intézkedés alapja nem az Alkotmány által rendkívüli helyzetben lehetővé tett rendkívüli kormány- vagy parlamenti döntés, hanem a honvédelmi törvény gyorsan átvezetett módosítása lett: „katasztrófa helyzetben” kormányrendelettel előírható ilyen lépés. Jogi szakértők hiányolják a jogszabályból a szükséghelyzet-specifikálást és a korlátozás időtartamának megjelölését – egyes elemzők a kabinetnek adott „biankó csekk-ről” írtak, amelynek alapján bármilyen magánvállalat *de facto* államosítható (Nagy, 2010). Ezt azonban a rendkívüli helyzet meghirdetésével elvileg eddig is meg lehetett tenni – anélkül pedig így sem lett sokkal könnyebb. Sajtóhírek szerint a MAL tulajdonosai 2010 tavaszán felajánlották részvényeiket a kormányzatnak – de az átadásra június elejéig nem került sor.



A közvagyong kiterjesztése és a tulajdonosi joggyakorlás közvetlenebbé, centralizáltabbá tétele a kormányzati ciklus elején tehát részben még csak meghirdetett vagy tervezett lépés. Az *indítékok* többrétűek: az autonóm kormányzati szándékok mellett megjelentek a pénzügyi vagy természeti katasztrófa okozta kényszerek, és a vásárlás gyakran nincs sem az eladók, sem az érintett cégek vezetőinek ellenére. A nemzetközi példáktól eltérően így a cél nemcsak a bankok, a vállalatok megmentése, és többnyire nem átmeneti, időleges lépésekről van szó. *A módszerek* fő jellemzője a költségvetési kiadások, az államadósság és a deficit növelésének minimalizálása, amit a 2011. tavaszi, egyensúlyjavító gazdaságpolitikai fordulat csak még hangsúlyosabbá tehet. Ezért nem feltétlenül cél egyes cégek teljes pakettjének megszerzése, csak a jelenlét és befolyás biztosítása kisebb-nagyobb csomagok révén. Sokszor kerülő utakon, állami vállalatokon, a nyugdíjpenztári befektetések átvételén keresztül növekszik a köztulajdon, amely a külföldiekkel szemben esetenként hazai magánbefektetőkkel is társul. Így az állam és a magántőke együttműködése a korábbi ppp-konstrukciótól gyökeresen eltérő, új jelentést kaphat.

Az állami tulajdon kiterjesztését esetenként megkönnyítheti az olcsó vásárlás lehetősége. Ennek önmagában is kedvez a válság vagyont leértékelő, sok helyen mindmáig érzékelhető hatása. A kormányzat azonban *szabályozói hatalmával élve maga is elősegítheti az árcsökkenést*, ezen keresztül saját tulajdonosi szerepének kiterjesztését.

#### *Az állam mint szabályozó: a piacok lezárása és a jövedelmek újraelosztása*

Az állam szabályozói szerepköréből három elemet, a piacnyitás kezelését, a különadókat és a támogatások elosztását vizsgáljuk meg közelebbről.

#### A liberalizálás visszafordítása

Az elmúlt évek piacnyításairól a kormányzat általános véleményének tekinthető a Fidesz-politikusok értékelése az energetikai szektorról: a liberalizálás nem váltotta be a hozzá fűzött reményeket, mert a monopolhelyzetek nem enyhültek, az árak folyamatosan emelkedtek (*Marnitz, 2010d*). A megoldás fő útja 2010-ben nem a liberalizálás visszavétele, hanem a jövedelmek állami újraelosztása volt.

E főszabály alól látványos kivétel a *gyógyszertárak* működésének szigorítása. 2007-től az új alapítások megkönnyítése, a tulajdonlás gyógyszerészi képzettségének és a patikasűrűség előírásának feloldása, valamint egyes készítmények gyógyszer-táron kívüli árusításának engedélyezése elemzések szerint élénkítette a versenyt, és kedvező volt a fogyasztók számára. Ennek ellenére már a kormányprogramban is szerepelt a szektor újraszabályozása a csődök megakadályozása, a kis patikák fennmaradása érdekében (A Nemzeti..., 58. o.).

A liberalizáció után a patikák száma hatszázzal, majdnem 30 százalékkal nőtt, 15 milliárdnyi tőke áramlott az ágazatba, 3-400 új munkahely jött létre, javult a szolgáltatás minősége és erősödött az árverseny.<sup>14</sup> A Gyógyszerész Kamara viszont azt emelte ki, hogy a kis patikák nehéz helyzetbe kerültek, negyedük vesztéséggé vált, sokat közülük bezártak. A Fidesz-politikusok ezeket az érveket fogadták el: a liberalizáció nem javította, hanem rontotta a hozzáférési esélyek egyenlőségét, a gyógyszeráraknak hazai kézben, családi vállalkozásként kell működniük, mert stratégiai ágazatról van szó, és csak így biztosítható a személyes viszony a betegekkel.<sup>15</sup> Az új szabályok szerint a patikák tulajdonosa megint csak gyógyszerész lehet – ami a kritikusok szerint elegendő tőke hiányában tömeges megszűnésekhez vezet majd (Fűrjes, 2010).

## Különadók

Ahogy az állami tulajdon kiterjesztése, úgy a különadók sem szerepeltek a kormányprogramban. Bevezetésük oka nyilvánvalóan az ország kemény költségvetési korlátjának – a tervezett hiányszint betartásának – brüsszeli előírása, ugyanakkor a hagyományosnak számító lakossági megszorítások kiváltásának-elodázásának politikai szándéka volt. A megterhelt ágazatok zömét azonban említette a kormányprogram, mégpedig a versenytorzítással kapcsolatban: a kereskedelemben sok az erőfölényes helyzet, az energetikában az árak a monopóliumok miatt meghaladják a környező országok szintjét, és a látszólagos verseny ellenére magasak a banki kamatmarzsok. Az adókivetés módjával ezért más meghirdetett kormányzati prioritások érvényesítését is lehetett szolgálni, a tisztességes verseny feltételeinek megteremtését, a hazai tulajdonban lévő, illetve kisebb cégek előnyben részesítését, és ezzel az érintetteknel szélesebb körben is népszerű „igazságosság” érvényesítését. Ugyanakkor az Új Széchenyi Terv a támogatások szükségességét indokolva elismerte az ilyen eszközök versenyellenes hatását: „...a szabályozás és az adópolitika eszközei [...] önmagukban és egyedül – mivel a jó játékszabályok stabilak, egyszerűek és mindenkire ugyanúgy vonatkoznak – csak nagyon korlátozottan és *a piacok működését torzító formában* képesek arra, hogy a hazai vállalkozások pozícióerősítését szolgálják” (Magyarország Kormánya, 2011, 22. o., kiemelés nem az eredetiben).

A különadók *hazai előzményei* a stabilizációs programok több hullámához kapcsolódtak. Az első áldozatok a gyógyszeripari cégek voltak, amelyek az állammal kötött megállapodás alapján már 2003-tól teljesítettek extra befizetéseket, 2005-ben és 2006-ban már 20 milliárdnál nagyobb összeget. 2007-től a társadalombiztosítás által támogatott készítmények forgalmának 12 százalékát kellett visszafizetniük, ami az orvoslátogatói díjjal és a támogatásvolumen-szerződésekkel együtt 2009-re ötvenmilliárd forint fölé emelkedett. Ebből tavaly már levonhatták a kutatás-fejlesztésre fordított kiadások ötö-

<sup>14</sup> Lásd: <http://www.mrl-kossuth.hu/hirek/patikaliberalizacio-ervek-es-ellenervek-.html>, [http://www.weborvos.hu/egeszsegpolitika/csak\\_bunbak\\_patikaliberalizacio/164426/](http://www.weborvos.hu/egeszsegpolitika/csak_bunbak_patikaliberalizacio/164426/)

<sup>15</sup> Lásd: [http://hvg.hu/itthon/20101125\\_fidesz\\_nemzeti\\_kez\\_gyogyszerellatas](http://hvg.hu/itthon/20101125_fidesz_nemzeti_kez_gyogyszerellatas)

dét, de a közpénzeket így is több mint 30 milliárddal gyarapították.<sup>16</sup> Második lépésben hozzájuk csatlakoztak a több száz milliárdos nyereséget kimutató bankok, 2005–2006-ban összesen 70 milliárd forintos pótbefizetéssel. 2007-től az államilag támogatott hitelek kamatbevételének húsz százalékát kellett átutalniuk a költségvetésbe, évente nagyjából 13 milliárd forintot (Pénzügykutató Alapítvány, 2010a). Az energetikában a nyereségre kiszabott nyolcszázalékos Robin Hood-adóból – amelynek célja a távhőszolgáltatás olcsóbbá tétele volt – 2009-ben 30, 2010-ben 20 milliárd forint folyt be. A Gyurcsány-kabinet 2008-ban az internetre is külön elvonást szándékozott kivetni, hogy átalakítsa a Nemzeti Kulturális Alap bevételeinek szerkezetét. Noha a törvényjavaslatnak már a szövege is elkészült, a telekommunikációs lobbis – az akkori ellenzék támogatásával – még sikerrel lépett fel ellene a fejlesztések visszafogásának kedvezőtlen nemzetgazdasági hatásaival érvelve (Torontáli, 2010a).

Már ebből a rövid felsorolásból is látszik, hogy az előző kormányok és a jelenlegi kabinet lépései *több ponton is különböznek*. Míg a korábbi extra elvonások szűkebb körűek és általában kisebb mértékűek voltak, továbbá – a bankadó kivételével – valamilyen konkrét feladatra rendelt kassza feltöltését szolgálták, addig az új, nagyobb adók közvetlenül a költségvetésbe folynak be, a hiányt finanszírozzák. Ráadásul a vállalatok szempontjából visszamenőleges hatályúak: az év közepén az egész, már megkezdett üzleti évre érvényesek. Fontos eltérés az érdekeltek bevonása a döntéshozatalba, pontosabban az alku lehetősége. Azelőtt voltak iparágak, amelyek el tudták hárítani a különadót, vagy utólag enyhítést értek el (távközlés, gyógyszeripar). Most az érintettek köréről csak a pénzügyi szektorban folyt nyilvános vita – itt kisebb csoportok ki-, illetve bekerültek a megterheltek közé –, másutt legfeljebb az ár- és egyéb szabályozási kompenzációról lehet tárgyalni. A kormány ezen a területen kezdetben erősebbnek látszott elődeinél.

Az új kormány elsőként a *pénzügyi szervezetek befizetéseit* növelte meg radikálisan. Bankadót a válság hatására vagy a következő válságok elkerülésére *más országokban* is kivetettek, de a bevétel sok helyen a bankválságok kezelésére szolgáló alapba folyik be, és a nálunk alkalmazottnál sokkal kisebb terhet jelent az ágazatnak (Pénzügykutató Alapítvány, 2010a). Magyarországon ebből a forrásból már 2010-ben 187 milliárd forintot és a következő két évre is ugyanekkora befizetést vár a kormány.

A piaci szereplők az összegeket nem tudták befolyásolni, de annak felosztásába az érintett szövetségeket is bevonták. Ez is szerepet játszott abban, hogy az eredeti tervezetektől eltérően nem mentesültek az adó alól a frissen alapított biztosítók, köztük az előző Orbán-kormány pénzügyminiszterének érdekeltségi körébe tartozó CIG Pannónia életbiztosító (Baka–Csuha, 2010). Kikerültek viszont az elvonás hatálya alól a pénzügyi közvetítő cégek (például a hitelközvetítők mindegyike veszteségessé vált volna), ami az állami Magyar Postán kívül több ezer, részben hazai tulajdonban lévő kisebb vállalkozásnak kedvezett.

<sup>16</sup> Lásd: <http://www.igy.hu/node/94>

Ugyanezt a kört részesítette előnyben az adó sávós progresszivitása, ami egy módosító indítvány nyomán került be a törvénybe. Az adóalap pedig a 2009-es mérlegfőösszeg,<sup>17</sup> hivatalos indoklások szerint azért, mert a nyereségadó a hatékony cégeket büntetné, továbbá a profit a forgalomnál jobban manipulálható mutató, és a nagy (nemzetközi) céghálózatok különösen alkalmasak az eredmények elrejtésére. A forgalomarányos adózás viszont a veszteségeket is sújtja, illetve kiterjeszti ezt a kört. (Tavaly az első félévben 17 bank, a legnagyobbak közül az MKB is a negatív tartományba csúszott.) Ez a megoldás óriási előnyt jelentett az ágazat nyereségének felét produkáló, de a bankadónak így csak a negyedét fizető OTP-nek.<sup>18</sup>

Így a magyar irányítás alatt álló (az új idők szófórdulatával élve: hazai központú<sup>19</sup>) pénzügyi szervezetek *viszonylag jól jártak* a külföldiekhez képest. Ez az adórendszer versenyelőnyt jelent számukra, amit piaci részesedésük növelésére tudnak felhasználni, illetve leértékeli – olcsóbban megvehetővé teszi – az erősen terhelt külföldi bankokat.

A pénzügyi szektor szereplői már kezdettől szorgalmazták, hogy a nemzetgazdasági gondok enyhítésébe más ágazatokat is vonjanak be (*Kriván, 2010a*). Ez 2010 őszén az energetikában, a távközlésben és a kiskereskedelemben meg is történt.

A pénzügyi szervezeteken kívüli területek kiválasztását a kormányzat sem általánosságban, sem tételesen nem indokolta meg. A döntési kritériumok feltárása érdekében a vállalati mérlegadatok alapján megvizsgáltuk néhány feltételezhető szempont érvényesülését.

Az adó jellege miatt az egyik kritérium az *árbevétel nagysága* lehetett. A különadóval sújtott ágazatok zöme valóban szerepel a legnagyobb forgalmat bonyolítók listájának élén, de az első húsz helyezett közül kimaradt többek között a közúti járműalkatrészek, az elektronikus fogyasztási cikkek, az elektronikai alkatrészek gyártása, az épületek építése és néhány szállítási, ingatlanforgalmazási alágazat. Elvileg fontos szempont lehetett volna a Fidesz által régóta kárhoztatott „*luxusprofit*”. A tőkére vetített nyereség rangsorának élbolyában három évnél rövidebb idő alatt megtérül a befektetés, mégsem sújtja külön elvonás például az elektronikus fogyasztási cikkek és műszerek gyártását, az általános gépgyártást, a befejező építést, az alap- és vagyongépezést, a textilszálfonást, a halfeldolgozást vagy a tisztítószer előállítását. Itt az élményben csak két távközlési terület, a kőolaj-kitermelés és a biztosítás egy szegmense szerepel, vagyis a válságadós ágazatok többségének tőkearányos profitja nem volt kiugró. Ugyanakkor sokan közülük a társaságiadó- és bérjárulék-befizetések listájának is az elején álltak, és legtöbbjük eleget tett fontos kormányzati prioritásoknak: magas hozzáadott értéket produkáltak és jelentős beruházásokat hajtottak végre.

<sup>17</sup> 50 milliárd forint adóalapig 0,15, azon felül 0,5 százalékot kell fizetni. Az adóalap a biztosítónál a kamat, a díj és a jutalékeredmény, amelynek 6,5 százaléka a különadó. Az effektív adóterhelés így a pénzügyi szervezetek átlagában megközelíti a nyereség felét (*Baka–Csuha, 2010*).

<sup>18</sup> A bankadó értékeléséről lásd: *Várhegyi [2011]* és *Pénzügykutató Alapítvány [2010a]*.

<sup>19</sup> A „magyar tulajdon” kategóriájának ez a kiterjesztése bevonja a fogalomkörbe a pénzügyi befektetők osztott tulajdonában lévő tőzsdei cégeket is.

A kiválasztás tehát egy-egy jellegzetesség alapján nem magyarázható, de *több mutató kombinálásával* nagy vonalakban összeáll a kép: a pótlólagos elvonások a nagy árbevétellel és nyereségtömeggel rendelkező, a szolgáltatásokban és az energetikában tevékenykedő, koncentrált piacszerkezetű ágazatok cégeit sújtották, amelyek K+F-tevékenysége és zömüknek az exportja sem tartozik a legnagyobbak közé. (A koncentráltág a kormányzat számára azért lehet fontos, mert így kevesebb számú céggel kerül ellentétbe, továbbá az adókiadás nagysága és behajtása is jobban kézben tartható.) A különadó alól nem adott felmentést a magas hozzáadott érték és a tekintélyes nagyságú beruházás, az enélkül is jelentős költségvetési befizetés sem. Mentésültek viszont a nagy forgalmú és profitú ágazatok közül az exportban élen járó (esetenként jelentős kutatás-fejlesztést végző) feldolgozóipari szektorok, valamint a foglalkoztatásban kiemelkedő szerepet játszó, illetve dekoncentrált szerkezetű ágazatok. A tevékenység jellege szerinti megkülönböztetés, a feldolgozó- és építőipar megkímélése egybevághat a kormányzati állásponttal, amely előnyben részesíti a „termelő” szektorokat a „spekulatív” tevékenységgel szemben.

Az *áram- és gázszolgáltatást* 2010-ben éppen nem volt könnyű hibáztatni a piacnyitás kedvezőtlen hatásai miatt. Igaz, hogy nemcsak a liberalizáció, hanem több más tényező következtében – elsősorban a válság keresletcsökkentő hatására és talán a „luxusprofit” kritikájának is elébe menve – tavaly csökkent az áram nagykereskedelmi és fogyasztói ára (Marnitz, 2010c), és erősödni kezdett a gázpiaci verseny is.

Az EMFESz mellett egyes régiókban, kísérletképpen az áramszolgáltató és földgáz-nagykereskedő E.ON, sőt a Magyar Telekom is belépett lakossági gázszolgáltatók körébe (Marnitz, 2010b). Az orosz–ukrán vállalat szolgáltatási engedélyének felfüggesztése után pedig a Tigáz és a Főgáz hódította el az egyetemes szolgáltatás jogát a másiktól az általános tarifánál alacsonyabb árakat ajánlva – legalábbis néhány hónapra (Marnitz, 2011a).

Ennek ellenére a kabinet már júniusban *befagyasztotta a lakossági gáz- és áramárakat*. A moratórium azonban nem tartott sokáig. A külföldi kézben lévő gáz-nagykereskedőtől eltérően eleve nem vonatkozott az áram-nagykereskedőre, az állami Magyar Villamos Művekre (MVM-re szabott..., 2010), így az emelés sem maradt el, a gázárak pedig az előzetes ígéretek ellenére 2011 januárjától az átlagnál többet fogyasztó háztartások számára lényegesen emelkednek.

Az árkorrekció kormányzati indoklásában szerepel az itt is a forgalomra sávoosan növekvő rátával<sup>20</sup> kivetett különadó. Az árképzés kiindulópontja ugyanis változatlanul a hatóság által elismert költség. „Nyilvánvaló, hogy ha a válságadó egyfajta költségelem, akkor azt az árképzésnél figyelembe kell venni. Tehát nem tehetjük meg azt, hogy a veszteséget adóztatjuk” – nyilatkozta az infrastruktúráért felelős államtitkár (Marnitz, 2010k). Márpedig a 2009-es mérlegek szerint a gázszolgáltatók

<sup>20</sup> A mérték ötmilliárd forint alatt 0,3, felette 1,05 százalék, ami összesen évi 70 milliárd pótbefizetést jelent.

többsége veszteséges volt, közülük legnagyobb mértékben – majdnem 40 milliárdos mínusszal – az E.ON gáznagykereskedő cége (Marnitz, 2010e). De veszteségbe csúszik a német társaság és az orosz Gazprom közé ékelődő, félszázalékos nyereségtartalommal dolgozó közvetítő társaság, a Panrusgáz is, vagyis nem tudja kitermelni a pótlólagos adót (Hová tűnt..., 2011). A villamosenergia-iparban jobbak az eredmények, különösen az MVM-nél, amely 2009-ben elért több mint 70 milliárdos nyereségéből szép osztalékot fizetett az államnak is.

Míg így az állami, illetve hazai központú cégek ebben az ágazatban is viszonylag jól jártak, hamarosan világossá vált, hogy *fennmarad a nyereségalapú, eredetileg 2010 végéig kirótt Robin Hood-adó is*, noha azt a Fidesz ellenzékben még keményen támadta kiszámíthatatlansága és a beruházásokat visszafogó hatása miatt (Marnitz, 2010i). Ennek legnagyobb vesztese a Mol lehet, amely eddig egyedül állta az adószámla felét. A cég vezérigazgatója még a döntés előtt elfogadhatatlannak minősítette a nyereségalapú adónemet és hatályának esetleges meghosszabbítását (Bednárík–Marnitz, 2010).

2010 elején az a hír járta, hogy a különadók alapja más szektorokban is a Robin Hood kiterjesztett változata lesz: mértékét a profit 8 százalékról 10 százalékára emelik, és hatálya alá vonják a *távközlést* is, amely így évi 18–20 milliárd forintot fizetne (Torontáli, 2010a). Végül azonban ebben a szektorban is az árbevételre vetették ki a sarcot, mégpedig a magas kulcsokkal,<sup>21</sup> így a plusz teher évente 61 milliárd (Hová tűnt..., 2011). Ennek közel ötven százalékát a német irányítás alatt álló Magyar Telekom csoport fizeti be, s ez az elnök szerint 2010. évi eredményüknek majdnem a fele (Torontáli, 2010c).

Az árbevételre vetített válságadó hatálya alá bekerült a *kiskereskedelem* is, noha az elmúlt években összességében egyáltalán nem tekinthető nagy profitokat termelő sikerágazatnak – a forgalom a megelőző három esztendőhöz hasonlóan 2010-ben is csökkent. A sarcot az ágazat minden 500 millió forintnál nagyobb bevételű cégének fizetnie kell, beleértve például a krónikusan veszteséges autószalonokat is – igaz, itt is a kicsiknek kedvező, sávosan progresszív módon.<sup>22</sup>

A differenciálás ebben az ágazatban kavarta a legnagyobb vihart, mert az érintettek szerint az évente 30 milliárdnyi teher több mint 90 százalékát hat külföldi tulajdonban lévő cég fizeti, az első helyen álló Tesco egymaga 12 milliárddal részesedik (Szirmai, 2010b). A forgalom szerinti sorban utána következő kettőt, valamint az ötödiket viszont alig sújtja az adó, mert a magyar kézben lévő hálózatok – a CBA, a Coop és a Reál – franchise rendszerben működnek, így árbevételük nem adódik össze. (A CBA-hoz tartozó üzletekre összesen 300 millió forint jut.) (Szirmai, 2010a).

Végül 2011 tavaszán – az előbb körvonalazott alapelvektől eltérve – a feldolgozóipar exportorientált ágazatát, a gyógyszergyártást is újabb terhekkal sújtották, már

<sup>21</sup> Az adókulcs a telekommunikációban félmilliárdtól ötmilliárdos bevételig 4,5, a felett 6,5 százalék.

<sup>22</sup> A mérték félmilliárdtól 100 milliárd forintig 0,1–0,4 százalék, azon felül 2,5 százalék.



a Széll Kálmán-terv által előirányzott gyógyszerkassza-egyensúly érdekében: a 12 százalékos adó 20 százalékra, az ötmillió forintos orvoslátogatói illeték tízmillió forintra emelkedik.<sup>23</sup> Egyelőre nem világos, hogy ezen belül fennmarad-e a kutatás-fejlesztéshez kapcsolt kedvezmény.

A vállalatok egy részének első *reakciója a különadók kivetésére* visszafogott és toleráns volt: ezek a hiánycél tartásának uniós előírása miatt elkerülhetetlenek, a társadalmi felelősségvállalás miatt, az ország stabilitása érdekében, ha nem örülnek is, de elviselik a terheket, feltehetően nem látták célszerűnek elrontani viszonyukat a szabályozóként és megrendelőként is fontos kormányzattal. Abban bíznak, hogy a helyreállított egyensúly és a beinduló növekedés azután nekik is jobb piaci feltételeket teremt majd – nyilatkozott többek között a Mol és a Magyar Telekom vezetője, de hangsúlyozták, hogy megértésük feltétele az *egyszeri, rövid távra szóló és kiszámítható kivetés* (Bednárík–Marnitz, 2010, Torontáli, 2010c).

Ezek a feltételezések azonban gyorsan meginogtak először a *Robin Hood*-adó fenntartása, majd a 2011-re szóló költségvetés melléklete miatt, amely 2012-re és 2013-ra is számolt különadó-bevételekkel. A hírt a kabinet azzal magyarázta, hogy a csökkentett mértékű, a 2010-es 350 milliárd helyett a már csak 180 milliárdos tétel nem különadó, hanem „szabályozási hozzájárulás”. Az érintettek elől eltitkolt lépés nemcsak a kormányba vetett bizalmat és a kalkulálhatóság esélyét rendítette meg, hanem a növekedés megindulásába vetett hitet is – mert a cégek a meghosszabbítást annak jeleként értékelték, hogy a kormányzat sem bízik ebben (Kriván, 2010c). A kormányzati bizonytalanság jele, hogy 2011 elején a Széll Kálmán-terv már csak 2012-ig tartalmazza a válságadókat – a bankok kivételével, amelyekre azután az unióban elfogadott (évente 90 milliárd forintra taksált) terhet vetik ki (Ministry of National Economy, 2011, 8. o.).

Felszította az indulatokat az is, hogy a sávosan progresszív adózás miatt a terhek zömét minden ágazatban *a nagyvállalatok viselik*. Mivel pedig ezek kevés kivétellel *külföldi* kézben vannak – illetve a hazai kereskedelmi láncoknak kiskapukat nyitottak –, rögtön felmerült a tulajdonos szerinti megkülönböztetés gyanúja.

Az érintettek közül sokan „erősödő multiellenes” hangulatot érzékelnek (Torontáli, 2010c), az elvonást igazságtalannak és aránytalannak tartják (Szirmai, 2010b). A kedvezményezettek némelyike, mint a CBA elnöke viszont nyíltan is üdvözölte ezt a megközelítést, hasznosnak ítélve az „egészséges protekcionizmust”, a külföldiek korábban kivételezett helyzetének megszüntetését, a „nemzeti kormány” igazi rendszerváltó politikáját, „amelynek következtében Magyarország a magyar emberekről fog szólni, és minden az ő érdekükben történik”. Az intézkedések szerintük a hazai cégek versenyhátrányát egyenlítik ki, vagyis éppen a tisztességes verseny élénkítését szolgálják (Szirmai, 2010a). A külföldiek, főként a távközlési és kereskedelmi szektorban ezzel szemben több évtizedes magyarországi múltjukkal, beruházási, innovációs és foglalkoztatási

<sup>23</sup> Lásd: [http://www.gondola.hu/cikkek/76434-Kormanyiszovivo\\_\\_Kiszamithato\\_gyogyszerpiac\\_jon\\_letre.html](http://www.gondola.hu/cikkek/76434-Kormanyiszovivo__Kiszamithato_gyogyszerpiac_jon_letre.html)



teljesítményükkel, széles beszállítói körökkel érveltek, és mindenekelőtt egyenlő versenyfeltételeket követeltek – nem téve említést a korábban élvezett, valóban jelentős adókedvezményekről, állami támogatásokról. Mivel az azonos piaci feltételek biztosítása az uniónak is fontos alapelve, nem meglepő, hogy 13 nagy külföldi társaság vezetője 2010 végén az Európai Bizottsághoz fordult panaszával a magyar különadók ellen, amelyeknek becslések szerint nyolcvan százaléka külföldi tulajdonosokat sújt (Szabó, 2010, Szegő, 2011). A távközlési különadó miatt – egy speciális ágazati szabály alapján – uniós eljárás is indult (Varga G., 2011).

Az adókvetés idejének meghosszabbítása után a kiskereskedelem és a telekommunikáció nagyvállalatai már nyíltan is a plusz teher *továbbhárításáról* beszéltek. Miközben a kormány hónapokon keresztül cáfolta ennek lehetőségét – hiszen a különadókat éppen a lakossági megszorítások alternatívájaként vezették be –, mint láttuk, a hatósági árak megállapításakor az energetikában maga is érvényesítette a pótlólagos elvonás tarifanövelő hatását.

Az utólagos alku *másféle kompenzáció* esetében sem esélytelen. A bankok a rossz hitelek állami kezelését, a távközlési cégek a kormányzati megrendelések újbóli felfuttatását, a frekvenciadíjak rendszerének átalakítását és az új belépők távol tartását szorgalmazzák (Varga, 2010a, V. G. G., 2010, Torontáli, 2010a). Az energetikában az ügyfélszolgálati előírások enyhítése és a szolgáltatás kikapcsolásáig előírt türelmi idő rövidítése ellensúlyozhatná a pótlólagos költségeket – amire 2011 márciusától engedélyt kaptak a szolgáltatók (Marnitz, 2011b). A Panrusgáz nem utalta át az esedékes hatmilliárd forintot, és visszaadta nagykereskedelmi engedélyét, de folytatja a korábbi tevékenységet. Ha az orosz kormány továbbra is ragaszkodik a közvetítő fenntartásához, akkor a céget valamilyen módon – akár hallgatólagosan – mentesíthetik a különadó alól (Marnitz, 2010l). A kiskereskedelmi üzletláncokra vonatkozó törvény viszont tovább szigorodhat, megtiltva például a saját előállítási termékekre is az önköltség alatti árakat, így csökkentve a nagyok versenyelőnyét (Tamás, 2010).

A nagyobb terhek és – főként – a gazdálkodási feltételek bizonytalansága miatt a magyar leányvállalatok hátrányba kerülnek a fejlesztési forrásokért folyó küzdelemben a nemzetközi cégcsoportokon belül. Több érintett *a fejlesztések leállításával*, törlésével fenyeget, például az energetikában az EDF és az RWE, vagy a TCom (az Aegon, a Tesco és a Telenor azonban egyelőre nem készül ilyesmire, a Mol pedig már csak azért is sokat költ fejlesztésre, mert osztalékot a nem szívesen látott Szurgut megjelenése óta, 2011-ben sem fizetnek). A villamosenergia-iparban a Mátrai ligniterőmű nagyberuházását a társtulajdonos MVM-mel egyetértve, a megtérülés elbizonytalanodására hivatkozva leállították, és az állami nagyvállalat kiszállt a Kapolyi László cégével közösen jegyzett vásárosnaményi fejlesztésből is (Marnitz, 2010j).<sup>24</sup> A teljes kivonulásáról egyelőre nincsenek hírek, de a kúthálózat fenntartá-

<sup>24</sup> Ezekben a döntésekben valószínűleg nem a különadó, hanem politikai megfontolások, illetve új befektetési kötelezettségek finanszírozása játszott a főszerepet.

sa mellett a Lukoil lemondott a nagykereskedelmi tevékenységről (*Marnitz, 2010m*). Néhányan már úgy nyilatkoztak, hogy „bármiről hajlandóak tárgyalni” a kormánnyal, és magyarországi érdekeltségeik eladása „olyan végső forgatókönyv, amely nem lehet cél”. Elemzők viszont felvetették, hogy éppenséggel a kabinet célja lehet a befektetők „kifárasztása”, az érintett cégek, bankok olcsó megvásárlása (*Marnitz, 2010g*).

\*\*\*

A válságadók 2010-től kezdve hozzájárulnak a költségvetési egyensúly megteremtéséhez – bár a közvetett hatások miatt a tervezettnél kisebb mértékben – és más kormányzati prioritások (a hazai és az állami tulajdon előnyben részesítésének) érvényesítéséhez. Ugyanakkor biztos, hogy vannak kedvezőtlen *mellékhatásaik* is, amelyeknek mértéke ma még nehezen becsülhető fel. A terhek fokozatos adagolásából, hatályuk ágazati és időbeli kiterjesztéséből eredő bizonytalanság, a profitokat csökkentő (sőt több helyen a veszteségeket növelő) elvonások nem felelnek meg a biztonság és a kiszámíthatóság erősítéséről szóló előzetes ígéreteknek, gyengítik a magyar leányvállalatok versenypozícióját a globális és régiós piacon. Ha a nagy súlyú ágazatok továbbhárítják a megnövelt költségeket a fogyasztókra, akkor a megszorítási hatást sem sikerül kiküszöbölni. A költségvetési egyenleg javításának ára pedig a hitelkínálat csökkenésében, a beruházások és a foglalkoztatás mérséklődésében jelentkező növekedési áldozat lehet, ami éppen a kezdeti stratégia alappillérét rendíti meg.

## Állami támogatások

A jövedelmek újraelosztásának mindig is fontos terepe volt az állami támogatás, amelynek irányai és módszerei jól mutatják a kormányzati prioritásokat. 2010 nyara óta a redisztribúciónak ez a terepe is összekapcsolódik a tulajdonosi és piaci szerkezet átrendezésének igényével.

Az első tervek a *pénzpiacokat* érintették. A magyar állami és magántulajdon fő előnyének a kormány ebben a szektorban a tisztességes verseny élénkítését (a kicsik megerősítését, az új szereplők piacra segítését), valamint a gazdaságpolitikai prioritások jobb érvényesítését tartja. Feltételezése szerint ugyanis a hazai kézben lévő bankok – az ügyfelek és a felügyelő hatóságok számára is nehezen átlátható, sajátos érdekeiket követő külföldi anyacégektől eltérően – szívesebben és könnyebben igazodnak a magyar kormányzati célkitűzésekhez. A profitérdekeken kívül esetenként más szempontokat is hajlandók megfontolni – mint ahogy azt nemcsak a kormány, hanem a vállalkozók is várják tőlük (*Fekete, 2010a*).

A kedvezmények legfontosabb célcsoportját az OTP-nél is nagyobb hálózatot üzemeltető, de csak 4-5 százalékos piaci részesedéssel rendelkező *takarékszövetkezetek adják*. A miniszterelnök százmilliárd forintos *kölcsöntőkét* ígért megerő-

sítésükhöz, célul tűzve ki súlyuk megháromszorozását. Főként az önkormányzati finanszírozásban, az Új Széchenyi Tervhez kapcsolódó hitelezésben, az agrártámogatások folyósításában és a kisvállalkozások felfuttatásában szán nekik stratégiai szerepet (Kriván, 2010b). Ez a közvetlen támogatáson kívül *állami piacteremtést* is jelent, és néhány szegmensben akár az OTP-nek is konkurenciát támaszt.

A kedvezményekkel is megtámogatott elgondolást természetesen örömmel üdvözölték a magyar kisbankok, és – nyilván nemcsak hazafias okokból – megkezdte portfóliójának átrendezését a hazai nagybefektetők egy tekintélyes csoportja is, az igazságosság érvényre jutását látva abban, ha a „nemzeti tőke” is lehetőségeket kap (Kriván, 2010b).

A magánérdekeltségek felbukkanását jelezi, hogy a takarékszövetkezetek három csoportja közül a legnagyobb, az Országos Takarékszövetkezeti Szövetség nemrég Demján Sándort választotta meg elnökének. A nagyvállalkozó a közelmúltban vette át a WestLB bankot a Wallis csoporttól, és nagy szerepet szán a takarékszövetkezetekkel kialakítandó együttműködésnek csakúgy, mint az új kisbankot indító *Töröcskei István* (Fekete–Gilyén, 2010). Ennél tovább jutottak a Buda-Cash brókerház vállalkozói, akik 2008-ban már hét szövetkezet irányítását szerezték meg, és azóta neki is láttak három keményen nyereségérdekelte, regionális hatókörű kisbank kialakításának (Gilyén, 2010). *Járai Zsigmond* tehát az új részvények kibocsátásával is növekedési pályára állított CIG Pannónia Életbiztosító megalapításával nem kivételnek, csak első feccének bizonyult a bankokba fektető nagyvállalkozók sorában.

Mivel a magyar tulajdonban lévő vállalatok – az államiaktól és a „hazai központú” tőzsdei társaságoktól eltekintve és beleértve a sokszor diverzifikált hálózatokat építő nagyvállalkozók egyes cégeit is – döntően *kis- és közepes vállalkozások* (kkv-k), az *Orbán*-kormány főként ezt a kört kívánja előnyben részesíteni. Eközben több multinacionális feldolgozóipari társaság – elsősorban a járműiparban és az elektronikában – nemcsak a különadóktól mentesült, hanem máris jelentős állami támogatást kapott. A Mercedes korábban megítélt 22 milliárdos szubvenciójához 2010-ben az Audi hasonló nagyságú és az Opel 7,5 milliárdos támogatása társult készpénz, valamint adókedvezmény formájában (Boros, 2010). Ezek a fejlesztések a kedvező hatások mellett *tovább növelik a termelés és a kivitel amúgy is magas ágazati és vállalati koncentrációját* – a járműipar részesedése az exportban 16-ról 25 százalékra is nőhet (Boros, 2011) –, ami javítja az érintetteknek a kormányzattal szemben elfoglalt alkupozícióját, és a válság tapasztalatai alapján a gazdaság egésze szempontjából rendkívül kockázatos.

A kis- és középvállalatoknak eddig inkább csak ígéretek jutottak – és a célkitűzés maga korántsem újdonság.

A hazai finanszírozású állami támogatások egy részének címzettje (a Széchenyi-kártyától a garancia- és kockázati tőke-programokon át az MFB több kedvezményes konstrukciójáig) azelőtt is a kis- és középvállalati szektor volt. A válság hatására a kormány az uniós források átcsoportosítást kezdeményezte a nagy projektektől a kisebb cégekhez, és a brüsszeli hozzájárulás megérkezése után 2009 nyarán a *Bajnai*-kabinet meg is emel-

te a Gazdaságfejlesztési Operatív program kereteit 111 milliárd forinttal, amit a kis- és középvállalatok kaphatnak meg technológiai fejlesztésre és beruházásra vagy kockázati tőkeként. Így az akkori összesítések szerint gazdaságélénkítésre elsősorban a kis- és középvállalati szektornak 1400 milliárd forint jut.<sup>25</sup> 2010 elejétől pedig elindult a kifejezetten e vállalati körre szabott Jeremie-program összesen 190 milliárd forintos kerettel.<sup>26</sup>

Az Orbán-kormány első intézkedései közé tartozott a Széchenyi-kártya hitellimitjének és felhasználási lehetőségének bővítése. A kisvállalkozások előnyhöz jutottak a közbeszerzésekben is. A legnagyobb horderejű ügy azonban a döntően uniós támogatásokra építő Új Széchenyi Terv, amely elvileg a kis- és közepes vállalkozások fejlesztését állítja a középpontba.

„A Kormány 2010 júliusában döntött arról – írja a Terv –, hogy a még rendelkezésre álló uniós források esetében döntő jelentőségű átstrukturálást kezdeményez, amelynek eredményeként a jövőben a források legalább 50%-ának a hazai kis- és középvállalkozások helyzetének megerősítését, illetve általános célként az új munkahelyek létrejöttét kell szolgálnia” (A Nemzeti..., 2010, 37. o.). Kétségtelen, hogy a kkv-k szerepét mind a hét, részletesen kifejtett „kitörési pont” – az egészséggazdaság, a zöld gazdaság, az otthonteremtés, a vállalkozásfejlesztés, a tudomány és innováció, a foglalkoztatási program és a közlekedésfejlesztés – kapcsán említik. De a forráselosztás nem egyenletes: az egészségiparra 31, a K+F-re 73, a környezetbarát fejlesztésekre 120, a vállalkozásfejlesztésre 173 milliárd forint jut, míg 640 milliárd forintot a közlekedési projektek visznek el.

A vállalkozói érdekvédelmi szervezetek üdvözölték az új tervet, de az ellenzéki bírálókat sem látszanak megalapozatlannak: csak a fejlesztéspolitika „fedőlapját cserélték le”.<sup>27</sup> Igaz, hogy az új terv formálisan kevesebb prioritást jelöl ki, a nagyberuházások nem mindegyike azonos a korábban tervezettekkel, és az eljárásrend módosítása, az adminisztráció egyszerűsítése is kedvező lehet. De a fő célok és módszerek zöme – esetenként új köntösbe öltöztetve – nem tér el az előző tervektől. Nincs hír arról, hogy a kabinet ismét átcsoportosításokat kezdeményezett volna az uniós hatóságoknál – ez a hosszú átfutási idő miatt újabb késlekedést okozott volna. A kisebb vállalkozások esélyeinek javulása sem egyértelmű. Ha a vállalkozásfejlesztési támogatásokat szűken számoljuk, akkor az előző és az új terv között nincs érdemi különbség. Az eltérés mértéke valószínűleg akkor sem ugrik meg, ha beszámítjuk, hogy valójában az állami, önkormányzati megrendelések kivitelezői is részben kis cégek – mert ez azelőtt is így volt.

Összességében az egész konstrukció a korábbi kormányok eljárását követi: a főként az uniós pénzekre épített, *már működő támogatási formákat egy nagy terv keretébe csomagolják* össze, ami pótlólagos forrást nem jelent. A várt foglalkoztatási és növekedési hatás tényleges érvényesülése most is kérdéses.

<sup>25</sup> Lásd: <http://www.origo.hu/uzletinegyed/hirek/20090623-mostantol-a-huzoagazatokra-koncentral-a-kormany.html>

<sup>26</sup> Lásd: <http://www.jeremie.extra.hu/>

<sup>27</sup> Lásd: [http://www.piacprofit.hu/cegblog/penz/uj\\_szechenyiterv\\_a\\_csodas\\_7000\\_milliard.html](http://www.piacprofit.hu/cegblog/penz/uj_szechenyiterv_a_csodas_7000_milliard.html)

Kiindulópontként azt feltételeztük, hogy az *Orbán*-kormány „erős állama” elvileg alkalmas lehet a piaci mechanizmusok megszilárdítására vagy azok háttérbe szorítására is. Az állami tulajdon és a vállalkozások közötti jövedelem-újraelosztást érintő lépések bemutatása után összefoglaljuk a kétfajta értelmezés kereteit.

Az egyik szerint az erős állam *a piaci kudarcok orvoslását szolgálja*. Nem egy jól működő, az ideáltípushoz közel álló rendszer erodálásáról van ugyanis szó, hanem éppen az elmúlt időszakot jellemző torzulások kiküszöböléséről. Az új kormány a törvények rendszeres megkerülésével, szelektív érvényesítésével szemben azok szigorú betartatását biztosítja, megszünteti az államot fogságba ejtő – a törvényhozásra közvetlen hatást gyakorló, jelentős támogatásokat kicsikaró – erős érdekcsoportok befolyását, a monopol- és erőfölényes helyzetek gyengítésével, a lehetséges versenytársak felnövekedésének segítségével pedig a tisztességes verseny feltételeit teremti meg.

Ennek eszköze az állami tulajdon és rendelkezési jog kiterjesztése a stratégiai ágazatokban és a közszolgáltatásokban, ami alkalmas a magánmonopóliumok megtörésére, a monopolprofitot tartalmazó árak lenyomására, a sérülékeny fogyasztói érdekek érvényesítésére, a tulajdonosi joggyakorlás központosított intézményei pedig hatékonyabbá teszik a korábban gyenge irányítást. Ahol az átvételre nincs lehetőség, ott a tarifák befagyasztása, majd az árképzési szabályok módosítása, a szorosabb állami ellenőrzés segíthet. Hasonló célokat szolgál a különadók kivetése a magas vállalati jövedelmekre. Ha ezek továbbhárítását a fogyasztókra állami eszközökkel vagy a verseny élénkítésével meg lehet akadályozni, akkor – a rövid távú költségvetési hatásokon túl – az eddig kedvezményezett csoportok igazságosabb közteherviselése is elérhető. A vagyonok megterhelése, így értékük csökkentése megkönnyíti a cégek állami kézbe vételét – annak minden kedvező hatásával együtt. Ha pedig az adókvetés egy-egy ágazaton belül is differenciált a nagy, piaci erőfölényben lévő cégek rovására – amelyek azelőtt az állam kegyeit élvezték –, akkor ez a kisebbek és az újonnan piacra lépők megerősítését, esélyeik javítását és a versenyszabályozás ellenméreg koncepciójának logikája szerint végső soron a hatékonyabb versenyt szolgálja. Ebbe az irányba mutat a negatív megkülönböztetés pozitívba fordítása, a kis- és közepes vállalatok előnyben részesítése az állami megrendelések, a közbeszerzések, a hazai és uniós támogatások elosztásánál.

Az ezzel szembenálló értelmezés szerint a megtett kormányzati lépések nemcsak *a magántulajdont gyengítik* a jogbiztonság aláásával, a kiszámíthatóság és átláthatóság további rombolásával, hanem a kapitalizmus másik alapintézményét, *a versenyt is torzítják*. Az állami kézbe vétel vagy a magántársaságok közötti tulajdonváltások kormányzati elősegítése elbizonytalanítja a tulajdonjogokat csakúgy, mint az előre kalkulálhatatlanul, az érintettekkel folytatott egyeztetések nélkül – ráadásul visszamenőleges hatállyal vagy többször is váratlanul meghosszabbítva – kivetett

különadók. A terhek és a támogatások differenciált meghatározása, a kisebb vagy hazai cégek előnyben részesítése, a piacteremtésnél és -védelelnél is alkalmazott patrióta gazdaságpolitika ellentétes az egyenlő versenyfeltételek alapelveivel, torzítja az ösztönzési rendszert: a teljesítmény visszafogására, illetve a politika kegyeinek keresésére serkent, a kölcsönös szívességek hálózatát fonja szorosabbra. Az állam nem tudja bővíteni mozgásterét, hanem csak más érdekcsoportok fogságába esik. Ha voltak is piaci kudarcok, most a *kormányzati kudarcok* fenyegetnek.

Két dolgot nehéz vitatni: az elmúlt év során a gazdasági szereplők jogbiztonsága megrendült, és a kormányzat intézkedéseinek többsége – mint ahogy azt a hivatalos dokumentumok is elismerik – torzította az eddig kialakult versenyfeltételeket. Lehet persze azt mondani, hogy ezek átmeneti, éppen az új rend kialakítását szolgáló jelenségek. De bizonytalannak látszik a határ a szabályteremtés és a szabálykövetés között; kérdéses, hogy ha a törvényhozás és a végrehajtó hatalom folyamatosan átlépi, megváltoztatja és kreatívan alkalmazza a szabályokat, akkor ezzel egyidejűleg képes-e bizonyítani hiteles elkötelezettségét a szilárd jogrend és a törvények szigorú betartása mellett. Kérdéses az is, hogy lehet-e tisztességes versenyt teremteni versenytorzítás árán. És mindennek nyomán nemcsak azt lehet mérlegelni, hogy *mire szolgál az erős állam, hanem annak létrejötte, fenntarthatósága is kérdésessé válik.*

Már az eddig eltelt rövid idő alatt is több jel utal arra, hogy a kormányzati akarat *korlátokba ütközött.* Nemcsak azokra az Európai Unió és a hitelezők által állított nyilvánvaló korlátokra gondolhatunk, amelyek meggátolták a költségvetési hiány elfutását, hanem a célok ellentmondásosságát felszínre hozó, a gazdasági racionalitás erejét mutató, sokszor a piaci szereplők által megjelentetett, szociológiai jellegű akadályokra. Ha a gazdasági növekedés és annak (eddig legfontosabb) húzóereje, az export fontos, akkor nem célszerű a kivitelre orientált cégeket elvonásokkal sújtani, és az új nagy befektetéseket továbbra is érdemes az országba vonzani. Ezért a kis- és középvállalatok előnyben részesítését hirdető gazdaságpolitika a legnagyobb – a megelőző időszakhoz hasonló mértékű – támogatásokat a nagy nemzetközi társaságoknak adta, és a feldolgozóipar árbevétel, nyereség és piaci koncentráció alapján jó jelöltnek látszó cégeinek zömét megkímélte a különadóktól. Ahol pedig érvényesítettek ilyen elvonásokat, ott ágazatonként eltérő módon és mértékben, de sok helyütt hozzá lehetett jutni kompenzációhoz.

A hazai vállalkozások esetében pedig a magyar nagytőkés csoportok átrendeződése, sok újonnan indított vagy bővülő vállalkozásuk arra utalhat – bár ezt még nehéz volna bizonyítani –, hogy a kormányfő az 1990-es évek elején megfogalmazott elképzeléseit követi: megtalálja azt a 8-10 nagyvállalkozót, akikkel kiegyezik, és a kölcsönösség jegyében, banki kapcsolatokon keresztül, esetleg fejlesztési forrásokkal, pályázatokkal segít – „de csak szolidan [...] Aztán már hagyni, hogy az üzlet a maga logikája szerint elrendezze a többi”<sup>28</sup>. Vagyis nem a kis- és középvállalatok,

<sup>28</sup> *Debreczeni* [2010], a szerző a miniszterelnökkel 1994-ben készített interjúját idézi fel.



még csak nem is minden hazai tulajdonú vállalkozás, hanem kiválasztottak segítéséről lenne szó. Azok tehetnek szert nagyobb hozamra az állami támogatásokkal – mint ez a kormányprogramban is szerepel –, akik hajlandók a „közösség erősítésére.” A homályos fogalmat a kormányzat éppen aktuális céljainak megfelelően töltheti föl tartalommal. Lehet, hogy a bankszektor adja az első példát az *új típusú PPP-re*, amelyben szövetkezetek és magyar nagytőkés csoportok működnek együtt a szubvenciókkal és piacteremtéssel segítő állammal.

Mindez többet jelentene annál, mint hogy a kezdeti elszántság megingott, a meghirdetett elvek nem következetesen vagy a tervektől eltérve érvényesülnek. A most még hiányos mozaikokból olyan kép is kikerekedhet, amely az állam és a vállalkozások szoros együttműködését vetíti előre. A kormányzat hozzájárul az erős érdekcsoportok fennmaradásához – mint a különleges elbánásban részesített külföldi tulajdonú cégek esetében –, vagy elősegíti bizonyos hazai erőcentrumok kialakulását, megizmosodását. Ez látszólag széles mozgásteret ad a hatalmon lévőknek. Csakhogy az elmúlt évtizedek tapasztalatai rendszeresen nem szándékolt mellékhatásokat mutatnak: a kormányzati bábáskodással létrehozott vagy megerősített vállalatok markáns alkupozíciójára. Ismét megjelenhet a centralizáció csapdája, amikor az így felépülő új nagy irányító vagy gazdálkodó szervezetek (állami holdingok és „nemzeti bajnokok”) a kormányzat által nehezen kontrollálható erőközpontokká válnak, amit súlyosbít a támogatások elosztásával tovább növelt termelési és exportkoncentráció (mint az autógyártásban). A következmény a vállalatok és a kormányzat kölcsönös – de aszimmetrikus – függése, azaz az állam fogságba ejtése, a kölcsönös szívességek rendszere. Ez pedig nem paradigmaváltás és nem erős állam volna, hanem *a régi* – egészen a tervgazdaságig visszanyúló – *működési mechanizmusok továbbvitele*, amelyben csak a szereplők újak és az egyes szereplőcsoportok súlya változik. Nem a piac és a verseny megszilárdítása, de nem is azok teljes lerombolása. Az intézmények megmaradnak, és a gazdaság bizonyos szegmenseiben működnek is, de meghatározó részében a korábbihoz hasonló, torz formában.

### Hivatkozások

- A Magyar Köztársaság Kormánya [2011a]: Magyarország konvergenciaprogramja 2011–2015. április.  
A Magyar Köztársaság Kormánya [2011b]: Magyarország Nemzeti Reformprogramja. Április.  
A Nemzeti Együttműködés Programja [2010]: A Nemzeti Együttműködés Programja. Május 22.  
A villamosművet felvillanyozza... [2011]: A villamosművet felvillanyozza a gázpiac. *Népszabadság*, május 11.  
*Ábrahám Ambrus* [2011]: Eredményt remél az MKB. *Népszabadság*, március 31.  
*Ács Gábor – Fekete Emese* [2010]: Én vagyok a hazai biztosító. *Figyelő*, november 18–24.  
*Baka F. Zoltán – Csuhaj Ildikó* [2010]: Kikerült az adócsomagból a lex Járai. *Népszabadság*, július 23.  
*Bauer Tamás* [2010]: Münchhausen báró politikája. *Népszabadság*, szeptember 20.  
*Bednárik Imre – Marnitz István* [2010]: Nem lehetett elkerülni a válságadót. *Népszabadság*, október 20.  
*Békesi László* [2011]: Forradalom, szabadságharc vagy reális gazdaságpolitika kell nekünk. *Népszabadság*, április 9.



- Bertók László* [2008]: Kaposvár visszavette vízművei üzemeltetését. *Magyar Hírlap*, szeptember 26.
- Bizó Dániel – Koi Tamás* [2010]: Jön a távközlési különadó.  
<http://www.hwsz.hu/hirek/45461/tavkozles-telekom-ado-piac.html>
- Bizottsági vizsgálattal is... [2010] Bizottsági vizsgálattal is kelendő a Malév. *Népszabadság*, december 23.
- Bokody Tamás* [2010]: Vízműháború Magyarországon.  
[http://index.hu/gazdasag/magyar/2010/02/10/vizhaboru\\_magyarorszagon](http://index.hu/gazdasag/magyar/2010/02/10/vizhaboru_magyarorszagon)
- Boros Jenő* [2010]: Szentgotthárdból Detroit lesz. *Népszabadság*, szeptember 22.
- Boros Jenő* [2011]: Az export negyedét adhatja az autóipar. *Népszabadság*, április 30.
- Csaba László* [2011]: Rögönzések kora. <http://hetivalasz.hu/itthon/rogtonzesek-kora-35180>
- Cseke Hajnalka* [2010]: Elszámoltatás. *Figyelő*, december 2–8.
- Danó Anna* [2010]: Elszalad a gyógyszerkassza. *Népszabadság*, szeptember 2.
- Debreczeni József* [2010]: „Gondoljátok meg, ’burzsujok!’” *Népszabadság*, január 23.
- Fekete Emese – Gilyén Ágnes* [2010]: Magyar ügyfélnek magyar hitel. *Figyelő*, április 15–21.
- Fekete Emese* [2010a]: Honfoglaló álmok. *Figyelő*, június 3–9.
- Fekete Emese* [2010b]: Alku alatt. *Figyelő*, július 15–21.
- Fellegi Tamás* [2011]: Megújuló fejlesztéspolitika.  
[http://www.nfm.gov.hu/data/cms2089805/prezentacio\\_szechenyiterv.pdf](http://www.nfm.gov.hu/data/cms2089805/prezentacio_szechenyiterv.pdf)
- Fürjes Judit* [2010]: Brutális törvényjavaslat – bezárhatnak a patikák.  
[http://hvg.hu/velemeney/20101124\\_korodi\\_patika\\_multik](http://hvg.hu/velemeney/20101124_korodi_patika_multik)
- G. Fodor Gábor – Fűrész Gábor – Giró-Szász András* [2010]: Forradalom a szavazófülkékben.  
<http://www.szazadveg.hu/files/kutatas/4.pdf>
- Gilyén Ágnes* [2010]: Szakítanak. *Figyelő*, június 10–16.
- Hová tűnt... [2011]: Hová tűnt 12,5 milliárdnyi különadó?  
[http://www.nol.hu/gazdasag/20110111-hova\\_tunt\\_12\\_5\\_milliardnyi\\_kulonado](http://www.nol.hu/gazdasag/20110111-hova_tunt_12_5_milliardnyi_kulonado)  
[http://www.nagyitas.hu/common/main.php?cikk\\_id=568&pgid=cikk](http://www.nagyitas.hu/common/main.php?cikk_id=568&pgid=cikk)
- Kriván Bence* [2010a]: Ne csak a bankok állják a számlát, *Népszabadság*, július 2.
- Kriván Bence* [2010b]: Beszáll az állam a takarékszövetkezetekbe, *Népszabadság*, október 15.
- Kriván Bence* [2010c]: Állandósulnak a válságadók *Népszabadság*, november 11.
- Laki Mihály – Voszka Éva* (szerk) [2010]: Kaleidoszkóp. Versenyhelyzet Magyarországon 2008–2009. Pénzügykutató–Palatinus Kiadó, Budapest.
- M. I. [2010]: Szerződéssel biztosítja be magát az E.ON. *Népszabadság*, február 10.
- Magyarország Alaptörvénye [2011]: Magyarország Alaptörvénye. Tervezet, március 14.  
<http://www.parlament.hu/irom39/02627/02627.pdf>
- Magyarország Kormánya [2011]: Új Széchenyi Terv. Január.  
[http://ujszechenyiterv.gov.hu/uj\\_szechenyi\\_terv](http://ujszechenyiterv.gov.hu/uj_szechenyi_terv)
- Malév: jövőre... [2010]: Malév: jövőre 13,75 milliárd az államtól. *Népszabadság*, november 15.
- Marnitz István* [2010a]: Paktum az EMFESZ-ről? *Népszabadság*, január 29.
- Marnitz István* [2010b]: Az E.ON is beszáll a gázversenybe. *Népszabadság*, május 3.
- Marnitz István* [2010c]: Eltérő áramárcsökkenés júliustól. *Népszabadság*, június 2.
- Marnitz István* [2010d]: Befagyasztották az energiaárakat. *Népszabadság*, június 15.
- Marnitz István* [2010e]: Robin Hood nyílzápora. *Népszabadság*, július 24.
- Marnitz István* [2010f]: A kormány energiacégeket venne. *Népszabadság*, szeptember 10.
- Marnitz István* [2010g]: Nincs gázáregyezség. *Népszabadság*, október 5.
- Marnitz István* [2010h]: Az MVM-hez kerülhet az oroszok Mol-pakettje. *Népszabadság*, október 25.
- Marnitz István* [2010i]: Robin Hood tovább nyílik. *Népszabadság*, október 28.
- Marnitz István* [2010j]: Leáll a Mátrai Erőmű gigabővítése. *Népszabadság*, október 29.
- Marnitz István* [2010k]: Áthárított válságadó. *Népszabadság*, november 15.
- Marnitz István* [2010l]: A Panrusgáz nem fizet válságadót? *Népszabadság*, december 29.
- Marnitz István* [2010m]: A válságadó miatt a Lukoil már nem nagykereskedő. *Népszabadság*, december 30.
- Marnitz István* [2011a]: Elégedettebb a Főgáz. *Népszabadság*, január 14.

- Marnitz István [2011b]: Gyorsított lekapcsolás. *Népszabadság*, január 24.
- Matolcsy György [2010]: Válasz az országgyűlési bizottsági meghallgatáson. Május 25.
- Ministry of National Economy [2011]: Hungary's Structural Reform Programme 2011–2014. Ministry of National Economy, március
- Mol-ajánlat... [2010]: Mol-ajánlat az oroszoknak. *Népszabadság*, február 12.
- MVM-re szabott... [2010]: MVM-re szabott energiatervek. *Népszabadság*, június 14.
- Nagy Iván Zsolt [2010]: Kormánybiztosítás. *Figyelő*, október 14–20.
- Oblath Gábor [2011]: Álmodok felől a valódi világ felé – a Széll Kálmán Terv „no policy change” szcenáriója. [http://blog.mtakti.hu/blog\\_cikk/?cikk\[cikk\]\[keyvalue\]=79](http://blog.mtakti.hu/blog_cikk/?cikk[cikk][keyvalue]=79)
- Orbán Viktor [2009a]: Évértékelő beszéd. március 6.  
[http://www.miniszterelnok.hu/beszed/uj\\_irany\\_magyarorszag\\_uj\\_irany\\_magyarok](http://www.miniszterelnok.hu/beszed/uj_irany_magyarorszag_uj_irany_magyarok)
- Orbán Viktor [2009b]: Jobboldali korszak Európában. Magyar Nemzet, július 25.  
[http://2007-2010.orbanviktor.hu/irasok\\_list.php?item=13](http://2007-2010.orbanviktor.hu/irasok_list.php?item=13)
- Orbán Viktor [2010a]: A kötécsei beszéd rövidített, szerkesztett változata,  
[http://www.miniszterelnok.hu/cikk/megorizni\\_a\\_letes\\_magyar\\_minoseget](http://www.miniszterelnok.hu/cikk/megorizni_a_letes_magyar_minoseget)
- Orbán Viktor [2010b]: Beszéd a XXI. Bálványosi Nyári Szabadegyetemen és Diáktáborban Tusnádfürdőn. Július 24.  
[http://www.orban.hu/beszed/a\\_nyugati\\_tipusu\\_kapitalizmus\\_kerult\\_valsagba](http://www.orban.hu/beszed/a_nyugati_tipusu_kapitalizmus_kerult_valsagba)
- Pénzügykutató Alapítvány [2010a]: Az új kormány intézkedéseinek hatása a magyar bankszektor helyzetére és hitelezőképességére. Kézirat. Pénzügykutató Alapítvány, november.
- Pénzügykutató Alapítvány [2010b]: A Fővárosi Vízművek Zrt. működésének keretfeltételei és a változások lehetséges irányai. Pénzügykutató Alapítvány, december.
- Polányi Károly [1976]: Az archaikus társadalom és a gazdasági szemlélet. Gondolat Kiadó, Budapest.
- Szabó Brigitta [2010]: Brüsszelben panaszkodnak a multik. *Népszabadság*, december 17.
- Szabó Brigitta [2011]: Privatizációs terelés. *Népszabadság*, január 7.
- Szalai Anna [2010]: Felülvizsgált privatizációs szerződések. *Népszabadság*, november 24.
- Szegő Iván Miklós [2011]: Az osztrákoknak sem tetszik a magyar különadó.  
[http://hvg.hu/gazdasag/20110103\\_osztrak\\_kamara\\_vallalatok\\_valsagado](http://hvg.hu/gazdasag/20110103_osztrak_kamara_vallalatok_valsagado)
- Szirmai S. Péter [2010a]: Alsó adósávban. *Figyelő*, november 4–10.
- Szirmai S. Péter [2010b]: Itt akarunk maradni. *Figyelő*, december 22.–január 5.
- Tamás Gábor [2010]: Szigorítanak az „üzletlánc-törvényt”. *Népszabadság*, december 16.
- Terhes örökség... [2010]: Terhes örökség vonaton, autóbuszon. *Népszabadság*, március 1.
- Torontáli Zoltán [2010a]: Átírányítható pénzhívás. *Figyelő*, augusztus 26.–szeptember 1.
- Torontáli Zoltán [2010b]: 500 milliárdos bomba. *Figyelő*, szeptember 2–8.
- Torontáli Zoltán [2010c]: Nem tudjuk, mi lesz. *Figyelő*, december 22.–január 5.
- Török Ádám – Dely-Gray Zsuzsa [2008]: A vámon kívüli kereskedelmi akadályok (RTB-k) sajátos profilja Magyarországon. Kézirat.
- V. G. G. [2010]: Kompenzációt vár a távközlés. *Népszabadság*, november 11.
- Váczai István [2010a]: Átszállás. *Figyelő*, október 28.–november 3.
- Váczai István [2010b]: Mindent bele! *Figyelő*, november 4–10.
- Varga G. Gábor [2010a]: A Telecom előre menekül. *Népszabadság*, szeptember 23.
- Varga G. Gábor [2010b]: Húszmilliárdos injekciót kapott a Malév. *Népszabadság*, szeptember 25.
- Varga G. Gábor [2011]: Eljárás indul a távközlési különadó miatt. *Népszabadság*, március 12.
- Várhegyi Éva [2010]: Az OTP mint nemzeti bajnok. Kézirat.
- Várhegyi Éva [2011]: Kettős szorításban. A magyar bankszektor helyzete és kilátásai. *Hitelintézeti Szemle*, 2. sz., 14–29. o.
- Voszka Éva [2001]: Privatizáció helyett újraelosztás. Az állami vagyon sorsa 1998 és 2001 között. *Közgazdasági Szemle*, 9. sz., 726–744. o.