

KALEIDOSZKÓP

Versenyhelyzet Magyarországon • 2008–2009

KALEIDOSZKÓP

Versenyhelyzet Magyarországon • 2008–2009

Szerkesztette: Laki Mihály–Voszka Éva

Pénzügykutató Rt.–Palatinus, 2010

Írta: Antalóczy Katalin, Laki Mihály, Pásztor Sára, Sass Magdolna, Szabó Márton,
Várhegyi Éva, Voszka Éva

A kötet a Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központ támogatásával készült.

© Antalóczy Katalin, Laki Mihály, Pásztor Sára, Sass Magdolna, Szabó Márton,
Várhegyi Éva, Voszka Éva, 2010

© Pénzügykutató Rt., Új Palatinus Könyvesház Kft., 2010

Kiadja: Pénzügykutató Rt. és a Palatinus Kiadó
Felelős kiadó: Lengyel László
Szerkesztette: Patkós Anna
Tipográfia és fedélterv: typoslave
Nyomta és kötötte: ETO-Print Kft.

TARTALOM

Bevezető	7
Körkép a magyarországi versenyhelyzetről (Laki Mihály–Voszka Éva)	9
A közvélekedés a gazdasági versenyről a válság első évében	9
Verseny a válságban – válságban a verseny?	14
Az üzleti szereplők magatartása	53
Összefoglaló	64
Ütésálló bankok	77
<i>A válság hatása a hazai bankok versenyhelyzetére és magatartására (Várhegyi Éva)</i>	
Kódolt kifulladás	111
<i>Válság a gépjárműpiacon (Pásztor Sára)</i>	
Válságkezelés előremeneküléssel	145
<i>A válság hatása a versenyre a magyarországi autópári beszállítói piacokon (Antalóczy Katalin–Sass Magdolna)</i>	
Válságok egymásra torlódása	177
<i>Versenyhelyzet és válság a tejpiacon, 2008–2009 (Szabó Márton)</i>	

HÁTTÉRTANULMÁNYOK

Bakonyi Eszter: A közvélekedés a gazdasági versenyről a válság első évében

Klauber Mátyás: Európai uniós és magyar nemzeti támogatások 2008–2009-ben

Szilágyi Pál: A pénzügyi és a gazdasági válság hatása a versenypolitikára és kapcsolódó szabályozási területekre

Tátrai Tünde: Verseny és vállalati összejátszás a közbeszerzések piacán, 2008–2009

BEVEZETŐ

A Kaleidoszkóp első kötetének bevezetőjét 2008 szeptemberében írtuk, alig néhány nappal a Lehman Brothers összeomlása előtt. Mint oly sokan, mi sem számítottunk a bank csődjére, még kevésbé a máig ható következményekre, a gazdasági világválságra. A következő kötetben – gondoltuk akkor – a kétéves ikerdeficit utáni kormányzati rendteremtés, az üzleti világ megkopott bizalmának visszaszerzése által meghatározott szabályozási és piaci környezetnek a hazai versenyviszonyokra gyakorolt hatását vizsgáljuk majd. Lassú elmozdulásokra számítottuk, arra, hogy a lakosság, a vállalatok, a szabályozó magyar állam és az Európai Unió versennyel kapcsolatos – a kötetben alaposan dokumentált – véleménye, magatartása kevésbé módosul.

Az elmúlt másfél év alaposan megcáfolta várakozásainkat. A pénzügyi pánik és a nemzetközi válság a magyar pénzügyi szektort is a működésképtelenség határára sodorta. A piacok összeomlásának elhárítására hozott európai és hazai intézkedések ellenére a hitelforrások elapadása, számos termék és szolgáltatás iránti kereslet drámai csökkenése a reálgazdaság gyors zsugorodásához vezetett.

A Kaleidoszkóp idei kötetének tervezésében, a szerzők felkérésekor és főként az összefoglaló tanulmány megírása során nemcsak a fogyasztók-munkavállalók, a vállalatok, a gazdaságszabályozó állam és az Európai Unió magatartásának, fontossági sorrendjeinek jelentős módosulását tapasztalhattuk, de újra kellett gondolnunk a piaci versenyről vallott álláspontunkat is. Változatlanul úgy gondoljuk, hogy *a tisztességes verseny közérdek*, ám szembesülnünk kellett azzal, hogy különös körülmények között más közérdek – esetünkben a gazdaság működésének fenntartása, a válság által sújtott, de annak kitörésében nem vétkes gazdasági szereplők és velük együtt munkahelyek ezreinek megmentése – gátolhatja a versenyt, mint a közjó érvényesülését. A nem kellően vagy hibásan szabályozott (amúgy tisztességes) verseny pedig – mint a nemzetközi pénzügyi szektor példája mutatja – a közérdek sérelmével is járhat.

Célunk továbbra is *az aktuális versenyhelyzet kritikai leírása, empirikus megközelítéssel*. Nem könnyítette meg a helyzetünket, hogy az empirikus kutatás általunk és a résztanulmányok szerzői által használt hagyományos módszerei inkább a lassú, fokozatos, mint a gyors változások leírására és elemzésére alkalmasak. Az elemzés és a következtetések bizonytalanságának további forrása, hogy a gazdasági válság még nem ért véget, és az is, hogy a visszaesés nem egyszerre, hanem szakaszosan, késleltetésekkel éri el a gazdaság különböző szegmeseit.

A résztanulmányok tárgyának meghatározásakor arról kellett döntenünk, hogy a krízis által eltérően érintett piacok, ágazatok közül melyeknek az alapos elemzése segíti leginkább az elmúlt másfél év folyamatainak megértését. A nemzetközi fejleményeket és hazai következményeket is figyelembe véve választottuk a válságnak különösen kitett pénzpiacot és autókereskedelmet, valamint a Magyarországon mű-

ködő beszállítók, autóipari alkatrészek gyártását. Negyedikként egy élelmiszer-ipari piacot veszünk közelebbről szemügyre, amelyet a kereslet mérsékelt jövedelemrugalmassága miatt a visszaesés kevésbé érinthetett volna, ha a nemzetközi tejtermékpiacokon a 2007. évi árboomot követő árcsökkenés és ez ebből adódó ágazati válság nem fokozta volna az általános krízis hatásait. Ezeknek a területeknek az összehasonlítása képet adhat arról, hogy milyen iparági jellegzetességek, sajátos hazai körülmények, illetve globális folyamatok befolyásolják egy-egy részpiac teljesítményének és versenyfeltételeinek alakulását.

A versenyhelyzetet általánosan értékelő Körkép – amely most is a kötetben nem közölt háttér tanulmányok felhasználásával készült – ismét csak néhány metszetet tud átfogóan megragadni. A nagy átrendeződések idején különösen érdekes a közvélemény alakulása, valamint az európai uniós és a magyar jogi-szabályozási keretek változása. A válságkezelés rövid távon felértékelte az állami beavatkozásoknak a Kaleidoszkóp előző kötetében is részletesen tárgyalt szerepét, de ezek versenykorlátozó hatásának ma még csak a kockázatai láthatók, a közép- és hosszú távú következményei kevésbé. Ebből a szempontból a magyar szabályozás helyzete sajátos: az ország sebezhető pénzügyi állapota nem tette lehetővé a nagyszabású élénkítést, de így a verseny torzulásának is kisebbek az esélyei. Az érdeklődő olvasó megismerheti továbbá a vállalatok sok elemből álló alkalmazkodását a drasztikusan változó piaci feltételekhez.

A tanulmányok megírását és a kötet megjelenését a Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központjának támogatása tette lehetővé. Az éves elemzéseket a jövőben is folytatni szeretnénk, remélve, hogy a következő kötetben már a gazdasági fellendülésnek a szabályozásra és a piaci versenyre gyakorolt hatását mutathatjuk be.

Budapest, 2010. június

Laki Mihály és Voszka Éva

Laki Mihály–Voszka Éva

KÖRKÉP A MAGYARORSZÁGI VERSENYHELYZETRŐL

A KÖZVÉLEKEDÉS A GAZDASÁGI VERSENYRŐL A VÁLSÁG ELSŐ ÉVÉBEN

A piacgazdaság a rendszerváltás óta egyre népszerűtlenebb lett a magyar közvéleményben. Míg két évtizeddel ezelőtt az új gazdasági rendszer néhány elemét – például az állami vállalatok privatizációját, a rátermettség szerinti munkaerő-piaci szelekciót és díjazást – még a népszerűség legalább fele elfogadhatónak tartotta (*Hann–Laki*, 1992), addig a 2008. májusi felmérések válaszdói a piacgazdasági rendszer szinte mindegyik jellemzőjét elutasították (*Laki–Voszka*, 2008, 11–14. o.). 2009 végén megismételtük a 2008. évi felvételt, hogy megvizsgáljuk a válság hatását.¹

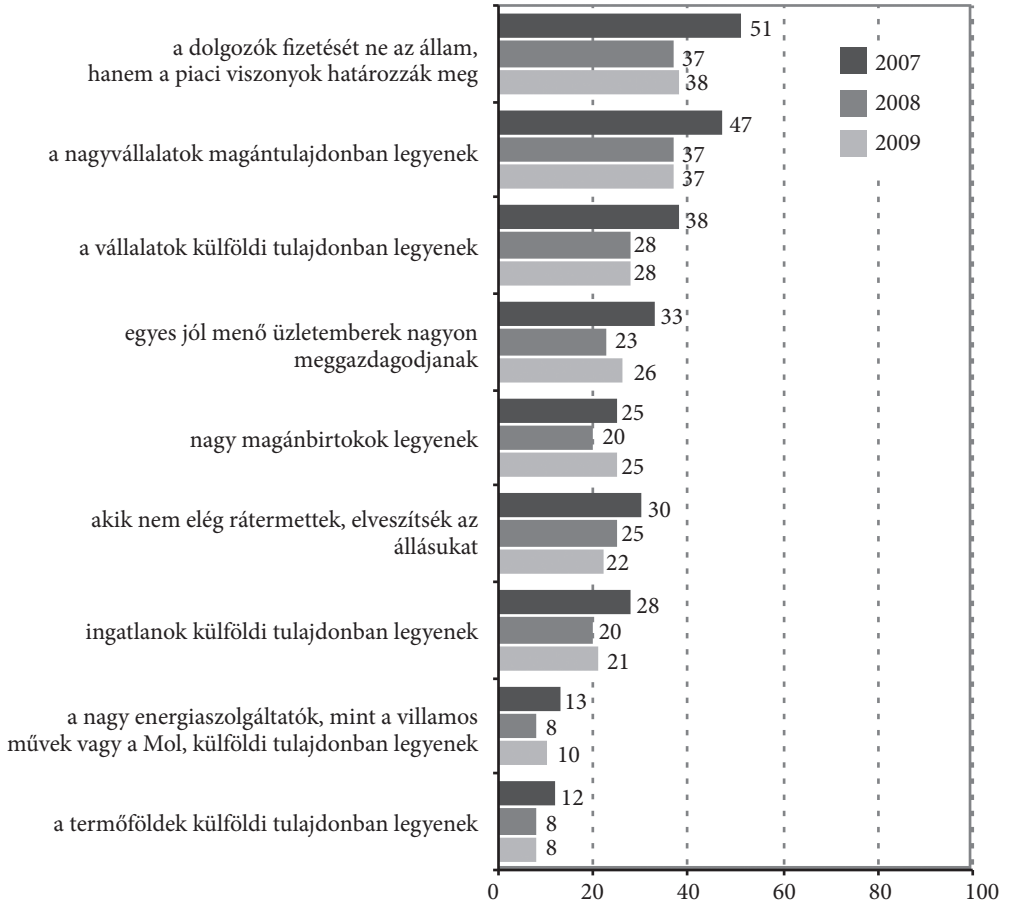
A kutatás legfontosabb megállapítása, hogy a 2008 októberében Magyarországot is elérő pénzügyi válság *érdemben nem változtatott a piacgazdaság egyes elemeiről alkotott véleményeken*, sőt a nagy magánbirtokok létrejöttét és – meglepő módon – a meggazdagodást, a nagy energiaszolgáltatók külföldi tulajdonlását valamivel többen tartják most elfogadhatónak (*1. ábra*).

A *versenyről* azonban a korábbinál nagyobb arányban mondtak *határozott és kedvezőtlenebb véleményt* a megkérdezettek. A gazdasági hírek és elemzések jelentősen a megszorított sajtóban és a közbeszédben, s a válság következményei sokakat személyesen is érintettek. E fejlemények hatására jelentősen romlottak a lakosság piaci várakozásai, amit jól mutat a Kopint–Tárki gazdasági közérzeti indexének drámai csökkenése (lásd később az *5. ábrát*). Ez is szerepet játszott a közvélemény megváltozásában: 2007-ben még minden második ember közömbösen viszonyult a versenyhez, 2009 végére viszont már csupán minden harmadik foglalt el semleges álláspontot. Az elmúlt két évben egyrészt fokozatosan nőtt azok aránya, akik a verseny iránt gyanakvást éreznek (2007-ben még tízből ketten, 2009-ben már hárman mondták, hogy rossz érzéssel gondolnak erre a fogalomra), másrészt megnőtt azoknak is az aránya (minden negyedik helyett már minden harmadik ember tartozik ide), akik pozitívan vélekednek a verseny szó hallatán (*2. ábra*).

¹ A Medián Közvélemény- és Piackutató Intézet az ország felnőtt népességének összetételét településtípus, nem, életkor és iskolai végzettség szerinti reprezentáló 1200 fős mintát keresett fel személyes megkérdezéssel. Az elemzés során felhasználtuk a Medián korábbi, 1991., 1995., 2005., 2007. és 2008. évi hasonló témájú felméréseinek eredményeit, amelyek ugyanilyen módszertani eljárással készültek.

1. ábra
Vélemények a gazdasági rendszerről

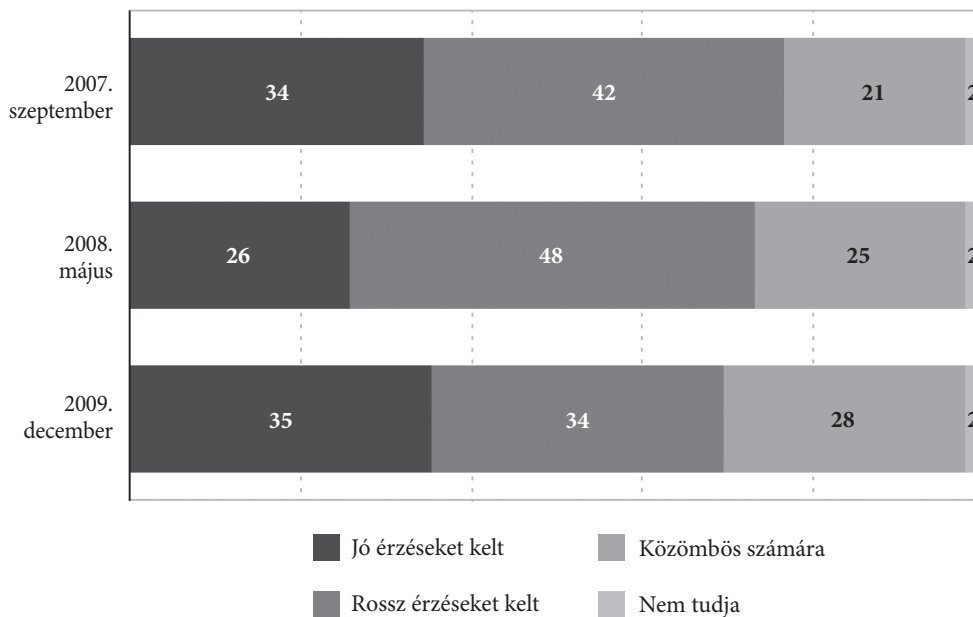
Azok százalékaránya, akik szerint megengedhető, hogy



A versenyt és a piaci mechanizmusokat demográfiai szempontból a válság idején is általában azok értékelik kedvezőbben, akiknek jobb a foglalkoztatási esélyei, tehát a fiatalok és a képzettek. A munkaerő-piaci helyzet szempontjából pedig azokra jellemző általában a verseny pozitív értékelése, akik másoknál védettebb helyzetben vannak vele szemben, például a közsféra dolgozói és az állami vállalatok alkalmazottai. Ez egyrészt azért is érdekes eredmény, mert az államigazgatást és a versenytől védettebb munkahelyeket általában azok választják nagyobb arányban, akik szívesebben elkerülik a rivalizálást és az esetleges kudarcot. Másrészt mert arra utal, hogy az emberek negatívan ítélik meg azt, ha nem értük folyik a verseny, hanem nekik kell versengeni egymással. Ugyanakkor az is igaz, hogy a magánsféra alkalmazottainak

2. ábra

A válaszok százalékos megoszlása arra a kérdésre, hogy milyen érzéseket kelt a válaszadóban az a szó, hogy verseny



a versengéssel kapcsolatos attitűdje a válságot megelőző felméréshez viszonyítva valamelyest javult.

A válság eltérően érintette az egyes *társadalmi csoportokat és földrajzi régiókat*, de sokszor az azonos helyzetű rétegek is különbözőképpen vélekednek ugyanazokról a dolgokról (Kotzian, 2010). A mostani felmérésből kiderült, hogy azok, akiknek nagyobb összegű bankbetétjük és/vagy devizaalapú hitelük van – tehát akiket a pénzügyi gondok közvetlenül érintenek –, kedvezőbben vélekedtek a kapitalizmus különböző elemeiről, illetve a versenyről. Ők bizonyára a kilengéseket inkább tekintik természetes kísérőjelenségeknek, s bizalmuk nem magában a rendszer alapjaiban és működési elveiben rendül meg.

Ami a *regionális különbségeket* illeti, az ország nyugati felét jobban sújtotta a munkahelyek megszűnése, mint a már korábban is rosszabb helyzetben lévő keleti területeket. Az Állami Foglalkoztatási Szolgálat adatai szerint például Győr-Moson-Sopron megyében volt országosan a legalacsonyabb a nyilvántartott álláskereső aránya (G. Tóth, 2009), ám ez azt jelentette, hogy a 2009 első felében 67 százalékkal több volt a munkanélküli, mint egy évvel korábban (Legek a..., 2009).

A gazdasági témájú közvélemény-kutatások általában azt mutatják, hogy az emberek rosszabbul viselik, ha korábbi jó helyzetük romlik, mint amennyire értéke-

lik a válság idején bekövetkező stagnálást vagy a kedvező időszakokban helyzetük javulását (Kotzian, 2010). Ehhez hasonló következtetésekre lehet jutni a mostani vizsgálatok alapján is. Felméréseink azt mutatják, hogy a válság hatására leginkább a dunántúliak véleménye változott meg a versennyel kapcsolatban – igaz, hogy a Dunántúlon belül is jelentős eltérések vannak az attitűdváltozások tekintetében.

A válság idején az emberek számára az egyik legérthetőbb és ezért talán a legfontosabb gazdasági mutató a munkanélküliség alakulása. Sokkal kézzelfoghatóbb, mint az elvont makrogazdasági mutatók, tapasztalataik sokkal közvetlenebbek vele kapcsolatban. A munkanélküliség arányát tekintve Budapest és Pest megye után a Nyugat-Dunántúlon a legkedvezőbb a helyzet, a válság miatt ugyanakkor jelentősen visszaesett e térség termelésének 40 százalékát adó, erősen exportfüggő feldolgozóipar teljesítménye, és a cégek egymás után mondtak fel dolgozóiknak (G. Tóth, 2009; Legek a..., 2009).

Ennek ellenére – valószínűleg az osztrák piac közelsége miatt is – a nyugat-dunántúliaknak továbbra is a más régiókban élőknel kedvezőbb a véleményük a versenyről, sőt a válság idején sok tekintetben javulást látunk. Így például a korábbinál többen mondták kívánatosnak a privatizációt, a külföldiek tulajdonszerzését, valamint a piac szabályozó szerepét a munkaerőpiacon. A gyengébb gazdasági helyzetű Dél-Dunántúlon viszont a válság idején éppen ellentétesen változtak a vélemények, és az emberek borúlátóbbak lettek. Somogy megyében például néhány tekintetben – például az infrastruktúra vagy a foglalkoztatási helyzet alapján – ugyanolyan kedvezőtlen a gazdasági-szociális helyzet, mint Északkelet-Magyarországon, és ebben a régióban a legjellemzőbb a versenyellenesség. Sőt a válság még tovább erősítette a piacgazdaság jellemzőivel kapcsolatos gyanakvást és elutasítást.

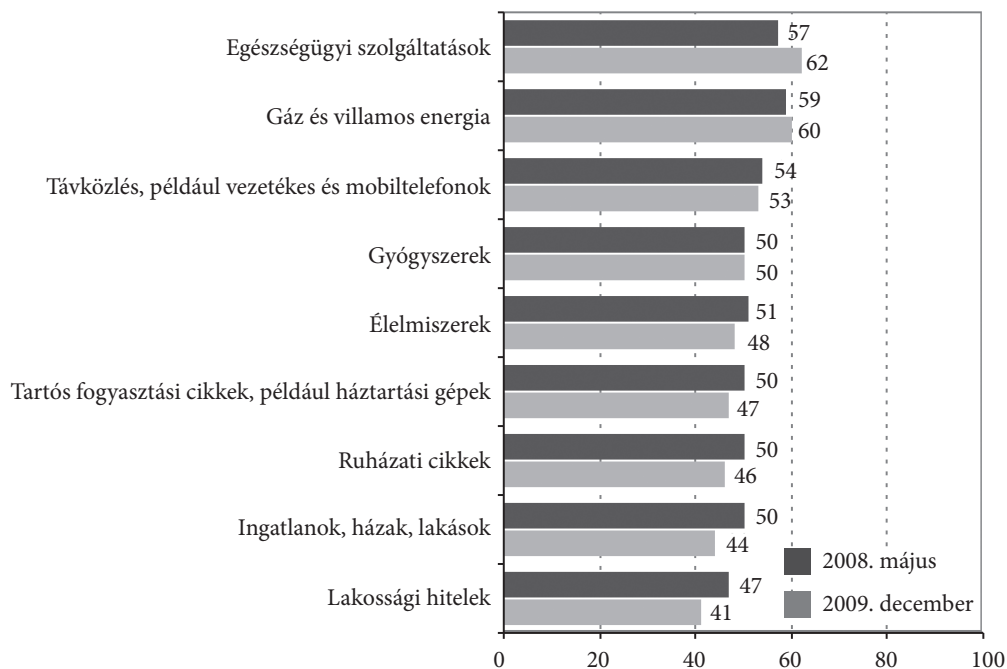
Összességében a teljes népesség nagy többsége *továbbra is az állam versenyt befolyásoló szerepét támogatja*: körülbelül minden negyedik ember korlátozná, minden második segítené a versenyt. A válság idején a közvéleményben is megnőtt (67-ről 73 százalékra) azok aránya, akik szerint az államnak valamilyen módon be kell avatkoznia a piaci versenybe.

Fogyasztóként az értük folyó verseny nagyságával általában elégedettek a magyarok. A legtöbb termék és szolgáltatás piacán a válság éveiben is megfelelőnek tartják a versenyt, sőt a gáz és a villamos energia, valamint az egészségügyi szolgáltatások esetében még nagyobb versenyt szeretnének. Elsősorban a vidéken élőknek azonban kisebb az igényük erre, sőt 2008-hoz képest jobban mérsékelnék a versengést az ingatlanok és a lakossági hitelek területén (a véleményekben itt sem okozott eltérést, hogy a válaszdót közvetlenül érinti-e a válság, azaz van-e devizahitele vagy nagyobb összegű megtakarítása). Ugyancsak valamivel mérsékeltebb versenyre vágytak az emberek 2009-ben a ruházati cikkek piacán, viszont jobban ösztönöznék az egészségügyi szolgáltatások esetében, különösen a budapestiek (3. ábra).

Noha a verseny korábban is népszerűtlen volt a magyar közvéleményben (Laki-Voszka, 2008), a gazdaságiak mellett kulturális-történelmi és mentalitásbeli okai is lehetnek annak, hogy Magyarországon a válság alatt *borúlátóbbak a megkérdezettek*,

3. ábra

A fogyasztási cikkek és szolgáltatások versenyére vonatkozó kérdésre* adott válaszok átlagai százfokú skálán** az érdeemben válaszolók körében

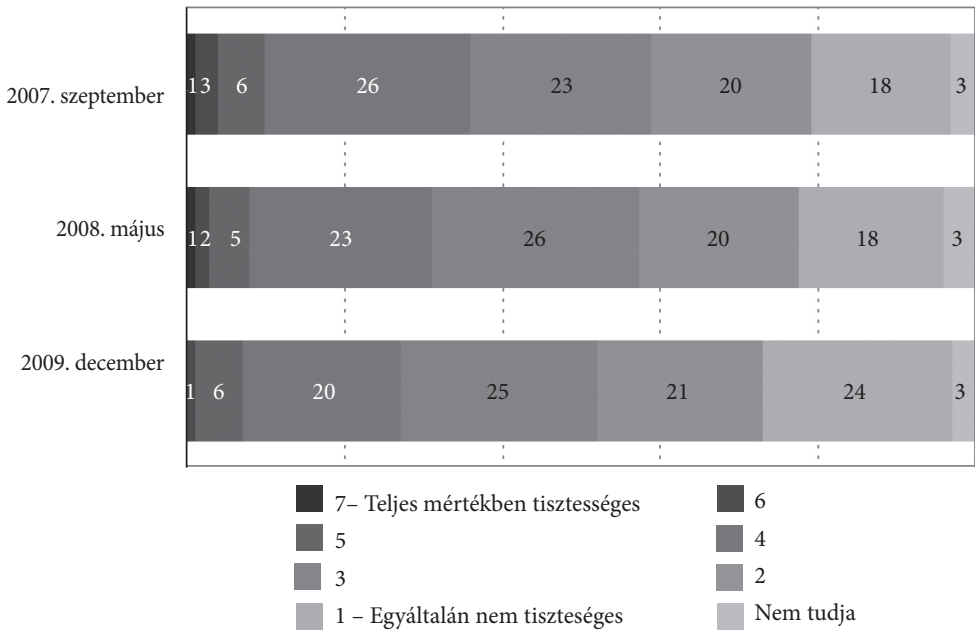


*Ön mit tartana jónak: ha a jelenleginél több vagy a jelenleginél kevesebb vállalat kínálná a termékeit, szolgáltatásait különböző területeken? **0 = a jelenleginél sokkal kevesebb, 50 = a jelenlegi szintnek megfelelő, 100 = a jelenleginél sokkal több.

mint más országokban, és hogy a verseny, illetve a piacgazdaság bizonyos tekintetben még népszerűtlenebb lett. A gazdasági mutatószámok mellett – vagy talán azok helyett – sokat számít a gazdasági-szociális folyamatok megítélésében az emberek személyes tapasztalata. Az Európai Bizottságnak a válsággal kapcsolatos felmérése szerint a magyarok a 27 tagország élmezőnyében vannak abban a tekintetben, hogy a válság miatt nehézséget jelent háztartásuk számára az élelmiszerek beszerzése, és hogy az országban nagy a szegénység (Európai Bizottság, 2009, 9–10., 12–14., 19. o.).

Negatívan befolyásolhatja a hazai megítélést az is, hogy megkérdezettek döntő többsége hosszabb ideje tisztességtelennek tartja a versenyt, és az elmúlt két évben fokozatosan *gyarapodott a korrupcióra panaszkodók aránya*. Míg 2007-ben még tíz emberből „csak” hatan érzékelték kisebb vagy nagyobb mértékben tisztességtelennek a hazai gazdasági versenyt, addig ez a szám 2009 végére hétre nőtt (4. ábra).

4. ábra
A verseny tisztességére vonatkozó kérdésre* adott válaszok
százalékos megoszlása



*Mennyire tisztességes a verseny Magyarországon általában a gazdasági életben?

VERSENY A VÁLSÁGBAN – VÁLSÁGBAN A VERSENY?

A 2008 ősztől eszkalálódó válság világszerte élesen vetette fel azt a három egymással összefüggő kérdést, hogy mi volt a szerepe a versenynek a krízis kialakulásában, mi a szerepe a versenyszabályozásnak a válság kezelésében, és mi lesz a verseny szerepe a kilábalást követő időszakban. A lehetséges válaszok nemcsak az elméleti közgazdászokat foglalkoztatják, hanem a gyakorlati gazdaságpolitikai döntéseket is meghatározzák.

A válság kirobbanása előtt, 2008 szeptemberében megjelent Kaleidoszkóp arra a következtetésre jutott, hogy az államnak a versennyel kapcsolatos magatartása szükségképpen – kiküszöbölhetetlen dilemmák, kemény strukturális, szociológiai és politikai okok miatt – kétarcú. Egyfelől közérdeknek tekinti a versenyt, ezért sokféle módszerrel – többek között a versenyszabályozással – annak élénkítésére törekszik, másfelől ezzel párhuzamosan változatos versenykorlátozó eszközöket is bevet. Kézenfekvő lenne most azt mondani, hogy a kettősség a válság idején határozottan a verseny korlátozása felé tolódott el: naponta olvasunk a bankmentő csomagokról, nagyvállalatok kiegészítéséről, kormányzati bábáskodással végrehajtott az összeolvadásokról, az állami

tulajdon és az állami támogatások korábban elképzelhetetlen mértékű kiterjesztéséről. De vajon ezek a lépések nem a piac alapszerkezetének fenntartását, az összeomlás megakadályozását, a jövőbeli verseny feltételeinek megőrzését szolgálják? – mint ahogyan azt a nemzeti kormányok és az Európai Unió vezetői állítják. A helyzet és az értékelés most még kevésbé egyértelmű, mint két évvel ezelőtt volt.

A vállalatok, háztartások és a szabályozók/törvényhozók hamar érzékelték a válság egyes folyamatait (főként az elsőként érintett pénzügyi szektorban zajló eseményeket), de más, főként reálgazdasági következmények csak fokozatosan váltak nyilvánvalóvá. Az azonnal érzékelt hatásokra a kormányok és hatóságok esetenként gyorsan, máskor késlekedve válaszoltak. A gyors szabályozási akciók egy részére a termelők és a fogyasztók széles köre is késlekedve reagált. Nehezíti az elemzők dolgát, hogy a válság okozta változások jelentős részének a regisztrálása is elhúzódik – főként a statisztikai adatgyűjtés és közlés szokásos, konzervatív működésmódja miatt. Ezért tanulmányunkban csupán első értékelést nyújtunk, és átfogó válságelemzésre még a versenyre gyakorolt hatások szempontjából sem vállalkozunk.

E korlátok között először általánosságban, a nemzetközi fejleményeket figyelembe véve tekintjük át a válság és a verseny kapcsolatát, mert ezek a keretfeltételek közvetlenül befolyásolják a hazai folyamatok alakulását, a választási kényszereket és lehetőségeket, hivatkozási és viszonyítási alapot teremtenek az értékeléshez. Ezután bemutatjuk az európai uniós versenyszabályozás alakulását, majd mindennek fényében értékeljük a magyarországi válság és a verseny összefüggéseit.

A verseny a probléma vagy a megoldás része? Általános keretek

A verseny vezetett-e a válsághoz? Jó megoldás-e a válságkezelésre a verseny korlátozása? Maradandó nyomot hagy-e a válságkezelés a piacszerkezeten, a verseny és az állam szerepén a krízis elmúltával? Először ezeket a kérdéseket vizsgáljunk meg röviden – a végleges válaszok igénye nélkül.

Piaci kudarc – kormányzati kudarc. A válság kitörését követő első elemzések egy része vagy a túlzott versenyt, vagy az állami szabályozás gyengeségét jelölte meg a válság fő okának. Abel Mateus szerint „a pénzügyi válság egy súlyos szabályozási kudarc” (Mateus, 2009, 8. o.). Joseph Stiglitz korábbi álláspontjának megfelelően a neoliberalizmust hibáztatta, a krízist a piaci kudarcok halmozódásának következményeként értékelte – amit egyébként a gyenge, meghatározott (csoport)érdekeket szolgáló szabályozás hívott életre (Stiglitz, 2008). Ezt a kiegészítést is hozzátevé, Stiglitz is a szakértőknek abba a legnépesebb csoportjába tartozik, amelyik *többtényezős magyarázatokra* hajlik, makro- és mikrogazdasági, intézményi és pszichológiai tényezőket is figyelembe vesz.

A világgazdaság szerkezetével és állapotával összefüggő okok sorában gyakran szerepel a globalizált kapcsolatrendszer és a világméretű makrogazdasági egyensúlyhiány, a fejlett országokba irányuló nagy tőkeáramlás, a nemzetközi reguláció hiánya

és a válságot megelőző hosszú növekedési periódus, ami a kockázatok alulbecslésére csábított (Whyte, 2009, 7. o.). Sokan hibáztatják az Egyesült Államok korábbi gazdaságpolitikáját, amely a kamatcsökkentésekkel, a háztartások eladósodásának ösztökélésével, az állami védőháló ígéretével táplálta az expanziót, felpuhította a hitelfelvevők, a bankok, sőt az országok költségvetési korlátait is. A szabályozás hiányosságait is a fejlett ipari országok kormányzatainak szemére lehet vetni: a nemzeti felügyeletek gyengeségét – részben a piaci szereplők befolyása, a szabályozhatóságok fogságba ejtése miatt –, a kiterjedt állami garanciákat (főként az Egyesült Államok jelzáloghitelezésében), a mértéktelen pénzügyi kockázatvállalás és az alultőkésítettség elnézését (White, 2009; Stiglitz, 2008). Nemcsak a kapitalizmussal szemben közismerten kritikus Stiglitz, hanem sokan mások is úgy ítélték meg, hogy eltúlzott volt a pénzügyi rendszer liberalizálása, amit Európában a Bázeli II. egyezmény is táplált: a bankszektor sajátosságai miatt hibásnak bizonyult a belépési korlátok enyhítése, a kereskedelmi és beruházási banki funkciók összeolvadásának, a banki mérlegeken s így a szabályozáson kívül maradó árnyékbankok tömeges létrehozásának engedélyezése – amit az IMF 2006-ban még kockázatmentesnek tekintett (White, 2009; Devlin, 2009).

A pénzügyi piacok nyitásával is összefügg az éles verseny hibáztatása. Többen úgy vélik, hogy az erős konkurencia sarkallt olyan banki kockázatvállalásra, olyan pénzügyi-szervezeti innovációkra és ösztönzési rendszerek kiépítésére, amelyek a hitelezési eljárások minőségének romlásához, a tőkefedezettség gyengüléséhez, az ingatlan- és pénzpiaci buborékok kialakulásához vezettek – azaz a piac, a mikrogazdasági tényezők is fontos szerepet játszottak a globális válság kialakulásában (például Whyte, 2009).

Számunkra ezek a többletényezős magyarázatok meggyőzőbbek:² a válság valószínűleg több folyamat összhatásaként alakult ki, azaz egyszerre tekinthető piaci és kormányzati kudarcnak. Vagyis a piaci versenynek volt szerepe a krízis kialakulásában, de csak az adott gazdaságpolitikai, szabályozási, intézményi feltételek között vezetett ennyire romboló következményekhez. Oka volt a válságnak, de csak *az egyik* oka.

Ez a megfontolás is arra int, hogy amikor a versenynek és az államnak a válságban betöltött szerepéről beszélünk, mindig érdemes közelebbről megvizsgálni, hogy *milyen szabályozásról és milyen piacokról* van szó. A krízis létrejöttéhez alapvetően azok a világméretben is óriási, differenciált és szoros kölcsönös kapcsolatokkal átszőtt vállalatcsoportok járultak hozzá, amelyeknek nagy a befolyásuk a piacokra, a kormányokra és a hatóságokra. Emiatt a verseny ellenére – vagy talán részben annak következtében – jelentős piaci szegmensek torzultak, folyamatos önkorrekcióra képtelenné váltak, és a kormányok, szabályozók fogságba ejtésével torzultak az állam-vállalat kapcsolatok is.

A válságkezelés. Az oksági összefüggések értékelése nemcsak a jövő, hanem a jelen szempontjából is fontos. Az egytényezős magyarázatok ugyanis sokszor egytényezős

2 Ezek összefoglalását lásd például Whyte (2009), Devlin (2009), EC (2009a).

válságkezelési stratégiákhoz vezetnek. A szabályozási kudarcot hangsúlyozó *Mateus* (2009) például úgy véli, hogy „...az adófizetők pénzének visszaszerzése, akárcsak a gazdasági fellendülés, alapvetően a jó szabályozáson múlik” (8. o.). A piaci kudarcot leginkább hatékonyabb piaccal lehet korrigálni – állítja ezzel szemben *Coppi-Haydock* (2009).

A pénzügyi piacok stabilizálása. 2008 őszétől az első kormányzati reakciók mindenesetre – nem elméleti, hanem nagyon is gyakorlatias megfontolásokból – világszerte közvetlen *állami beavatkozással* kísérelték meg fenntartani a pénzügyi közvetítő rendszer működőképességét. A monetáris politika korábban is rendszeresen használt eszközei – a likviditásbővítés, a pénzmennyiség növelése, az elfogadott fedezetek körének kiterjesztése és a kamatok csökkentése – mellett a támogatások eszköztárának két fontos elemét is széles körben bevetették. Az egyik a bankközi és vállalati hitelekhez (valamint a betétekhez) nyújtott *állami garancia*, ami – mint ebben a helyzetben a szokásosnál világosabban látszik – nemcsak jövedelemnövelő, hanem „életmentő” segítség is lehet: nélküle sok piaci szereplő nem kapná meg a fennmaradáshoz szükséges forrásokat. A másik a csőd szélére jutott *bankok megmentése* – a Lehman Brothers-nek a sokkot előidéző kivételes esete előtt, majd még inkább azután – kormányzati jegybanki hitelekkel, eszköz kivásárlással és tőkejuttatással, aminek nyomán az állam tulajdonrészekhez, irányítási jogosítványokhoz jutott. Válság idején gyakran a felszámolás alternatívája a bankok fúziója, a gyengélkedő pénzintézetek, cégek beolvasztása is, sokszor kormányzati segítséggel.³

Az Egyesült Államok 2009 őszéig 3500 milliárd eurónyi összeget, az Európai Unió tagállamai pedig nemzeti össztermékük közel egyharmadát irányozták elő a pénzügyi közvetítő rendszer működőképességének fenntartására.⁴ Az utóbbiból azonban a GDP 25 százalékának megfelelő tétel állami garancia, amelynek egy részét valószínűleg nem hívják le.⁵ Az Európai Unió versenyhatósága 2010 februárjáig 90 átfogó nemzeti csomagot és egyedi banktámogatást fogadott el, a májusi összesítés szerint a tagállamok számára jóváhagyott keret 4100 milliárd, amiből eddig 1234 milliárdot használtak fel.⁶

3 Ilyen volt például a Bank of America–Merrill Lynch-fúzió, a JP Morgan–Bear Stearnes-fúzió és a Lloyds–Royal Bank of Scotland-fúzió.

4 Az adatokról és a folyamatok részletes leírásáról lásd többek között *OECD* (2009a), *EC* (2009a), (2009b), valamint *Várhegyi Éva* e kötetbeli tanulmánya.

5 2009. augusztusig a lehívási ráta a garanciáknál 33, a tőkejuttatási konstrukciónál 55 százalékos volt (*EC*, 2009b). A költségek nagysága világviszonylatban nem kirívóan magas: az IMF 42 ország válságkezelésének összesítése alapján a nagyságrendek a GDP 13 és 55 százaléka között szóródnak (idézi *Lyons*, 2009).

6 <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/10/52&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en> és *Négyezer-milliárd...* (2010).

A nagybankok egy részének kiségitését⁷ utólag sem vitatja senki, a pénzügyi szektor kivételes szerepére hivatkozva. A sajátosság a gazdaság minden szereplője számára szükséges likviditás biztosítása, a bankok szoros kölcsönös kapcsolatai (azaz a „fertőzésveszély” itt különösen nagy, a versenytárs csődje a többieknek nem kedvező), a bizalom alapvető szerepe. E vonások következtében a bankrendszer betéti és hiteloldalon is rendkívül sérülékeny – a tömeges forráskivonásnak, illetve a hitelezés leállításának veszélye miatt (White, 2009; Coppi–Haydock, 2009; Lyons, 2009; Várhegyi Éva tanulmánya ebben a kötetben). Ennek alapján számos versenyhatóság és szakértő a piacok működőképességét, azaz a verseny lehetőségét fenntartó eszköznek tekinti a nagybankok, biztosítók mentését a világméretű válság idején – feltéve, tesszik hozzá, ha a támogatási döntések figyelembe veszik az éppen érvényes versenyszabályozás előírásait. A fogyasztói jólétet rövid távon a pénzügyi stabilitás, középtávon a versenypiaci struktúrák szolgálják.⁸

A nagybankok kiségitésénél sokkal inkább vitatott a bankszektoron kívüli nagyvállalatok megmentése. Ennek mintapéldái az amerikai, majd a francia, olasz, spanyol autóipar óriásainak nyújtott állami támogatások, hitelek, garanciák. Az elemzők itt is az ágazat sajátosságait hangsúlyozzák (a nagy méret és a kölcsönös függőségek miatt ezek a vállalatok is jelentős hatást gyakorolnak a gazdaság egészének és különösen egyes régióknak a működésére a foglalkoztatás, a beszállítói kapcsolatok, valamint az Egyesült Államokban a nyugdíj- és egészségügyi szolgáltatások biztosítása terén). Sokan már kezdetben hangsúlyozták a versenykorlátozó hatásokat is (Kwoka, 2009; Lyons, 2009).

A visszaesés mérséklése. A nagyvállalatok kiségitése voltaképpen már a válságkezelés másik nagy ágához, a gazdaságélénkítéshez is sorolható. A kereslet fenntartását szolgálják az úgynevezett automatikus stabilizátorok – a nyugdíj- és egészségügyi kiadások, munkanélküli-segélyek –, amelyek nem torzítják a versenyt.

A keresletet élénkítő *piacteremtés* egy része is versenysemleges, ami 2008–2009-ben világszerte kiterjedt az Egyesült Államoktól Ausztrálián és Törökországon át az Európai Unió legtöbb tagállamában. Legfontosabb eszköze az állami megrendelések, infrastrukturális fejlesztések (oktatás-szakképzés, szociális lakásépítés, kommunális, útépitési beruházások) előrehozása, felgyorsítása, az export ösztönzése állami kedvezményekkel, a háztartások fogyasztásának növelése az adók, főként a forgalmi adók csökkentésével, a szociális kiadások megemelésével.

Másik része azonban (például a hiteltartozások terheinek könnyítése, egyes tartós fogyasztási cikkek, különösen az új gépkocsik vásárlásának ösztönzése, amikor

7 A pénzügyi intézetek támogatási indokoltság szerinti tipizálásáról és az alkalmazott eszközökről azonban élénk vita folyik – ezt *A válság hatása a versenypolitikára és a versenyszabályok alkalmazására* című alfejezet mutatja be.

8 Kroes (2008b), Gerard (2009a), Gerard (2009b), Lowe (2009). A szabályozás módosításait *A válság hatása a versenypolitikára és a versenyszabályok alkalmazására* című alfejezet tárgyalja.

a piacteremtés előnyben részesít egyes ágazatokat, szektorokat) a kedvező tovaterjedő hatások ellenére is piactorzító hatású. Egyértelműen korlátozza a versenyt a másik piacteremtő eszköz, a *nemzeti piacok védelme*. A kereslet és a munkahelyek megtartását célzó protekcionista hajlam a válságok természetes velejárója (Lyons, 2009). A nemzeti bajnokok teremtésének, a határokon átívelő fúziók kormányzati megakadályozásának, helyettük a határon belüli akvizíciók bátorításának korábbi (főként az energetikai iparban, a bankszektorban és néhány feldolgozóipari ágazatban mutatkozó) előjelei most szélesebb körre is kiterjedtek.⁹ Sok országban igyekeztek gátolni a termelés külföldre telepítését, a határon túli beszállítók alkalmazását, az olcsóbb import felhasználását – a hazai termeléshez, a foglalkoztatás fenntartásához kötve az állami megrendeléseket és támogatásokat, vagy csak puha módszerekkel buzdítva a cégeket és kisfogyasztókat a hazai termékek vásárlására (például Anderson–Yukins, 2009; Kriván, 2009; Blahó, 2009; Mindenki..., 2009).

A kínálat élénkítése sem feltétlenül kedvezőtlen a versenyhelyzetre. Az esetek többségében semleges hatású például az átképzésre, kutatás-fejlesztésre vagy környezetvédelemre adott támogatás (Lyons, 2009). A kezdetben ellentmondásos megítélés ellenére – a mesterséges felpörgetés fő szószólója az Egyesült Államok és az Európai Unióban az angol–francia páros volt, szemben a leginkább szkeptikus Németországgal – minden országban sokasodtak a szűkebb értelemben vett, elvileg versenykorlátozó állami támogatások, a kedvezményes hitelek, a kis- és közepes vállalkozások kisegítésére szolgáló konstrukciók, az egyes szektorok vagy cégek túlélését segítő kedvezmények is.

Ennek hatására a kormányzati pénzkiutalások mértéke példátlanul magas lett. Az Egyesült Államok 2009 tavaszáig a GDP négy százalékát szánta gazdaságélénkítésre, és hasonló nagyságrendet várt európai partnereitől is¹⁰ – ami lényegében teljesülni látszik. Az Európai Unió 2009–2010-ben a közösségi össztermék öt százalékát fordítja fiskális ösztönzésre, amiből az automatikus stabilizátorok három, a költségvetési élénkítés két százalékot ad – nagy különbségekkel az egyes tagállamok között (EC, 2009a). 2009 őszéig az európai versenyhatóság 61 átfogó, a reálgazdaságot érintő nemzeti támogatási konstrukciót hagyott jóvá (EC, 2009c).

Európában a korábban szisztematikusan leszorított, szűk értelemben vett állami támogatások 2008-ban megugrottak. A 27 tagország átlagában az ipar és a szolgáltatások szubvenciója a válság hatása nélkül számítva az elmúlt évtizedre jellemző szinten, a GDP fél százaléka alatt maradt, de azzal együtt – nagy szórást mutatva – meghaladta a nemzeti össztermék két százalékát (EC, 2009c).

9 Franciaország a külföldi felvásárlások elleni védekezésre már 2008-ban stratégiai alapot hozott létre, és az elnök az egész Európai Unióra ki akarta terjeszteni a megoldást (*Válságkezelés és recesszió...*, 2008).

10 A számháború háttérében a potyautas-probléma áll: minden ország szeretné elkerülni, hogy amíg ő maga hatalmas pénzeket költ az élénkítésre, növelve a költségvetési hiányt és az államadósságot, addig mások ebből a pótlólagos keresletből profitálva, különösebb ráfordítások nélkül növeljék eladásaikat az élénkítő ország piacán.

Közérdek, verseny és versenyszabályozás. A válság két szempontból is megmutatta *a verseny mint közérdek relatív voltát*. Egyrészt az maga is a krízis okai között szerepel, másrészt annak kirobbanása után nyilvánvalóvá vált, hogy rövid távon van fontosabb közérdek: a pénzügyi rendszer stabilizálása és a visszaesés mérséklése – akár jelentős versenytorzítás árán is.

Ebben a helyzetben a politikusok magyarázkodásra kényszerültek. „Feladtam a szabad piaci elveket, hogy megmentssem a szabad piaci rendszert” – mondta Bush elnök (Szócs, 2008). „Nem a bankok, hanem a polgárok érdekeit akarjuk megvédeni” – állította Merkel kancellár 2008 októberében (*Sürgősségi...*, 2008). A hivatkozási alap tehát most is egyfajta közérdek, csak éppen annak tartalma tolódott el a szabad versenytől a gazdaság működőképességének fenntartása felé. A válságkezelés közvetlenül nem a versenyt, hanem a piaci szereplőket védi. Kérdés, hogy hosszabb távon magát a piacot, a verseny intézményi keretének fenntartását szolgálja-e.

A nemzetállamok és a nemzetközi szervezetek korábban is jellemző *kétlelkősége* a versennyel kapcsolatban most még nyilvánvalóbbá vált. Az Európai Unió a kétségkívül versenykorlátozó lépések közepette határozottan kijelentette, hogy a versenyszabályozás korábbi alapszerkezete – a termelési tényezők szabad áramlásának intézményei, az állami támogatások bejelentési kötelezettsége és feltételekhez kötöttsége, a vállalatok versenykorlátozó lépéseinek kontrollja – érvényben marad, de gyorsan meghirdették a válság idejére érvényes, átmeneti szabályokat, az előírások rugalmas alkalmazását is.¹¹ Az európai versenyhatóság aktív szerepre tartott igényt a válság kezelésében, deklarálva, hogy *a versenypolitika nem a probléma, hanem a megoldás része*.¹² Arra törekedtek ugyanis, hogy olyan nemzetközi koordinációt valósítsanak meg, amire a fiskális politikának nem voltak eszközei, és biztosítsák a verseny elveinek összehangolását is más, az adott helyzetben létfontosságú gazdaságpolitikai célokkal (Kroes, 2008b; Kroes, 2008c; Gerard, 2008; Gerard, 2009).

Az Európai Unió vezetése 2009 őszén eredményesnek ítélte a stabilizálás és a gazdaságélénkítés érdekében tett gyors, határozott lépéseket a pénzügyi rendszer összeomlásának elkerülésére (EC, 2009a). A Bizottság már ekkor elismerte – amit azóta Görögország és más mediterrán országok esete egyértelműen mutat –, hogy a közreműködésével elosztott eurómilliárdok több helyütt szerepet játszottak a nagy és csak lassan lefaragható költségvetési hiány és eladósodás kialakulásában, s ez ellentétben áll az egységes pénzügyi piac követelményeivel. A deficit csökkentése, az állam visszavonulása a finanszírozásból valószínűleg késleltetni fogja a növekedés elindulását, és a pénzügyi szektor szabályozásának szigorítása visszafoghatja a hitelkihelyezéseket. A tűzoltás tehát sikerült, de az alkalmazott eszközök lassítják a kilábalást.

Ám nemcsak az egyensúlyt és a növekedését fenyegetik veszélyek, hanem a ver-

11 A legfontosabb elemeket a jogi keretekről szóló, *A válság hatása a versenypolitikára és a versenyszabályok alkalmazására* című alfejezet mutatja be.

12 Ez a sokszor idézett formula a határozottan fellépő és frappáns megfogalmazásairól is híres versenyügyi biztostól, Neelie Kroestól származik (Kroes, 2008a).

seny intézményét is. Az európai uniós versenypolitika alkalmas (a versenybiztos szavaival elég szofisztikált és elég erős – idézi: *Gerard*, 2009) volt ahhoz, hogy ne akadályozza, de az elvek és az eljárásrendek formális fenntartásával mederben tartsa az akut válságkezelés intézkedéseit, ugyanakkor olyan lépések megtételéhez járult hozzá, amelyek nemcsak rövid távon korlátozzák a konkurenciát, hanem a jövőbeli verseny számára kedvezőtlen magatartási és strukturális feltételeket hozhatnak létre.

Kockázatok a verseny szempontjából. A kérdés az, hogy ebben az esetben erősíti-e a szabályt a kivétel. Az európai versenyhatóság 2008 ősze óta hangsúlyozza, hogy a szabályozás könnyítései – amelyek a rendkívüli helyzetben lehetővé tették a tagállamok számára a támogatások kiterjesztését és a vállalati versenykorlátozás, főként a fúziók enyhébb megítélését – *kivételes és átmeneti jellegűek*: a válság elmúltával a szabályozás visszatér az eredeti kerékvágásba (*Kroes*, 2009c, *Gerard*, 2009).

Több elemző úgy ítéli meg azonban, hogy *válság idején* a versenypolitika mindig *veszélyben* van (*Lyons*, 2009). A szabályozásnak az éppen meghirdetett kereteket túllepő fellazítása már 2008–2009-ben is felbukkant, elsősorban nem közösségi szinten, hanem a tagállamokban.

Egyrészt előfordult a *versenyhatóságok háttérbe szorítása*. Az angol versenyhivatal ellenezte a Lloyds–HBOS-fúziót, amely az ország legnagyobb kereskedelmi bankját teremtette meg – domináns pozícióval a jelzálogüzletágban, a folyószámla-vezetésben és a megtakarítások piacán –, de az illetékes minisztérium a közérdekre hivatkozva felülírta ezt az álláspontot (*Lyons*, 2009; *Gerard*, 2009).

Másrészt még szélesebb körben érvényesült a *precedensek hatása*. Az európai versenyhatóság többször figyelmeztetett arra, hogy a bankok megmentése az ágazat sajátosságain alapul, ezért nem lehet példa más iparágak erőteljes támogatására (*Kroes*, 2009c). Az események azonban jól mutatják az állami segítség tovaterjedését a szektorok, valamint a régiók között. Ennek fontos mozgatórugója éppen a versenyszabályozás egyik alapelve, az egyenlő piaci feltételek biztosítása. Ha az amerikai autógyárak kapnak támogatást, akkor a versenyhátrány elkerülésére hivatkozva az európaiak is erős nyomást gyakorolnak kormányaikra. Ha az autógyárakat életben tartják, akkor miért ne segítenék ki az ugyancsak nagy foglalkoztató építőipart, a gazdaság vérkeringését fenntartó kereskedelmet vagy a turisztikai szolgáltatásokat?

A cégmentés – akár pénzügyi, akár más típusú vállalatokról van szó – válság idején mindig felveti a hibás stratégiát követők és a válság kitörésében vétkesek megkülönböztetésének szükségességét. Ha ugyanis a vétkeseket is kiségitik, akkor a gazdaság egyes szereplői, majd mind nagyobb csoportjai bizhatnak a kormányzati mentőövben, akkor mi tartja vissza őket a mértéktelen piaci kockázatvállalástól, a felelőtlen magatartástól? A legnagyobb veszély éppen ezért a morális kockázat erősödése. A Lehman Brothers kivételes esete után, a válságkezelés módszereit látva a „nagy bankok most már biztosak lehetnek abban, amit korábban is sejtettek: mindig megmentik őket” (*Lyons*, 2009 6. o.). Vagyis az erkölcsi kockázat intézményesülhet,

a piaci magatartás szerves részévé válhat. Ez megteremti a következő válság alapjait is (*Coppi–Haydock*, 2009; *Zingales*, 2009).

Ugyancsak az eljövendő válságok alapját erősíti, az erkölcsi kockázat mérséklését nehezíti a válság hatására *növekvő koncentráció*. A bajban lévők megvásárlása először a bankszektorban vált jellemzővé (már 2008 szeptemberében hét óriásfúziót lehetett elemezni – *Safe Banks...*, 2008), majd a hullám jó néhány iparágat elért. A pénztézetek és más vállalatok még nagyobbra hízását az *OECD* (2009a) rendszerkockázat-növelő tényezőnek ítélte, és sok elemző is a „túl nagy, hogy elbukjon” szindróma erősödésétől tart (*Kwoka*, 2009; *Lyons*, 2009; *White*, 2009). Több más típusú vállalati versenytorzítás, az erőfölénnyel visszaélés és a kartellezés is maradandó strukturális nyomokat hagyhat maga után – csökkenti a szereplők számát, illetve életben tartja a kevésbé hatékony cégeket.

A magatartásbeli és piacszerkezeti kockázat mellett a harmadik veszélypont az állami tulajdon és szélesebb értelemben *az állami befolyás kiterjedése és tartós fennmaradása*. Az állam részvényesi szerepben torzíthatja a piacot, ha a céget alacsony árazásra, ezáltal veszteséges működésre készíti, folyamatos támogatásokkal tartja életben, ezért a versenytársak háttérbe szorulnak. A kormányok beavatkozási stratégiája rögzülhet, a versenypolitika rovására teret nyerhet a hagyományos iparpolitika (*Lyons*, 2009), a piacnyitás helyébe a túlszabályozás léphet (*Whyte*, 2009). Az időleghesnek indult kapcsolatban az állam és a vállalkozások is újra felfedezhetik a szoros viszony előnyeit: az egyik oldalon a közvetlen intervenció hatalmát, az elosztható vezetői posztok szaporodását, a politikai piacon elérhető nyereségeket, a másik oldalon az állami védernyő és a kivételezett bánásmód – a járadékvadászat – hasznát.

Mint a feltételes mód használata is jelzi, mindez ma még nem tény, csak széles körben mérlegelt veszély. Vannak hatékony ellenszerek, és vannak a tankönyvi logikának ellentmondó jó – vagy legalábbis kedvező kimenettel kecsegtető – példák is. A bankok életben tartására nemcsak az összeolvadás, hanem a feldarabolás is megfelelő eszköz lehet. Ez már megvalósult az ING esetében, de az állami támogatások feltételül szabott kompenzációs intézkedések szélesebb körben is előírhatják egy-egy üzletág, leányvállalat eladását. Az állami tulajdonba vétel az elkényelmesítés helyett éppen a termelési szerkezet régen halogatott átalakítását kényszerítheti ki, mint a General Motorsnál (*Kwoka*, 2009). Az azt követő privatizáció pedig egyedülálló lehetőséget ad arra, hogy a bankokat, vállalatokat részekre bontva adják el (*Voszka*, 2004, *Lyons*, 2009). Az erkölcsi kockázat mérséklésére is számos, intézményi kereteket érintő javaslat született – a szigorúbb, legalább részben globális hatású szabályozástól és ellenőrzéstől a bankok, stratégiai vállalatok által létrehozandó, a későbbi támogatások fedezetül szolgáló (egyben anticiklikus hatású) pénzalapokon át az állam szerepének újradefiniálásáig (például *OECD*, 2009a; *Lyons*, 2009; *Berglöf*, 2009).¹³

13 Az Európai Unióban erről folytatott vitákat és javaslatokat a következő – *A válság hatása a versenypolitikára és a versenyszabályok alkalmazására* című – alfejezet foglalja össze.

A válság okozta változások végkifejletének előrejelzésére nem vállalkozunk, csak azt hangsúlyozzuk, hogy a válságkezelés a kormányok és a vállalkozások magatartásában, valamint a piacszerkezetekben is olyan változásokat erősített fel, amelyek kockázatokat jelentenek a jövőbeli verseny szempontjából. A jogszabályok önmagukban nem hárítják el, de mérsékelhetik ezeket a veszélyeket.

*A válság hatása a versenypolitikára és a versenyszabályok alkalmazására*¹⁴

A válság világszerte súlyos dilemma elé állította a versenyhatóságokat: a versenypolitikának kizárólag a fogyasztói jólétet célszerű-e szem előtt tartani, vagy legyen figyelemmel a közép- és hosszú távú piaci stabilitásra; szigorúan érvényesítse-e az alapvetően a gazdasági növekedés körülményeire modellezett szabályokat, vagy a rendkívüli helyzetre tekintettel enyhítse a versenykorlátozások megítélését? (Lásd például *OECD, 2009a; Jenny, 2009.*) Ehhez kapcsolódik az az előzőekben felvetett kérdés, hogy milyen helyet foglal el a verseny válság idején a közérdekek rangsorában, mekkora a versenypolitika hatóköre, mennyiben tekintse feladatának az általános gazdasági nehézségek elhárítását.

A jólétre összpontosító, szigorúan alkalmazott, szűk felelősséggel felruházott versenypolitika fenntartása mellett szólnak először is a történelmi tapasztalatok, mert a szabályok felfüggesztése a korábbi nagy válságok idején sem segített, inkább elmélyítette a krízist (*Lowe, 2009; White, 2009; EC, 2009a; OECD, 2009a*). Másodszor, a közgazdasági elmélet képviselői érvelhetnek úgy, hogy a válság piactisztító hatású, a legkevésbé hatékony cégeket rostálja ki, így esélyt ad a termelékenység hosszú távú növekedésére (*Fingleton, 2009*) – ezt nem célszerű akadályozni. Másképpen: a verseny és a versenypolitika következetes alkalmazása nemcsak a válságkezeléshez, hanem a kilábaláshoz is a legjobb eszköz, mert ez lehet az innováció, a hatékonyság és a növekedés motorja (*Lowe, 2009*). Harmadszor, a válság nemcsak a vállalkozásokat, hanem a fogyasztókat is sújtja, akiknek ilyen körülmények között fokozott védelmet kell biztosítani (*Lowe, 2009*). A versenyhatóságok feladata mindebből következően a verseny szempontjainak érvényre juttatása – a többi nehézség megoldását más intézményekre kell hagyni.¹⁵

Az enyhébb elbírálás mellett is szólnak nyomós érvek: a pénzügyi rendszer működőképességének helyreállítása, a piaci szereplők tömeges tönkremenetelének megakadályozása. A szelekció ugyanis szűkös finanszírozás és csökkenő kereslet idején

14 A most következő leírás *Szilágyi Pálnak* a Kaleidoszkóp számára írt háttér tanulmányán alapul, amelyben megtalálhatók a részletes hivatkozások, az elemzett jogforrások és jogesetek listája is.

15 A versenyhatóságok más nagy változások, átrendeződések idején gyakran hajlottak feladatuk körük szűkebb értelmezésére: arra, hogy kívül maradjanak a kellemetlen döntések körén, vagy legalábbis elfogadják partvonalra állításukat. Erre példa a magyar versenyhivatal magatartása az 1980-as és 1990-es évek fordulóján, amikor a privatizáció által elvileg lehetővé tett piacszerkezet-átalakítást és a magánkézbe adás hathatós felülvizsgálatát elhárította magától (*Voszka, 2004*). A volt szocialista országokban mindenütt hasonló volt a helyzet.

nemcsak a gyenge vállalkozásokat szorítja ki a piacról, hanem az egyébként egészséges, hatékonyan működő, a válság kialakulásában vétlen cégeket is (Gerard, 2009, Lyons, 2009). Így az engedékenységet nemcsak a társadalmi következményeket méréséklí, hanem a jövőbeli verseny feltételeit is javítja.¹⁶

Ezek a dilemmák a válság elterjedése után először és legélesebben az állami támogatásokkal kapcsolatban merültek fel,¹⁷ és feloldásuk befolyásolta a versenyügyek klasszikus típusainak kezelését is. A támogatásokat érintő jogszabályok és gyakorlati lépések bemutatása után a hagyományos versenyjogi esetek – kartellek, fúziók, erőfölénnyel visszaélés – megítélését tekintjük át, az Európai Unióra és Magyarországra összpontosítva a figyelmet.

Állami támogatások. Az állami támogatások kiterjesztésének mint a válságkezelés eszközének szószólói éppen azokra az indokokra hivatkoztak, amelyeket az előbbiekben a versenyszabályok enyhítése melletti érvként soroltunk fel. Az egyiket az európai uniós országok miniszterei már 2008. október elején határozottan kimondták: „...a pénzügyi ágazatban jelenleg tapasztalható nyugtalanító helyzetre tekintettel [...] a legfontosabb feladat a pénzügyi ágazatba vetett bizalomnak és az ágazat megfelelő működésének a helyreállítása” (Európai Unió Tanácsa, 2008; kiemelés tőlünk – L. M–V. É.). A másik, ennél szélesebb körben is érvényes indoklás szerint ilyen helyzetben a vétlen, normális körülmények között stabil vállalatok is tönkremehetnek, meg kell akadályozni az emberi és vállalkozói tőke visszafordíthatatlan leépülését (EC, 2009a). A megoldás azonban nem egyszerűen az engedékeny magatartás lett – legalábbis az elvekben.

Alapvonalak. 2008 őszének drámai napjaiban erős volt a tagországok nyomása az állami támogatás szabályainak felfüggesztésére. A Bizottság az előbb vázolt dilemmák feloldásaként ennek elfogadását és a rendszer merev alkalmazását egyaránt elutasítva, azt a köztes utat választotta, amelyet a Neelie Kroes a válság kitörését követő első beszédeiben is hangsúlyozott. Egyfelől fontosnak ítélte a versenyszempontok és a szabályozási alapelvek fenntartását, a tagállamok összehangolt fellépését. Másfelől aktív részvételt és együttműködést ígért a válság kezelésében – azaz szilárdságot az elvekben és rugalmasságot az eljárásokban,¹⁸ ami egyszerre jelenti a szabályozás felülvizsgálatát és a döntések gyorsítását.

A korábbi elvek és keretek megőrzése a hivatalos álláspont szerint válság idején

16 Az érvek és ellenérvek jó összefoglalását adja Jenny (2009).

17 Ez a terület a világ nagy részén nem tartozik a versenyszabályozás hatókörébe, csak az Európai Unió határozott meg erre korábban részletes előírásokat.

18 Kroes (2008b), (2008c), összefoglalásként Gerard (2009). Hasonló utat javasolt a versenyhatóságoknak Jenny (2009), az OECD Versenyügyi Bizottságának elnöke. A koordináció szükségességéről szemléletes hasonlattal élt Neelie Kroes, mondván, hogy az állami támogatásra irányadó szabályok lehetővé teszik a nemzeti parlamentek számára a szabad beavatkozást a válság orvoslására, de megakadályozzák őket abban, hogy „magukat lábon vagy a szomszédjukat hátba lőjék” (Kroes, 2008d).

különösen fontos annak érdekében, hogy a bizalom erősödjön, az adófizetők pénzét átlátható módszerekkel osszák el, elkerülhető legyen az államok közötti támogatási verseny, és mielőbb elinduljon a növekedés (Kroes, 2008b). Az Európai Unió vezetői azt is hangsúlyozták, hogy törekedni kell a segítség diszkriminációmentességére és a terhek megosztására az érintett felek között. A tagállamok protekcionista intézkedéseinek elburjánzását megelőzendő a nyilvánosság eszközt is felhasználják: egy folyamatosan frissített eredményjelző (*scoreboard*) mutatja az egyes kormányok által megítélt támogatásokat és azok rövid elemzését (EC, 2009c).

Az elvi szilárdság deklarálását megkönnyítették a korábban sem rugalmatlan európai uniós keretek. A versenyszabályozás legtöbb részterületén mindig is az volt a jellemző, hogy az adott magatartást fő szabályként tiltották, de ezt a *kivételek, mentességek részletes felsorolása* követte. Így most elegendő volt a megfelelő paragrafus kiválasztása és a rendkívüli helyzethez alkalmazkodó „ *kreatív*” kezelése.

Az állami támogatások esetében lehetőség volt a csőd szélére jutott cégek „mentésére és szerkezetátalakítására” (*rescue and restructuring*). Ezt főként a realgazdaságban alkalmazták, a bankokra csak a válság kezdetén. Hamarosan azonban a pénzügyi szektor esetében az Európai Bizottság azt a korábban jogszabályba foglalt, de 2008 szeptembere előtt csak elvétve alkalmazott paragrafust vette alapul, amely szerint a belső piaccal összeegyeztethető a támogatás, ha az egy tagállam gazdaságában bekövetkezett komoly zavar megszüntetésére irányul.¹⁹ Ehhez a kiindulóponthoz a vezető testületek több követelményt is kapcsoltak, amelyeket az apparátus az Európai Unióban már megszokott módon jól megjegyezhető sémába rendezett. A válságkezelő intézkedésekre, köztük az állami támogatásokra is érvényesíteni kell a három *S* – *stability, sustainability, structural reform* –, valamint a három *T* – *timely, temporary, targeted* – alapelvet (EC, 2009a). Vagyis a kormányzati lépéseknek meg kell felelniük a stabilitás és fenntarthatóság követelményének, továbbá a válságot fel kell használni a régen halogatott reformok végrehajtására (a szerkezetátalakításra, a környezettudatos és tudásalapú gazdaság építésére). A három *T* pedig most azt jelenti, hogy az intézkedéseket időben meg kell hozni, továbbá ezek csak átmeneti jellegűek és jól célzottak lehetnek.

Az Európai Bizottság 2008–2009-ben számos iránymutatást és közleményt fogadott el az állami támogatásokról, az elsőt már 2008. október 13-án (*Bizottság közleménye*, 2008). A gyors fellépés (lásd például Koenig, 2008) egyben az eljárásrend egyszerűsítését, a versenyhatósági döntések felgyorsítását is jelentette. A bejelentési kötelezettség fennmaradt, de lehetőség nyílt az előzetes és folyamatos konzultációra, a vizsgálat két hónapos határidejét megfelelték, és sürgős ügyekben teljes vizsgálat nélkül – de fél év múlva átfogó ellenőrzés előirányzásával – is ki lehetett adni a hozzájárulást (Coppi–Haydock, 2009). Esetenként néhány napon, sőt 24 órán belül elbírálták a kérelmet (lásd például EC, 2008). A versenyügyi biztos 2008. december végéig felhatalmazást kapott arra, hogy egyszemélyi – de csak pozitív – döntést

19 107. (korábban 87.) cikk 3. bekezdés b) pont.

hozzon egyes pénzintézetek támogatásáról. Két hónap alatt erre húsz esetben került sor (*Gerard, 2009*).

A pénzügyi szektor kezelése. A válság elterjedése után az első, legsürgetőbb feladat a bankrendszer működőképességének helyreállítása volt. Ennek szükségességéről az ágazat sajátosságai, a gazdaságban betöltött kulcsszerepe miatt általános volt az egyetértés. Az Európai Unió az itt kialakított elveket és törekvéseket később más támogatásokra is alkalmazta.

Már a kezdeti iránymutatások is hangsúlyozták a jól célzottság és az átmeneti jelleg mellett azt, hogy a támogatások kidolgozásakor a versenytársakra, más ágazatokra és a többi tagországra gyakorolt negatív külső gazdasági hatásokat a lehető legkisebbre kell szorítani, arra kell törekedni, hogy az intézkedések az orvosolandó nehézséggel arányosak legyenek, és ne haladják meg a feltétlenül indokolt mértéket (*Bizottság közleménye, 2008, 15. bekezdés*). Egy későbbi közlemény pedig a távlati hatásokat is kiemelte: „...a rövid távú rendszerstabilitás megőrzésének nem szabad hosszú távon károsítania az egyenlő feltételeket és a versenyen alapuló piacot.” (*Bizottság közleménye, 2009a, 29. bekezdés*.)

Ezek a szempontok felvetik egyrészt azt a kérdést, hogy milyen hatást gyakorolnak az állami támogatások egyes formái az adott intézményre, a rendszer egészére, a költségekre, illetve a versenyhelyzet alakulására, s ennek alapján melyek tekinthetők inkább vagy kevésbé károsnak.²⁰ Másrészt kikerülhetetlen a pénzügyi szektor egésze szempontjából jelentős vagy periférikus, illetve az önhibájukon kívül bajba került bankok és a „vétkesek” megkülönböztetésének nehéz problémája is.²¹ Ez a csoportosítás már csak azért is fontos, mert az eljárásrendek és a követelmények is eltérők: ha az előbbieket csak arányos támogatást kapnak, akkor nem kell ún. kompenzációs intézkedéseket hozniuk (például a pénzügyi terhek megosztása, egyes vagyონrészek eladása, leválasztása), az utóbbiaknak azonban előírhatók ilyen lépések (*Coppi–Haydock 2009*).

A szakértők egyetértenek abban, hogy az állami támogatások mindenképpen sikeresek voltak a pénzügyi rendszer összeomlásának megakadályozásában, de ettől a ponttól kezdve *az értékelések nagyon eltérnek egymástól*.

Egyes szerzők szerint az Európai Bizottság nem egészen helyesen ítélte meg a válság okait és hatásait. *Ahlborn–Piccinin (2010)* szerint a megmentési és szerkezetátalakítási támogatások elveinek alkalmazása elhibázott volt, mert a pénzügyi szektorban nem kapacitásfelesleg, hanem kapacitáshiány mutatkozott, azaz nem volt elegendő forrás

20 *Mateus (2009)* például hét szempont alapján vizsgálta az állami támogatások egyes formáit, és azok jótékony hatása alapján sorrendet állított fel. A legkevésbé káros szerinte a betétgarancia és kisebbségi állami részesedés szerzése – a sor másik végén pedig a többségi tulajdon, a nagyvállalkozásoknak adott támogatás és a felszámolás áll.

21 Erre többek között *Jenny (2009)* ad egyfajta csoportosítást, amelynek alapján megítélhető a megmentés indokoltsága.

a bankok számára – sokkal inkább a hatásalapú megközelítésre kellett volna koncentrálni.²² Mások úgy vélik, hogy a megközelítés alapján véve helyes volt, de még több „agresszív és idejében alkalmazott állami támogatásra és beavatkozásra” lett volna szükség (Mateus, 2009, 1. o.). Többen aggódnak, hogy a rengeteg, sokszor 24 óra alatt elbírált ügy nem eredményezett-e a szükségesnél nagyobb versenykorlátozást (Jaeger, 2009). Jenny (2009) több példát is hoz arra, hogy a pénzügyi mentőcsomagokkal kíségtetett bankok, biztosítók indokolatlan versenyelőnyre tesznek szert. Adler és szerzőtársai (2010) szerint az elmúlt évek állami támogatásai előtérbe helyezték a pénzügyi intézmények megmentését a verseny szempontjaival szemben, amin azonban a válságot követően változtatni kell; az állami támogatások fokozatos és nemzetközileg összehangolt leépítése során célszerű előnyben részesíteni az Európai Unión belüli és a nemzeti piacokon folyó versenyt. Végül vannak, akik úgy vélik, hogy az Európai Bizottság a válság alatt is nagyjából hasonló elvek mentén ítélte meg az állami támogatásokat, mint azelőtt (Hatton–Coumes, 2009), illetve azt állítják, hogy a kezdeti, 2009 márciusáig tartó szakasz után, amikor az elsődleges szempont a pénzügyi szektor stabilitásának megőrzése volt, az Európai Unió fokozatosan visszatért a szigorú ellenőrzéshez (Ahlborn–Piccinin, 2010).

Az már ma is megállapítható, hogy az Európai Bizottságnak és a versenyhatóságnak nem sikerült minden deklarált elvhez ragaszkodni. Önmagában is kérdéses, hogy ha az állami támogatásokat fő szabályként versenytorzítónak tekintjük, akkor az elmúlt két évben elosztott példátlanul magas összeg vajon belefér-e az elvi szilárdság fogalmi keretébe. Felemás a részletokról alkotott kép is. A bankmentés átmeneti kereteinek fenntartását Brüsszel félévente felülvizsgálja. Az országok többsége eddig még hosszabbítást kért, és zömmel kapott is (EC, 2009c). A támogatási verseny, mint azt az ír betétgarancia ügye mutatja, gyorsan elindult, a diszkriminációmentesség általános elve pedig biztosan sérült az eurózónán kívüli leánybankok kezdeti kezelésében.²³

A válságkezelés módszeréről és hatásairól feltehetően még sokáig tart majd a vita, de abban egyetértés mutatkozik, hogy az egész pénzügyi rendszer reformra szorul. Ennek legfontosabb elemei, amelyeket a szakértők és döntéshozó testületek jelenleg mérlegelnek, a következők: nemzetek feletti pénzügyi felügyeleti rendszer kiépítése, a pénzügyi intézmények tőkekövetelményének átalakítása, a hitelminősítő intézetek, a fedezeti és kockázati tőkealapok, valamint a vezető tisztségviselők fizetésének újraszabályozása, a számviteli szabályok módosítása.²⁴

A bankszektoron kívüli támogatások szabályozása. Noha az ipar és a szolgáltatások

22 Lásd még erről Jaeger (2009), Werner–Maier (2009). Ezt azután a 2009-es iránymutatás és a legújabb gyakorlat, úgy tűnik, részben orvosolta (Jaeger, 2009).

23 A részletekről lásd Várhegyi Éva tanulmányát ebben a kötetben.

24 A javaslatokról és tervezetekről lásd Szilágyi Pálnak a kötet számára írt háttér tanulmányát, Az Egyesült Államok 2010 májusában elfogadott egy szigorú törvényt a pénzügyi piacok felügyeletének reformjáról.

esetében a támogatások kiterjesztése kevésbé indokolható olyan érvekkel, mint a pénzügyi szektor sajátos területén, a válság itt is jó hivatkozási alapokat adott. Erősödött a kormányokra és az Európai Unióra gyakorolt nyomás az önhibájukon kívül bajba került, illetve a stratégiai vagy foglalkoztatási szempontból fontos cégek megmentése érdekében.

Az Európai Bizottság ezen a területen is gyorsan intézkedett, de – eltérően a pénzügyi szektor támogatási szabályozásának burjánzásától – a reálgazdasággal kapcsolatban csupán egyetlen közleményt fogadott el.²⁵ Ez jelentős mértékben épít a korábbi megmentési és szerkezetátalakítási támogatásokról szóló, 2009-ben meghosszabbított hatályú közleményre,²⁶ de már címében is hangsúlyozza a keretrendszer átmeneti jellegét – érvényessége 2010. december 31-ig tart –,²⁷ és a válság hatása valamelyest érződik a szabályokon.

A *Bizottság közleménye (2009b)* két célt tűz ki maga elé, a finanszírozási lehetőségek folyamatos elérésének biztosítását, valamint a vállalatok ösztönzését arra, hogy továbbra is fektessenek a jövőbe, különösen a fenntartható fejlődésen alapuló gazdaságba. A korábbról már ismert állami támogatási eszközök mellé most néhány „új intézkedés” is felsorakozott: a készpénzes támogatás megnövelése félmillió euró értékig; a kölcsönökre nyújtott kezességvállalás, csökkentett díjjal; a kamattámogatás kiterjesztése minden hiteltípusra; a környezetbarát termékek előállításához adott támogatás; a kockázati tőke-beruházások állami finanszírozási limitjének megemlése, a magánbefektetők számára előírt hozzájárulás-követelmény csökkentése; nagyobb állami részvétel és egyszerűbb eljárásrend az exporthitelezésben. Ezekben a támogatásokban csak a 2008. július 1. után bajba került vállalkozások részesülhetnek, de nem szükséges bizonyítani az okozati összefüggést a nehéz helyzet és a gazdasági válság között.

A versenyszabályozás klasszikus területei. A válság következményeire a szűkebb értelemben vett versenyjog mindhárom fő területén lehet hivatkozni: az összejártás esetében a kríziskartellekre, a gazdasági erőfölénnyel való visszaélés kapcsán a megnövekedett függőségi helyzetek kialakulására, az összeolvadások esetében az úgynevezett elbukó vállalkozások megmentésének hasznosságára. A hatás ezenkívül a bírságok kiszabásakor is jelentkezhet.

A kríziskartellek. A kereslet csökkenése és a vállalatok pénzügyi nehézségeinek növekedése idején nagyobb a piacfelosztás és az árörögzítés kísértése, de bizonytalanabb a megállapodások betartása (*Jenny*, 2009). A versenyszabályozás határozottan fellép a kartellekkel szemben, de kivételre, mentesülésre itt is van – bár más területekhez

25 *Bizottság közleménye*, (2009c, 1. bekezdés).

26 Lásd *Bizottság közleménye* (2004), *Bizottság közleménye* (2009c). A témával részletesen foglalkozik többek között *Soltész–Köckritz* (2010).

27 A Bizottság e támogatások jelenleg hatályos formájáról és tartalmáról 2010. március 17-én nyílt vitát indított. Lásd bővebben: http://ec.europa.eu/competition/state_aid/legislation/temporary.html.

viszonyítva elvileg is szűkebb – lehetőség. A kiskapu²⁸ éppen a kríziskartell, amely a *strukturális gondokkal küszködő iparágak*, külső körülmények miatt nehéz helyzetbe került cégek felesleges kapacitásainak rendezett leépítését célozza.

Az ilyen típusú vállalatközi együttműködés megítélését az 1980-as évekig viszonylag elnéző hatósági magatartás jellemezte Európában, elsősorban arra hivatkozva – különösen az 1970-es évek válságát követő egyre gyakoribb nehézségek láttán –, hogy amikor egy egész iparágat érint a krízis, akkor nem biztos, hogy a legkevésbé hatékony kapacitások tűnnek el a piacról. Az Európai Bizottság már akkor az engedékenység feltételül szabta, hogy a megállapodások a kapacitások visszafogásán túl más módon nem érinthetik a részt vevő vállalkozások szabad döntéshozatalát, nem kerülhet sor árrögzítésre, mennyiségi korlátozásra, továbbá nem lehet az ágazatban olyan állami támogatás, amely fenntartja a kapacitásfelesleget (EC, 1982; EC, 2002).

Később azonban szigorodott a hatósági fellépés. 1990 és 2009 között a kartellezés miatt kiszabott bírságok összege több mint 28-szorosára emelkedett az Európai Unióban, és a tíz legnagyobb büntetés közül nyolc 2006 és 2009 között született.²⁹ A kríziskartelleknek a jelenlegi válság során tapasztalható megítélését jelezte előre az ír marha- és borjúhús-feldolgozás kapacitásfeleslegével kapcsolatos megállapodás elbírálása, amely még a válság előtt került az Európai Bíróság elé, de a döntés csak 2008 végén született meg, gyakorlatilag kategorikusan elutasítva a válságra hivatkozást.

Az érvelés szerint nagymértékű többletkapacitással jellemezhető piacon fő szabály szerint nagyobb a verseny, mint másutt, és ennek szelekciós hatása általában a hatékonyabb szereplők fennmaradásához vezet. A céljuk szerint versenykorlátozó megállapodások esetén irreleváns az esetleges pozitív hatás, és önmagában nem elégséges érv az sem, ha az ágazatban konjunkturális vagy strukturális válság van. Ilyen esetekben csak a mentesülési indokok között lehet hivatkozni a krízis orvoslása érdekében tett erőfeszítések kedvező következményeire.³⁰

Elvileg tehát az Európai Bizottság és az Európai Bíróság is elismeri, hogy kivételes körülmények között elfogadható lehet a kríziskartell, de ez a hivatkozási alap a gyakorlatban kevés eséllyel kecsegtet. Erre utal, hogy a versenypolitikai biztos következetesen a kartellek káros voltát hangoztatta, hozzátéve, hogy azok válság idején még inkább sújtják a fogyasztókat és az egész gazdaságot (Kroes, 2008c; Kroes, 2009a). A gazdasági és pénzügyi biztosnak, Joaquín Almuníának az Európai Parlament előtti

28 Az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke 3. bekezdése alapján.

29 A statisztikai adatokra lásd: <http://ec.europa.eu/competition/cartels/statistics/statistics.pdf>.

30 C-209/07. sz. ügy Competition Authority kontra Beef Industry Development Society Ltd és Barry Brothers (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62007J0209:HU:HTML>) és *Trstenjak* főtanácsnok indítványa (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62008C0215:HU:HTML>).

meghallgatásán és később elmondott beszédei alapján elképzelhető az ilyen típusú ügyek valamelyest enyhébb megítélése, a válsággal összefüggő mentesülési indok erősebb figyelembevétele, bár a nemzetközi szervezetek – például az *OECD* (2009a) – az eddigi elutasító állásponthoz állnak közel.

Magyarországon a Gazdasági Versenyhivatal 2008 ősze után egyszer sem hivatkozott kifejezetten a pénzügyi-gazdasági válságra klasszikus versenyügyekben, de saját kezdeményezésére kiadott erről egy rövid összefoglalást, és a hivatal elnöke is kitért erre a fontos témára (*OFT*, 2009; *Fingleton*, 2009; *Nagy*, 2010). Az előzmények arra utalnak, hogy GVH az Európai Bizottsághoz hasonlóan kemény álláspontot képvisel a kríziskartellekkel kapcsolatban.

Több korábbi ügyben felmerült egy-egy iparág válságos helyzete, például 2006-ban a tojáskartell esetében. Akkor a Versenytanács arra az álláspontra helyezkedett, hogy „Egyetlen piac akármilyen jellegű, eredetű nehézsége sem szabhat gátat (...) a piacgazdaság szabályozórendszerének alappilléret jelentő versenyjognak” – a sajátos nehézségeket csak a bírság megállapításánál lehet figyelembe venni (Vj-199/2005). Különösen érdekes az érvelés kiegészítése: ha a bajok túllépik a szokásos szintet, akkor más állami szervezetek feladata a beavatkozás – mert ez a fogyasztók és különösen az árak szempontjából kedvezőbb, mint maguknak a piaci szereplőknek a válságkezelő intézkedései.

Hozzá kell azonban tenni, hogy az eljárás alá vont vállalkozások sem hivatkoztak 2010 tavaszáig közzétett ügyben ilyen mentesülési feltételekre, így a Versenytanács gyakorlata a kríziskartellek megítélésében még nem látható világosan.

A gazdasági erőfölénnyel való visszaélés. A válság ebből a szempontból azért jelent különleges helyzetet, mert recesszió idején a versenytársak annyira meggyengülhetnek, hogy az erőfölényben lévő vállalkozás a szokásosnál könnyebben képes kiszorítani őket a piacról. Ráadásul ilyenkor a piacra lépési és terjeszkedési hajlandóság – a jól működő verseny egyik alapvető feltétele – is visszaesik, ami tovább szűkíti a lehetséges szereplők számát.

Az *Európai Bizottság* 2009 februárjában tette közzé a kiszorító jellegű visszaélésekkel kapcsolatos iránymutatását (*Bizottság közleménye*, 2009d; a részletes elemzést lásd például *Finell*, 2009; *Petit*, 2009). A közlemény foglalkozik az úgynevezett kizárólagos beszerzés kérdéskörével, amikor az erőfölényben lévő vállalkozás előírja a vevő részére, hogy az bizonyos piacokon kizárólag vagy jelentős részben csak tőle vásárolhat. A krízis során a vevők függősége tovább növekedhet, ezért ilyenkor az egyébként versenykorlátozóknak nem minősülő magatartás is jogellenessé válhat.

Hasonlóképpen nehézségeket okozhat a szállítás megtagadása. Az előbb idézett közleményében a Bizottság ennek egyik alesetként kezeli, amikor ez a magatartás a fogyasztók megkárosításához vezet (*Bizottság közleménye*, 2009d, 81. bekezdés). Válság idején felerősödhet a szállítás megtagadásával a fogyasztóknak okozott kár

valószínűsége is, bár ilyen ügy a gyakorlatban még nem merült fel, és nem valószínű, hogy erről a kérdésről az Európai Bizottság részletesen indokolt határozatot hozna.

Fúziókontroll – az elbukó vállalkozások esete. A válság szaporíthatja az összeolvadások számát, mert jó alkalmat kínál az erősebb cégeknek a rendkívüli körülmények által legyengített – békeidőben esetleg megközelíthetetlen – versenytársaik bekebelezésére. De támogathatják a fúziókat a kormányok is, amikor ez a bajba jutott cégek megmentésének eszköze.

Az állami támogatások és a kartellek elbírálásához hasonlóan az összeolvadások megítélése is hagyományosan mérlegelés tárgya, és ilyen esetekben is vannak kivételek. A versenyszabályozás szerint bizonyos helyzetekben előnyösebb, ha egy a piacot egyébként elhagyó vállalkozást felvásárol egy másik cég, mintsem hogy eszközei kikerüljenek a piacról. Ez ugyanis általában a kínálat csökkenéséhez és az árak emelkedéséhez vezet.

A *Bizottság iránymutatása* (2004) a következő feltételek együttes teljesítését írja elő ahhoz, hogy erre az érvre sikerrel lehessen hivatkozni: az érintett cég a közeljövőben biztosan kiszorul a piacról, eszközei is eltűnnének, ha nem veszi át egy másik vállalkozás, továbbá hogy nincsen más, kevésbé versenyellenes felvásárlási alternatíva, mint a bejelentett összefonódás.

A megközelítés szakértői körökben is vitatott. Egyes mértékadó szerzők a gazdasági válságtól függetlenül túlságosan szigorúnak ítélik meg ezeket a feltételeket, és többen felvetik, hogy krízis idején – mivel ilyenkor sok cég kerül bajba, és tönkremenetelük a verseny szempontjából is kedvezőtlen lehet – esetleg célszerű az engedékenyebb megítélés (például *Lindsay-Berridge*, 2009; *Lyons*, 2009; *Lowe*, 2009). Mások ezzel szemben éppen a keménységet hangsúlyozzák (*Schwalbe-Zimmer*, 2009; *Bishop-Walker*, 2010). Itt az egyik érv a hatékonyság alapú szelekció (*Fingleton*, 2009). A másik indok szerint az összeolvadások olyan nagy cégeket hoznak létre vagy erősítenek meg, amelyek még inkább képesek a verseny korlátozására, és még inkább a „túl nagy, hogy elbukjon” kategóriájába kerülnek, növelve az erkölcsi kockázatot is (*White*, 2009; *Heyer-Kimmel*, 2009; *OECD*, 2009b). Harmadszor, az összefonódásokkal kapcsolatban is felbukkan a versenypolitika felelősségének szűkebb értelmezése: ha a válság mértéke jelentős, akkor nem a versenyhatóságok feladata a következmények elhárítása; a fúziókontroll szabályainak lazítása helyett kevésbé rossz alternatíva az állami támogatás (*OECD*, 2009a), mert ez önmagában nem változtatja meg a piacszerkezetet, és átmeneti jellege könnyebben biztosítható. A megítélés jobb megalapozása érdekében többen a piacra gyakorolt hatások, a hatékonysági elemzések módszereinek jobb kidolgozását javasolják (*Jenny*, 2009; *Heyer-Kimmel*, 2009).

Az Európai Bizottság, úgy tűnik, kezdetben az enyhítő álláspont felé hajlott (*Kroes*, 2008b), de nemsokára világossá vált, hogy alapvetően fenntartja az elvi szigort (*Kroes*, 2009a). A versenyhatóság a többi területhez hasonlóan itt is hangsúlyozta azonban, hogy az eljárás során igyekszik a lehető legnagyobb rugalmasságot és gyorsaságot

biztosítani (Kroes, 2008b, lásd még *Tranholm-Schwarz és szerzőtársai*, 2009; Lowe, 2009). Erre különösen nagy szükség van például az úgynevezett „hétvégi fúziók” esetében, amikor a csőd akár órákon múlhat. Ilyenkor azonban kétséges a döntések megalapozottsága, mert „...a fúziók elbírálásához általában szükséges piaci információk összegyűjtésére sincs idő, ráadásul a döntést igen erőteljes politikai nyomás alatt kell meghozni” (Jenny, 2009, 11. o.).

2010 tavaszáig az EU nem tett közzé olyan határozatot, amelyben sikeresen hivatkoztak volna az elbukó vállalkozás védelmére. A brit versenyhatóság álláspontjával szemben engedélyezett, a korábban már említett Lloyds–HBOS-fúzió azonban a verseny szempontjából veszélyes jelnek tekinthető (Lyons, 2009).

A magyar Gazdasági Versenyhivatal elvi állásfoglalásban is megerősítette, hogy az összefonódásban érintett egyik fél fennmaradásának veszélyeztetettsége csak akkor szólhat az egyébként hátrányos összefonódás engedélyezése mellett, ha a vállalkozás valóban kiszorulna a piacról, és más reális, a verseny szempontjából kedvezőbb ajánlat a cég vagy az eszközök megvásárlására nem volt (GVH, 2009, 30.4. bekezdés). A GVH eddig nem is fogadott el olyan érvelést, amely az elbukó vállalkozás védelmére sikerrel hivatkozna.

A felszámolás alatt álló Herz Szalámigyár összefonódása kapcsán a Versenytanács kifejtette, hogy a csődhelyzet szükséges, de nem elégséges feltétele annak, hogy az engedélyezés alapja az elbukó cég megmentése legyen. Nincs bizonyítva ugyanis, hogy az adott tranzakción kívül nem létezhet más, a versenyt kevésbé gyengítő alternatíva – mint ahogy ezt a Herz eszközeire beadott több ajánlat is mutatja. A GVH megadta ugyan a hozzájárulást a fúzióhoz, de más okokra – főként potenciális hatékonysági előnyökre és az érintett cég csődjét követő árnövekedés elmaradására – hivatkozva.³¹

Az utóbbi érv a válság szempontjából különösen érdekes, mert általánosságban is alátámasztja a szigorú megítélést: az elbukó cég doktrína éppen krízis idején gyenge, mert a kapacitásfelesleg és a visszaeső kereslet gátat szab a kedvezőtlen versenyhatások érvényesülésének.

A bírságok mértékének megállapítása. A versenyjog mindig is figyelembe vette a vállalkozások „bírságfizető képességét”. Elvi okokból sem célszerű az érintett cégeket lehetetlen pénzügyi helyzetbe hozni (Wils, 2008), és maga a szabályozás is határokat szab a szankció nagyságának (Tanács rendelete, 2003, 5. és 23–24. cikk).

31 Vj-155-043/2009. sz. Bonafarm Zrt. és Herz Szalámigyár Zrt., 2010. március 2. 33. bekezdés, <http://www.gvh.hu/domain2/files/modules/module25/12409534D909525B5.pdf>. Hasonló érvet utasított el a Versenytanács a Riniger Kiadó és a Riniger AG Híd Rádió Zrt. ügyében (Vj-155/2008/204. <http://www.gvh.hu/domain2/files/modules/module25/94761203CD083061.pdf>), amely a bajban lévő Bors lap átvételét érintette.

Az Európai Bizottság 2006. évi közleménye szerint „különleges körülmények fennállása esetén”, kérelemre figyelembe lehet venni az érintett vállalkozás helyzetét, és a bírság csökkenthető, ha annak kiszabása csődhelyzetbe sodorná a céget (*Bizottság iránymutatása*, 2006, 35. bekezdés). Korábban volt is példa ilyen döntésre, amely főként a munkanélküliség növekedését és a vevő vagy beszállító vállalkozások helyzetének romlását fogadta el érvként (C-308/04, T-217/03. és T-245/03. sz. ügy), de a versenyhatóság nem köteles feltétlenül figyelembe venni ilyen szempontokat (*Ortiz Blanco-Read*, 2006).

A pénzügyi-gazdasági válság lehet olyan különleges körülmény, amely indokolja a bírság mértékének csökkentését. Az Európai Bizottság azonban most is csak rendkívül alapos vizsgálatot követően és kivételes esetben látott erre módot (*Lowe*, 2009). A krízis során néhány kartellügyben fizetéseképtelenségre hivatkoztak az érintett vállalkozások, ám a döntéshozó ezt az érvet általában elutasította (például COMP/39.396. sz. ügy)

A magyar versenytörvény lehetőséget ad arra, hogy a Gazdasági Versenyhivatal figyelembe vegye a jogsértő felek pénzügyi helyzetét.³² S bár a GVH 2009-ben – részben egy bírósági ítélet miatt – visszavonta a 2003-as bírságközleményét,³³ a Pékszövetség ügyben a Versenytanács kifejezetten enyhítő körülményként értékelte az iparág alacsony jövedelmezőségét (a Pékszövetség ügye: Vj-57/2007/432. ügy 271. bekezdés). Más klasszikus versenyszabályozási esetekben ilyen hivatkozással nem találkoztunk ugyan, de feltételezhető, hogy a gazdasági válság hatásaira tekintettel hasonló értékelésekre sor kerülhet.

Összegzés. A világméretű pénzügyi-gazdasági válság súlyos dilemmák elé állította a versenypolitikát. Az Európai Unió – és az egyelőre szórványos esetek tanúsága szerint Magyarország is – a versenyjogi követelmények felfüggesztése vagy merev alkalmazása helyett köztes megoldást választott: a gyorsan meghirdetett irányvonal a szabályozás alapkereteinek fenntartását próbálta összeegyeztetni az elbírálás és az eljárásrend rugalmas alkalmazkodásával. Ezt megkönnyítette a korábbi szabályozás logikája, a versenykorlátozó magatartások általános tiltásához csatlakozó kivételek, mentességek sora, amelyek megfelelő kezelése viszonylag széles mozgásteret adott. Csakhogy ez egyben a mérlegelési lehetőségek kiterjesztését is jelenti olyan feltételek között, amikor rövid idő áll rendelkezésre, és hiányoznak a megfelelő piaci információk is, viszont erős a politikai nyomás az engedékeny megítélésre.

Az európai uniós versenyhatóság aktív, sokszor koordináló szerepet játszott a válság kezelésében, és formálisan fenntartotta ellenőrző szerepét, de ez nem akadályozta meg a gyakori és nagy léptékű versenykorlátozó lépéseket. Mivel a pénzügyi rendszer

32 1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról 78. paragrafus 3. bekezdés.

33 GVH visszavont közleménye, http://www.gvh.hu/gvh/alpha?do=2&st=1&pg=42&m5_doc=4350&m251_act=7&p4j1i=5, és Fővárosi Ítéletábra 2.Kf.27.057/2008/15. számú ítélet.

stabilizálása először az állami támogatások kiterjesztését tette sürgetővé – mint erre *Jenny* (2009) is felhívja a figyelmet –, a torzítás hajtóerői most a kormányzatok lettek. Velük szemben a versenyhivatalok gyengébbnek bizonyulhatnak, mint a kartellező, összefonódó vagy erőfölényükkel visszaélő cégekkel szemben. Ráadásul nemcsak az állami, hanem a vállalati válságkezelő intézkedések is gyakran a hagyományos versenyszabályozásba ütköznek, de a kormányzatok iránt tanúsított elnéző magatartás – tetézve azok közvetlen, a versenyszempontokat keresztező nyomásával vagy beavatkozásával – ezen a területen is aláássa a szigor elvi alapjait. Mégis több szakértő és döntéshozó szervezet úgy véli, hogy az állami versenykorlátozás a kisebbik rossz, mert a piacszerkezetre gyakorolt tartós hatás csekélyebb, az átmeneti jelleg (elvileg) könnyebben biztosítható, mint a vállalati lépések esetében. Ebből következik, hogy a rendkívüli nehézségek megoldása nem kizárólag és nem is elsősorban a versenypolitika feladata; a kríziskartellek, cégmentő fúziók engedélyezése helyett célszerűbb az állami segítség. Vagyis a vállalatok versenykorlátozását még több állami versenykorlátozással lehet kiváltani.

Erről a kérdésről – csakúgy, mint a válságkezelés egészének a versenyfeltételekre gyakorolt hatásáról – csak a hosszabb távú hatásoknak, a kockázatok bekövetkeztének vagy elkerülésének ismeretében lehet majd megalapozott értékelést adni.

Válság és verseny Magyarországon

2008 ősze után Magyarországon a válságot alapvetően *külső hatások indították el*: a nemzetközi pénzpiacok megrendülése, az általános bizalomvesztés és hitelszűke, majd ennek nyomában az exportpiacok beszűkülése. Ezeket az általános okokat két tényező erősítette fel. Az egyik: a magyar gazdaság tulajdonosi szálakon is szervesen *beépült a nemzetközi áruforgalomba és pénzügyi szektorba*. A növekedés motorját jelentő kivitel lehetőségének visszaesése a kevésbé nyitott országoknál mélyebb recessziót vetített előre. A pénzügyi integráció pedig gyorsan közvetítette a kívülről jövő fertőzést. Az ilyen típusú beágyazottságot az *EBRD* (2009) az átalakuló, volt szocialista országok mindegyikénél a sebezhetőség fontos elemének tekinti. Ennek mértéke függ a külföldi banktulajdonlás kiterjedtségétől és a nemzetközi finanszírozásra utaltság nagyságától is. Magyarországon éppen ez adta a másik fontos – már a belső gazdasági helyzetben gyökerező, részben a korábbi évek fogyasztásösztönző gazdaságpolitikájából adódó – válságmélyítő tényezőt: a külföldi bankok domináns szerepe mellett a válság elmélyülésekor az országot jellemző *gyenge pénzügyi helyzet*, a költségvetés javuló, de Európában akkor még kiugróan számító hiánya, az adósságállomány gyors növekedése és ennek nyomán a folyamatos külső finanszírozás szükségessége.³⁴

34 A költségvetési hiány 2007-ben, a válság megelőző évben megközelítette a nemzeti össztermék öt százalékát. Ez Közép-Kelet-Európában messze a legmagasabb érték (a régió kilenc országának átlaga ebben az évben -1,1 százalék), de a leggyengébbek között volt az összes átalakuló ország között is

Ez az induló helyzet a válságkezelés mozgásterét és irányát is meghatározta. A működőképesség fenntartása elsősorban nem a bankok, hanem az ország egészségének stabilizálását, fizetőképességének megőrzését igényelte. Magyarország rákényszerült arra, hogy a fejlett világban gyorsan kibontakozó tendenciáktól eltérve *egyértelműen és határozottan a makrogazdasági egyensúlyt részesítse előnyben* a visszaesés mérséklésével szemben: 2008–2009-ben mind a bankmentés, mind a gazdaságélénkítés visszafogott maradt. A következőkben a hazai válságkezelést csak a versenyre gyakorolt hatás szempontjából tekintjük át, kimutatva, hogy a magyar kormányzati intézkedések inkább mélyítették a recessziót, a pénzügyi egyensúlyt javító lépések mérsékeltek a keresletet – ezzel a túlkínálat versenyt erősítő hatását –, ugyanakkor a sok más országban ugrásszerűen növekvő támogatások és más gazdaságélénkítő programok itthoni visszafogottsága korlátozta az állami intézkedések versenytorzító hatását is.

A pénzügyi piacok és bankok stabilizálása.³⁵ A Magyarországon működő bankok a válság kialakulásában és tovagyűrűzésében végtelenek voltak, de a gazdaság és ezen belül a pénzügyi intézetek sebezhetőségéhez maguk is hozzájárultak. Az ezredforduló után meredeken felfutó és egyre bizonytalanabb terepre merészkedő hitelezés okai között ugyanis nemcsak a kormányzati lépések szerepeltek (először a lakáskölcsönök támogatása, majd a lakossági jövedelmek növelésével is ösztönözött fogyasztási hitelek), hanem a bankok magatartása is. A kedvező lehetőségek kihasználása és az élelődő bankközi verseny nagy léptékű expanzióra, a hitelbírálati eljárások felpuhítására, a kockázatok alulbecslésére is sarkallta a pénzügyi intézeteket – amit jól példáz a gépkocsi-vásárlás finanszírozási feltételeinek alakulása³⁶ és a banki innovációnak is tekinthető devizaalapú hitelezés –, miközben az állam szabályozó hatóságként sem vetett gátat a veszélyekkel fenyegető folyamatoknak. A gazdaság gyenge pénzügyi helyzete, továbbá az erős külföldi kapcsolatok miatt a hitelválság különös erővel érintette a hazai bankokat.

A gazdaság és a pénzügyi szektor *nemzetközi beágyazottsága* azonban nemcsak a válság terjedését gyorsította, hanem a kilábalást is (EBRD, 2009). Az összeomlás elhárításában a Nemzetközi Valutalap és az Európai Unió forrásai segítettek, a leánybankok működésének fenntartásában pedig a külföldi, jó pozíciójú, hosszú távon elkötelezett – a megelőző években busás nyereséget realizáló – zömmel nyugat-európai tulajdonosok játszottak főszerepet. Noha a 2008. októberi európai megállapodás diszkriminatív módon sújtotta az euróövezeten kívül működő bankrészeleget, ezt

(a szovjet utódállamokat is beleértve). Az adósságállomány az újonnan csatlakozott tagállamok között szintén kiugró: 2007-ben a GDP-nek közel 66 százaléka – miközben a második helyezett Lengyelországban csak 45 százalék –, ráadásul a megelőző években gyorsan nőtt (EC, 2009d).

35 A most következő leírás jórészt *Várhegyi Évának* a kötetben szereplő tanulmányán alapul, amely tartalmazza a részleteket és a hivatkozásokat is.

36 Lásd erről *Pásztor Sára* tanulmányát a kötetben.

az álláspontot – részben a közép-kelet-európai régióban legaktívabb pénzügyintézetek együttes fellépésének hatására – viszonylag gyorsan felülvizsgálták. Az Európai Unió és a tagállamok segítségével stabilizálódó helyzetű anyabankoknak saját jó hírnevük fenntartása miatt elemi érdekük volt a leánybankok felszínén tartása. Ezért már 2008 utolsó negyedében közel hárommilliárd euróval növelték finanszírozásukat, szükség esetén tőkeemeléssel vagy a profit visszaforgatásával is javították a tőkehelyzetüket. Egyes üzletágakból azonban visszavonultak – például legtöbbször újra az anyabanki szervezetbe integrálták gépjármű-finanszírozó egységeiket, megnyirbálták leányvállalataik tevékenységköreit és jogosítványait. A hitelezési feltételeket pedig – részben a pénzügyi felügyelet előírásait követve – keményen megszigorították.³⁷

A magyar kormány és a jegybank alapvetően két módszerrel, a *likviditás bővítésével* és egy *bankmentő csomaggal* igyekezett enyhíteni a pénzügyintézetek gondjain.

A Magyar Nemzeti Bank a devizaforrások bővítése érdekében 2008 telén új devizacsere-eszközöket vezetett be, a bankközi piacon pedig a kötelező tartalékráta leszállításával, a hitelköltségek csökkentésével és az elfogadott fedezetek körének kiterjesztésével próbálta enyhíteni a feszültségeket. A kormány pedig 2009 márciusától – az államháztartási törvény módosítása után – közvetlenül vagy közvetve, MNB-kötvények kölcsönadásával hitelt nyújtott a bankoknak piaci kamatozással, garancia-, illetve kölcsönzési díj ellenében. Ebből a forrásból a két külföldi szakmai befektető nélkül működő nagybank, az OTP, valamint a Földhitel és Jelzálogbank részesült. A cél a hitelezési aktivitás fenntartása volt, mégpedig hangsúlyozottan a hazai lakossági és vállalati ügyfelek részére. A felhasználás szabályszerűségét hivatott erősíteni, hogy az állam delegálta képviselőit a két bank felügyelőbizottságába.

Gyakorlatilag ezt a két pénzügyintézetet érinthette a 2008. őszi 1500 milliárdos, tőkeemelés és állami garanciát kilátásba helyező, 2009 tavaszától lehívható bankmentő csomag is, amelynek célja éppen a verseny egyenlő feltételeinek megteremtése volt, annak ellensúlyozása, hogy a külföldi tulajdonban lévő bankok anyavállalatuktól kaptak segítséget. A támogatással a pénzügyintézetek kezdetben nem éltek, tartva jó hírnevük elvesztésétől, az üzleti partnerek bizalmának megrendülésétől, valamint a kemény feltételek, az állam kiterjedt ellenőrzési és irányítási jogosítványai miatt. Az OTP el is tudta kerülni az állami tőkejuttatást, mert hazai és külföldi érdekeltségeinek finanszírozásához elegendőnek bizonyult saját nyeresége, amelyet a Garancia Biztosító szerencsés időben, 2008 nyarán végrehajtott eladása is növelt. Az Földhitel és Jelzálogbank viszont igénybe vett egy 30 milliárd forintos tőkeemelés – cserébe az állam tulajdonrészhez, különleges vétőjogot biztosító és osztalékelsőbbségi részvényekhez jutott. A bank szükségesnek tartotta hangsúlyozni, hogy bár a segítség forrása a bankmentésre elkülönített összeg, lényegében likviditásbővítésről van szó: a saját tőke növelésére az államtól kapott kölcsön miatt van szükség, amely nélkül a tőkeemelési mutató a törvényben előírt szint alá csökkent volna (Várkonyi, 2009).

A pénzügyi szektor kisegítésére hozott magyar kormányzati intézkedéseknek tehát

37 A részleteket bemutatja Pásztor Sára tanulmánya.

az eszköztára és különösen *a léptéke jóval visszafogottabb maradt*, mint a fejlett országok zömében. Az állami támogatásokat jórészt kiváltották a külföldi anyabankok, a szakmai befektető nélkül működő piacvezető OTP pedig csak rövid távú hitelt vett igénybe.³⁸ A versenyhelyzetet leginkább befolyásoló bankmentő csomag hatóköre így lényegében egyetlen pénzügyre szűkült – és az is gyorsan visszafizette a tőkejuttatást –, a központi eszközök szélesebb körben ható részének (leginkább a tartalékráta csökkentésének és a többi jegybanki lépésnek) pedig viszonylag *kicsi a versenytorzító hatása*.

A gazdaságélénkítés hatása a versenyre. A bankmentésnél szélesebbek voltak a gazdaságélénkítés keretei, noha a magyar kormányzat mindvégig keskeny mezsgyén lavírozott, hogy ne, vagy csak kevésbé sértse az egyensúly kényszerű prioritását.

A kereslet visszaesése, ami a válság idején széles körben jellemző volt, önmagában véve erősíti a versenyhelyzetet. A mesterséges állami élénkítés – a versenytől különböző közérdekeket tartva szem előtt – részben ezt a hatást semlegesíti. Az intézkedések közül a minden gazdasági szereplőre egyformán érvényes, normatív lépések – mint például az automatikus stabilizátorok fenntartása vagy egyes adónemek általános csökkentése – nem sértik a versenyt. De ha egy-egy részpiacot, vállalatot, cégcsoportot a többiekénél előnyösebb helyzetbe hozó állami támogatásról, piacteremtésről van szó, akkor nagy a versenytorzítás veszélye. A következőkben ezeknek az eszközöknek a hazai alkalmazását vizsgáljuk meg, kitérve az európai uniós források felhasználására és elosztásuk egyik fontos csatornájára, a közbeszerzésre is.

Állami támogatás és piacteremtés.³⁹ Az állami támogatásokat az Európai Unió – éppen versenykorlátozó jellegük miatt – élénk figyelemmel kíséri: a tagállami tervek zöméhez brüsszeli engedélyt kell szerezni, a döntéseket és kifizetéseket teljes körűen nyilvántartják. Ugyanakkor az országoknak folyósított közösségi támogatások maguk is hozzájárulnak az állami redisztribúció fenntartásához-növeléséhez az elkülönült intézményrendszer keretében megvalósított elosztással. Emellett pótlólagos forrást nyújtanak a hazai formák alkalmazásához is, így a két támogatási kör részben átfedi egymást.

Ez az összefonódás felerősödött a válság hatására. A költségvetési kiadások növelésére vonatkozó, a nemzetközi országmentő csomag által állított kemény korlát miatt a vállalatok kisegítése és a gazdaságélénkítés is jórészt csak *európai uniós támogatásokra építhetett*.

Európai uniós támogatások. A 2007–2013-as közösségi költségvetés Magyarországnak a korábnál lényegesen nagyobb, 32,8 milliárd eurós keretet nyitott meg. Ha ebből levonjuk a befizetési kötelezettségeket, akkor maximum 24,5 milliárd euró

38 Az állami kölcsönt 2010 márciusáig visszafizették.

39 A fejezet *Klauber Mátyásnak* a Kaleidoszkóp számára írt háttér tanulmányán alapul.

tiszta bevétel marad, ami a GDP-nek évente 2-3 százaléka.⁴⁰ Ez még akkor is jelentős (a fejlett tagországok gazdaságélénkítő csomagjaihoz hasonló nagyságrendű) tétel, ha szinte biztos, hogy a felső limitként megszabott összeget nem lehet teljes mértékben lehívni.⁴¹

Az elvileg rendelkezésre álló EU-források válságkezelésre fordítását minden ország számára megnehezítette egy véletlen időbeli egybeesés. Az elosztás természetéből adódik ugyanis, hogy a tervperiódus első éveit a keretek lebontásával, a projektek kiválasztásával, előkészítésével, a pályázatok kiírásával és elbírálásával telnek. A 2008-as válság éppen ebben az időszakban, tehát a döntések és kifizetések felfutása előtt kezdett elterjedni, amikor a felhasználás még sehol sem lehetett magas. Az Európai Unió ezért érthetően *a hozzáférés könnyítését és a hasznosítás gyorsítását* tűzte ki célul, egyszerűsítette a kiutalásokat a kohéziós alapokból és a Szociális Alapból, továbbá változtatást irányzott elő az Európai Globalizációs Alkalmazkodási Alap felhasználására a munkanélküliek átképzése érdekében (*Javaslat*, 2008; *Bizottság közleménye*, 2010).

A brüsszeli döntések ennek ellenére sokszor késlekedtek. A magyar kormány a gazdaság élénkítése érdekében már 2008-ban kezdeményezte, hogy a korábban felduzzasztott, pályázat nélkül 335 projektre előirányzott 1900 milliárdos nagyberuházási keretből közel kétszázmilliárd forintot *átcsoportosíthasson*, zömmel a foglalkoztatásban meghatározó súlyú kis- és középvállalkozások által elérhető programokba. A legnagyobb tétel a Gazdaságfejlesztési Operatív Program keretének megemlése 111 milliárd forinttal. Az Európai Unió illetékes szervezeteinek jóváhagyására és a hazai keretdöntésekre azonban 2009 augusztusáig kellett várni (*Szabó B.*, 2009b).

Az országon belüli elosztás felpörgetése érdekében a kormány is *több könnyítést* vezetett be. Már az új tervperiódus indításakor, 2007-től kidolgoztak egy egyszerűsített, úgynevezett normatív pályázati rendszert, bővítették az ügyintézési kapacitásokat, általában is csökkentették az adminisztrációs terheket. A válság hatására a Nemzeti Fejlesztési Ügynökség újabb, a pályázók számára kedvező intézkedéseket léptetett életbe.

40 Ha figyelembe vesszük a tagság miatt elmaradt vámbevételek – Klauber előbb hivatkozott tanulmányának számításai szerint – 8–11 milliárd eurós tételét is, akkor a nettó nyereség nagyjából megfelelődik, de még így is pozitív az egyenleg. A pontos nagyság természetesen függ a nemzeti össztermék alakulásától és az árfolyamtól.

41 Ez ugyanis azt feltételeznél, hogy a jogosnak ítélt támogatási igények struktúrája teljesen megfelel a hétéves pénzügyi tervezet preferenciáinak; Magyarország valamennyi, az Európai Unió által támogatásra kijelölt témában megfelelő fogadóképességet mutat; a támogatások elosztása, adminisztrációja, felhasználása gyors és hatékony. A Számvevőszék szerint 2000 és 2007 között a rendelkezésre álló strukturális alapok 85 százalékát kötöttük le, ami pontosan megegyezik az Európai Unió átlagával, és az új tagországok között a második legjobb teljesítmény. A kohéziós alapok felhasználásában a 47 százalék közepes eredmény (ÁSZ, 2009, 13–14. o.).

Támogatásra – már nem két, hanem egy lezárt üzleti év után – az újonnan alapított cégeknek is lehet pályázni, az igényelhető összeg a projekt 30 százaléka helyett annak felét is elérheti, az előleg 25-ről 40 százalékra emelkedik, az árbevétel növelése helyett a foglalkoztatottak számának megtartása is vállalható. 20-ról 50 milliárd forintra emelkedik a külön értékelés nélkül elbírált, normatív pályázatok értékhatára, vagyoni biztosítékot 10 millió helyett csak 25 millió forint felett kell bemutatni, és csökken a kifizetési határidő is (NFÜ, 2009).

Ezek az eszközök azonban *kevésbé javítottak* a helyzeten. Az átcsoportosított források összege sem a kiemelt projektekhez, sem a több mint 800 milliárdos operatív programhoz viszonyítva nem túlságosan nagy, ráadásul a pótlólagos gazdaságélénkítő hatás önmagában is kétséges: a nagyberuházások kivitelezői között is sok a kis- és középvállalkozás. A gyorsítások és egyszerűsítések következményei pedig 2009-ig még alig érzékelhetők; az érintettek és a független elemzők a korábbi évekhez hasonló kritikát fogalmaznak meg.

Az Állami Számvevőszék 2008-ról szóló jelentése szerint az Új Magyarország Fejlesztési Terv keretében az előirányzottak alig a felét, az összes forrás 2,3 százalékát fizették ki, ennek több mint nyolcvan százaléka a kiemelt nagyberuházásokhoz kapcsolódott. Továbbra sem érvényesül a pályázók esélyegyenlősége, a tőkeerősebb vállalkozások, a fejlettebb régiók, a gazdagabb települések a legsikeresebbek, vagyis a célul kitűzött kiegyenlítődés helyett inkább annak ellenkezője valósult meg (ÁSZ, 2009). Ezt a hivatalos értékelések is elismerik, de hozzátesszik a válság módosító hatását: a fejlett, iparosított területek nagyobb visszaesése mérsékelte a különbségeket (NFÜ, 2009, 99. o.).

Nem szebb a kép egy tanácsadó cég 2009-ben készült értékelésében sem. Az AAM (2009) elemzése a pályázatok kiírásában összesen közel háromezer nap késést regisztrált – a kiemelt projektek nélkül számítva a kifizetések még 2009 októberében sem érték el a 2008 végére tervezett szintet. A lassúságot részben a kötelező, de bonyolult államigazgatási egyeztetések okozták. A megelőző két évben több mint 1100 pályázati konstrukciót kellett kidolgozni és lebonyolítani. Ennek oka részben egy szerkezeti probléma: a források szétaprózása és a súlypontok hiánya (a prioritások száma 85), amihez a közvetlenül a vállalkozásokhoz jutó pénz alacsony, egynegyedes részaránya társul, miközben az állami és az önkormányzati szféra viszi el a források kétharmadát.

A Budapesti Corvinus Egyetem 2009. tavaszi felmérésében⁴² még a nyertesek is felemásan értékelik a pályázati folyamatot (Kocsi, 2010). Felróják a túlzott adminisztrációt, a bürokráciát, a lassúságot és a magas tranzakciós költségeket (beleszámítva a pályázati díját, a bankgaranciát, a kezességvállalási költségeket, a hitelkamatokat,

42 A Budapesti Corvinus Egyetem kutatásának szépséghibája, hogy a megkérdezett ezer kis- és középvállalat közül csak 150 válaszolt.

a különféle engedélyek, igazolások beszerzésére fordított összegeket). Közel felük úgy vélte, hogy nem érte meg részt venni az újraelosztásban.

A válság további nehézséggel tetézte a korábbi helyzetet. A költségvetés biztosítja ugyan az európai uniós források lehívásához szükséges társfinanszírozást (NFÜ, 2009, 82. o.), de a vállalkozások számára a hitelek elapadása sokszor *akadályozza a saját erő* előteremtését. Ez megemelheti a visszalépések számát, és a recessziós körülmények miatt a jövőben a szokásos öt százaléknál nagyobb lehet a megítélt támogatás ellenére nem megvalósuló fejlesztések aránya is (Szabó B., 2009a).⁴³ 2009-ben a kedvezményezetteknek gondot okozott továbbá a forint gyengülése és az áfaemelés, mert az euróban, még húszszázalékos forgalmi adóval rögzített támogatások pótlólagos költségeit a szabályok változatlansága esetén a kedvezményezetteknek kell fedezni.

Az utóbbi időben azonban *gyorsult* a felhasználás. A 2008. évi jelentős elmaradások után 2009 ősziéig a teljes keret egyharmadára kötöttek szerződést, és csak hat százalékot fizettek ki (miközben az Európai Unió tíz százalékot utalt át). 2010 májusában viszont a szerződéskötés meghaladta a 45 százalékot, a kifizetések aránya pedig megduplázódott (NFÜ 2009. 36. o., illetve www.nfu.hu, www.emir.gov.hu). Az előkészítés és felfutás időszaka után, a beruházások megvalósulásának ütemét követve további gyorsulás várható.

Ez az előrelépés inkább az ügymenet logikájából következik, és kevésbé a válságkezelő intézkedések hatásából. Az európai uniós tervezés hétéves periódusa mindenképpen ciklikusságot visz a források elosztásába, így a fejlesztések ütemezésébe is. A tervezési fordulópont és a válság időbeli közelsége miatt a közösségi támogatások most *prociklikus hatásúak*, nem mérséklük, hanem erősítik a kilengéseket.

Hazai támogatások. Mint korábban bemutattuk, 2008-ban Európa-szerte felszöktek a tagállamokon belül elosztott támogatások. Magyarország teljes támogatási szintje alig valamivel haladta meg az EU-átlagot (a GDP 2,4 százaléka az átlagos 2,2 százalékkal szemben).⁴⁴ De ez az év *trendfordulót hozott* a hazai támogatások területén: a több évig tartó apadás után 2008-ban több mint 600 millió euróval, közel egyharmaddal nőttek a támogatások, ezen belül az iparnak és a szolgáltatásoknak – a közlekedési és agrártámogatások csökkenése mellett – 1000 millió eurós többlet jutott. A brüsszeli adatok szerint módosult a szerkezet is: a mezőgazdasági és közlekedési rész a többi ágazati kiadással együtt csökkent, a növekmény a horizontális célok⁴⁵ rovatában

43 Bár például a Gazdaságfejlesztési Operatív Program résztvevői közül 2009 szeptemberéig a tízezer pályázónak csak a 2,6 százaléka lépett vissza (Szabó Y., 2009).

44 A vasútnak szóló támogatás nélkül – ez az európai uniós összehasonlítások legteljesebb adata. Csak az ipart és a szolgáltatásokat nézve a magyarországi támogatás a GDP 1,8 százaléka volt – az EU átlaga 2,1 százalék (EC 2009c).

45 Idetartozik minden nem ágazati jellegű támogatás: kereskedelem- és export-, kultúra-, foglalkoztatási, környezetvédelmi, természetikatasztrófa-, kutatás-fejlesztési és innovációs, kockázatitőke-, regionális, kisvállalkozásoknak szóló és képzési támogatás.

jelentkezik. Ezen belül a nagy volumenű tételek közül a regionális támogatások 3,7-szeresükre emelkedtek, a foglalkoztatási célúak pedig megháromszorozódtak.

Furcsa módon azonban ez a hivatalos nyilvántartás szerint *nem a válság következménye*. Az Európai Unió 2008-ról szóló jelentésében különválasztotta a válságintézkedésektől megtisztított adatokat és a válság hatását. A Magyarországra vonatkozó két számsor szinte egyedülálló módon pontosan megegyezik, így a krízis nélkül kimutatott szint messze kimagaslik a 0,5, illetve 0,4 százalékos átlagot mutató 27 ország mezőnyéből (EC, 2009c). Azaz Magyarországon a válságtól függetlenül sok volt az állami támogatás, ami azonban a krízis kezdetén nem ugrott meg – annak ellenére, hogy a keretek módosítása első pillantásra nagyvonalúnak látszik.

A kormányzat a gazdaságélénkítés fő eszközeként már 2008 novemberében *két nagy programot* hirdetett, amelyek két év alatt 1400 milliárdos támogatást irányoztak elő a vállalkozásoknak és 1800 milliárdos megrendelést a keresletszűküléstől erősen sújtott építőiparnak. Mindkét európai uniós forrásokra építő csomag a korábban is alkalmazott eszközöket használta fel, legfeljebb a feltételeket enyhítve, a kereteket bővítve.

A vállalkozásoknak, hangsúlyosan a kis- és közepes cégeknek szánt 1400 milliárd lényegében megegyezik az Új Magyarország Fejlesztési Terv keretében az adott időszakban kifizethető pénz mennyiségével. Ennek megfelelően az elosztás fő csatornáit a Nemzeti Fejlesztési Terv operatív programjai, a vidékfejlesztési és kockázati programok, valamint a kedvezményes hitelek és a kiterjesztett garanciavállalás – a vissza nem térítendő rész 900 milliárd, a visszerhes pénzügyi konstrukciókra 500 milliárd jut (Mostantól..., 2009).

A vállalkozások fejlesztési és forgóeszközhitelket kaphatnak többek között a Magyar Fejlesztési Banktól kamattámogatással, az előbbi tíz évre, az utóbbit akár önerő nélkül is. A régóta közkedvelt mikrohitel felső határa 10 millió forintra, a futamidő ötről tíz évre emelkedett, és kiterjesztették a hitelgarancia mértékeit is. A 25 milliós limittel működő Széchenyi-kártya kamatkedvezménye egyről két százalékra nőtt (www.nfu.hu/valsagkezeles2009).

Az óvatosabbá váló banki hitelkihelyezés idején különösen sokat segíthet a kölcsönért folyamodó vállalkozásoknak az állami garancia. A 2007 óta tapasztalható tendenciával összhangban 2009 első félévében az állami kezességvállalások állománya tovább emelkedett, és mintegy 250 milliárd forinttal haladta meg a 2008. végi 2300 milliárd forintot, részben a kisvállalkozásokat segítő Garantiqa Hitelgarancia Zrt. kereteinek megemlése miatt (Költségvetési Tanács, 2009). E forrás szerint a beváltott garancia 2008 végén a 90 milliárd forinthez közelített, 2009-ben mintegy 20 milliárd forintot kell kifizetni.

Ehhez kapcsolódik az Eximbank hitel- és garanciakeretének megduplázása, 320 milliárd forintra növelése, valamint az, hogy a társszervezet Mehiv enyhítheti a magyar tulajdon meglétéhez kapcsolt korlátozásokat (Szabó Y., 2008) – ami az exportot hiva-

tott serkenteni. Az ezen a körön kívüli ritka példák egyike a tejipar, ahol a termelők 2,5 milliárd forintos támogatást kaptak az Európai Unió kívüli országokba irányuló kivitel támogatására. A szektorban ezenkívül az intervenció felvásárlás kiterjesztését és az iskolatej-akció szélesítését tervezték, továbbá azt, hogy a rászorultaknak az európai uniós segélyprogram keretében tejtermékeket is juttatnak.⁴⁶

A vissza nem fizetendő támogatások iránt a válság idején is volt érdeklődés. Veszteségtérítő állami támogatásokért erőteljes nyomást gyakoroltak például a tejtermelők érdekvédelmi szervezeteiken keresztül és utcai demonstrációk formájában is. A magyar agrárkormányzat – érzékelve ezt a nyomást és a globális válságot megelőző, sajátos tejpiacon válsággal is küszködő ágazat súlyos helyzetét – maximálisan igyekezett kihasználni az Európai Unió által felkínált lehetőségeket, és a nemzeti hatáskörben odaítélhető szabad források nagy részét a tejágazatra összpontosította, de a segítség csak 2010-ben ért el az érintettekhez.⁴⁷ Szélesebb körre terjedtek ki a munkahelymegtartó támogatások. A hatmilliárd forintos keretre – amelyből a válság miatt és csak átmenetileg nehézségekkel küzdő cégek létszámuktól függően a bér- és járulékköltségeik 25–75 százalékának megtérítését kérhették – 2009 első két hónapjában 18 milliárd forint igényt nyújtottak be, és végül több mint hétmilliárd forintot utalt ki az Országos Foglalkoztatási Közalapítvány (*Rendkívül...*, 2009). Sok cég azonban, mint az autópiacon beszállítók példája mutatja, túlságosan bonyolultnak találta az eljárást, és nem tudta/nem akarta vállalni a kiírásban feltételként megszabott kötelezettségeket.

A visszatérítendő kedvezményeknek viszont a kereslete és kínálata is gyengélkedett – igaz, hogy a kiterjesztett és könnyített konstrukciók csak 2009 nyarán váltak hozzáférhetővé, de akkor sem teljes körűen (*Szinte teljesen...*, 2009). A mikrohitel, a forgóeszközhitel, a kis- és középvállalatoknak szánt kölcsönök kifizetése szinte teljesen leállt, 2009 tavaszán nem érte el a tízmilliárd forintot (*Farkas*, 2009), és őszig is csak 11,5 milliárdra kúszott fel (*Szabó Y.*, 2009). A bankok nem szívesen kockáztattak, a vállalkozók nem tudták bővíteni tevékenységüket, vagy hiányoztak a garanciák a visszafizetésre. A hiteleszközök körében kivétel a gyorsan és egyszerűen használható, állami kezességgel és kamatkedvezménnyel támogatott Széchenyi-kártya, amelynek révén 150 ezer vállalkozó 700 milliárd hitelt vett fel a 2002-es indulás óta. Az új igénylések száma itt a válság idején felszökött az egyéb források szűkülése miatt (*Szabó B.*, 2009c).

2009 közepén a nemzeti fejlesztési és gazdasági miniszter is úgy ítélte meg, hogy az 1400 milliárdos program „nem az elvárt módon funkcionál...”, jelentős elmaradások vannak a tervekhez, elképzelésekhez képest” (*Ősztől indul...*, 2009). A fő oknak azt jelölte meg, hogy ha a vállalkozások nem látják a piacukat, akkor a kedvezmények nem segítenek (*Varga*, 2009). A sok területen szigorodó kereslet miatt ezért még a pénzszerű oldásánál és a vállalatok talpon maradásának közvetlen finanszírozásánál is fontosabbá váltak ezek az eszközök, amelyeket az állami piacteremtés

46 Czauner (2009a). A tejpiaconról lásd részletesen Szabó Márton tanulmányát a kötetben.

47 Lásd részletesen Szabó Márton tanulmányát a kötetben.

körébe sorolhatunk. Idetartozik voltaképpen a korábban említett 1800 milliárd forintos építőipari csomag egésze is, amely a Nemzeti Fejlesztési Terv infrastrukturális beruházásai révén ad megrendeléseket – noha ez nem pótlólagos, legfeljebb előre hozott kereslet.

A tejpar esete azt példázza, hogy a piacteremtés lényeges eleme a *fogyasztás ösztönzése* állami eszközökkel. Noha ezt az elmúlt hónapokban világszerte alkalmazták, Magyarországon a kényszerítő egyensúlyi követelmények miatt az alapvető irányzat ennek az ellenkezője, a lakossági jövedelmek, a kereslet szűkítése volt. A hazai termékek fogyasztásának növelésére azonban itt is történetek kísérletek.

A leglátványosabb közülük az élelmiszer-kereskedelemben 70-ről 80 százalékra emelt magyar árukvóta lett volna – ha az ezt előíró, a szereplők önkéntes megállapodásán alapuló etikai kódex életbelépését a törvényhozás meg nem előzte volna. A rohamléptekben, egyhangú parlamenti támogatással elfogadott, csak a kereskedők és a beszállítók kapcsolatát szabályozó törvényt a passzust nem tartalmazza, sőt ellenkező hatást érhet el: a szigorú előírások miatt az áruházláncok inkább külföldről szerzik majd be a termékeket.⁴⁸ Sok más országtól eltérően Magyarországon nem hirdettek meg autováásrlást ösztönző roncsprémiumot. Noha ezt a kereskedők és finanszírozók természetesen szorgalmazták, és az autópiac felére szűkült, a kedvezőtlen következmények – többek között a szükségés szerkezetátalakítás és a piac stabilizálásának elodázása – a rövid távú fellendítő hatásnál súlyosabbak lettek volna.⁴⁹

A gazdaságélénkítés és a piacteremtés határterülete a hazai támogatások egyik leg-sikeresebb eleme, a fejlesztési támogatás. A korábbi adókedvezmények helyébe lépő támogatási formát már a válság előtti években is főként az *egyedi kormánydöntéssel nyújtható támogatások* határozták meg. Közvetlen támogatáshoz és ehhez kapcsolódva adókönyvitéshez, valamint képzési és munkahelyteremtő támogatáshoz⁵⁰ olyan, egyenként tízmillió eurót elérő nagyberuházások juthatnak, amelyek kívül maradnak az európai uniós pályázatokon. A közvetítő szerepet játszó, kereskedelem-fejlesztésre szakosodott hatóság, az ITDH szétesztható kerete 2008-ban 650 millió-ról 4,5 milliárd forintra nőtt (Szabó Y., 2008). Az ilyen típusú támogatások azonban messze túllépi ezt az összeget.

Hivatalos adatok szerint 2004 és 2009 között 74 vállalat 79, összesen 1400 milliárd forint értékű fejlesztése kapott egyedi támogatást, több mint 33 ezer új munkahely

48 Kelemen (2009), Batka (2009), továbbá Szabó Márton tanulmánya a kötetben.

49 Lásd erről részletesen Pásztor Sára tanulmányát a kötetben.

50 A képzési támogatás feltétele az egyedi kormánydöntés és legalább 50 új munkahely teremtése, ami után a képzési költségek 25–90 százaléka, de legfeljebb kétmillió euró az állami hozzájárulás. A munkahely-teremtési támogatást a hátrányos helyzetű kistérségben, településen lehet igényelni, legalább 200–500 új dolgozó felvételéhez.

létrehozására vállalva kötelezettséget. Közülük 18 a válság eszkalálódása után jelentkezett (*Öt év alatt...*, 2009). 2008 a pusztaság számokat nézve is sikerévrnek számít: egyedi kormánydöntéssel 39 milliárd forint támogatást ítélték meg összesen 485 milliárd forintnyi beruházáshoz, ötezer ember foglalkoztatásához. A szerződésekkel lekötött támogatás még majdnem tízmilliárddal több lehetett volna, ha a válság hatására két elektronikai és egy gumigyártó cég vissza nem lép a fejlesztéstől – közülük az Apollo Tyres egyedül 7,3 milliárdról mondott le.⁵¹ Az egyik legnagyobb összeget az Audi kapta (9 milliárdot a 154 milliárdos fejlesztéshez). Ezt is felülmúlta azonban a beruházás-ösztönzés elmúlt húsz évének legnagyobb diadala: 2008 nyarán jelentették be a Mercedes 183 milliárd forintos kecskeméti gyáralapítását, amelynek munkálatai a válság ellenére elindultak. Százmillió euró feletti beruházásnál, ha a támogatás meghaladja az európai uniós szabályok szerint az adott régióban maximálisan adható mértéket, akkor az Európai Bizottság előzetes jóváhagyását kell kérni. Mivel ezt engedélyezte az Európai Unió, a Daimler AG az egyedi támogatások körében szokásos nagyvonalú elbírálásánál is több, összesen 22 milliárd forint támogatáshoz jutott.

A 2009-ben 11 feldolgozóipari (főként autóipari, gyógyszergyártó és könnyűipari) cég összesen 3,3 milliárd, egy szolgáltatóközpont munkahelyteremtéséhez pedig hárommilliárd forint egyedi kedvezményt szerzett. Beruházásaik összértéke meghaladja a nyolcvanmilliárd forintot, az általuk közvetlenül teremtett munkahelyek száma 2015-ig eléri a 3400 főt, és a hazai beszállítók révén tovább növelik a foglalkoztatást.⁵²

2010 első két és fél hónapjában 11 jelentős befektetési döntést jelentettek be, összesen 500 millió euró értékben, mintegy kétezer új munkahely létrehozásával (*Egyre több...*, 2010).

Beruházásokhoz kisebb cégek is igényelhetnek támogatást az európai uniós pályázati körön kívül. Fejlesztési adókedvezmény már hárommilliárd (kis- és közepes vállalkozások esetében egymilliárd) forintot elérő beruházáshoz nyújtható, ha az újonnan foglalkoztatottak száma legalább 150 (kis- és közepes vállalkozások esetében 75) fő. A támogatás a társasági adó 80 százalékának elengedése általában 10, de esetenként 14 éven keresztül.

A társasági adókedvezmény az APEH adatai szerint az elmúlt években csökkent (2006-ban 111 milliárd, 2007-ben 99 milliárd, 2008-ban már csak 67 milliárd forint volt). Szakértők ezt főként a nagyobb beruházások adókedvezményeinek kifizetésével magyarázzák. 2008-ban azonban már a válság következménye is lehet a nyereség és ezzel együtt a támogatás visszaesése (*Kevesek kiváltsága...*, 2009).

A kormányzat utólagos értékelése szerint nem a válságkezelés része, hanem a jövőre tekintő lépés a stratégiai jelentőségű húzóágazatok kijelölése (*Mostantól...*,

51 Az egyedi kormánydöntésekről szóló adatok az ITDH szíves közlésén alapulnak. Az évente ténylegesen jóváírt adókedvezmény e támogatási formában a megítélt, hosszabb távra szóló támogatásnál lényegesen kevesebb, csak 8,2 milliárd volt (*Külföldi...*, 2010).

52 http://www.nfgm.gov.hu/sajtoszoba/ujs_/mukodot_trendek.html.

2009). Az *iparpolitikai megközelítést alkalmazó ágazati akciótervek* kidolgozása már 2008-ban elindult a gazdasági tárca vezetésével. Ezt előrelendítette, hogy a válság idején az Európai Bizottság engedékenyebbnek bizonyult a korábban „szelektívnek” minősített, tehát tilos szektorális nemzeti támogatásokkal kapcsolatban. De pótlólagos kiadások helyett itt is zömmel az európai uniós keretösszegek átcsoportosításáról volt szó.

2009 nyarán a kormány négy akciótervet fogadott el, amelyek a közúti közlekedést, a gyógyszeripart és biotechnológiát, a logisztikát és az infokommunikációs technológiát érintik. Tartalmukat látva, elhithetjük a minisztérium állítását: ezek „nem felülről vezérelt, hanem a szakma egyetértésével kialakított...”, amelyek végrehajtását a kormány vállalta” (*Ágazati akciótervek*, 2009) – inkább az érintett ágazatok lobbijét tükrözik.

Az akciótervek lényege az ágazatok kiemelt kezelése, nemzetgazdasági szerepének megerősítése az állami támogatások teljes eszköztárával. Mindegyikben szerepelnek a fejlesztési támogatások, amelyek részben a Nemzeti Fejlesztési Terv programjaira és más korábban meghozott döntésekre építenek, de a gyógyszeripar például ezen túllépve, rendkívüli elbírálást kíván az egyedi kormánydöntésekben és az európai uniós források elosztásában. Kisebb vagy nagyobb súllyal felbukkannak a piacteremtés- és rendezés eszközei (az export támogatása, a gyógyszerek – az utóbbi években erős versenyt generáló – árképzésének felülvizsgálata, a közúthasználati díjak szerkezetének, illetve a közizgatás szoftverhasználatának átalakítása). Általános elem a kutatás-fejlesztés⁵³ és a képzés támogatása, az utóbbi kialakításába a felhasználó cégek bevonása. Ezenkívül hangsúlyos a „partnerség” megteremtése, ami többnyire az érintett cégek bevonását jelenti a rájuk vonatkozó szabályozás kialakításába (*Ágazati akciótervek*, 2009).

Végül a támogatások harmadik nagy ága a gazdaságélénkítés és a piacteremtés mellett a *gyengélkedő vállalatok megmentése*. Ezt elősegítette, hogy az Európai Bizottság új rendelkezéseivel már 2008 őszétől lehetővé tette a tagállamok által adott életmentő támogatások kiutalását a bankszektoron kívüli vállalkozásoknak is. A magyar kormány 2009 márciusában jelentette be, hogy a hat lehetséges forma közül kettőt választ ki. A megemelt összegű, 500 ezer eurós állami támogatást és a kamatkedvezményeket a cégek időlegesen, 2010 végéig, a korábban elfogadott programok keretein belül vehetik igénybe, jellemzően pályázatok útján (*Átmeneti...*, 2009). A vállalatmentés Magyarországon 2008–2009-ben főként a hazai tulajdonban lévő kisebb és közepes cégeket érintette, de *nem nagy léptékben*.

53 A gyógyszeriparban például megmarad a különadó és az orvoslátogatói díj, amelynek révén az ágazat 2008-ban 38 milliárd forintot fizetett be az Egészségbiztosítási Alapba. E pótlólagos terhekből azonban a kutatás-fejlesztésre fordított összegnek 2009-ben húsz, 2010-ben pedig – bizonyos feltételek teljesítése esetén – a száz százaléka levonható. A vállalatoknál így visszahagyott forrást az illetékes minisztérium az első évben 4–6, a másodikban 15–25 milliárd forintra becsülte (*Kiss*, 2009).

A feldolgozóiparban a vállalatmentés legelterjedtebb formája a Magyar Fejlesztési Bank 30 milliárd forintos keretéből nyújtott kedvezményes hitel, amelynek 80 százaléka a bank kezességét vállal, a háta mögött az állam 90 százalékos garanciájával. Így jutott 14 milliárd forintos garanciához és 10 milliárd forintos új hitelhez a hazai piacon monopolhelyzetben lévő Péti Nitrogénművek az agrárkormányzat hathatós közreműködésével, a tulajdonosi viszonyok rendezetlensége ellenére, és ebben a konstrukcióban kapott 5,5 milliárd forintot a Pápai Húskombinát vevője, a menedzsment, a sertésenyésztők, a helyi önkormányzat és vízmű által alakított konzorcium (*Küz-zadták...*, 2009; Cs. B., 2008). Korábban, még a válság előtt hasonló támogatással vásárolták meg a tejtermelők a fogyasztói tej piacán piacvezetővé előrelépő Parmalatot, a szőlőtermelők pedig az azóta felszámolás alá került izsáki bor- és pezsgőfeldolgozót. A precedensekre, a munkahelyek és a regionális beszállítói kapcsolatok fenntartására, valamint a versenyfeltételek kiegyenlítésére hivatkozva a kereslet csökkenésével erősen sújtott húsipar ágazati szervezete, a Hússzövetség gyorsan bejelentette igényét arra, hogy minden üzembezárással fenyegetett húsipari cég is kapjon segítséget, ugyanilyen feltételekkel (*Kelemen*, 2008).

2009 tavaszától a kormányzat már *egész ágazatoknak* is igyekezett segítséget nyújtani, elsőként a magas forgóeszköz-igényű élelmiszeriparnak. Az MFB programja azonban csak júniusban indult el (*Czauner*, 2009b). Addig pedig több vállalat – mint a nagyobbak közül a Herz Szalámigyár – már felszámolásba csúszott (*Ábrahám* 2009a). Megmenekült viszont az MFB által garantált egymilliárd forintos hitel segítségével az ugyancsak patinás Gyulai Húskombinát, amely egyelőre meg tudta őrizni függetlenségét, noha a pénzügyi nehézségek idején, sőt 2010 tavaszán is megjelentek hírek különböző vevők fúziós kísérleteiről (*Állami garanciával...*, 2009; *Mégis vin-nék...*, 2009; *Szlovák kézbe...*, 2010).

A felvázolt tendenciák alapján úgy tűnik, hogy a magyarországi válságkezelésnek és gazdaságélénkítésnek a makrogazdasági pénzügyi helyzet rendezésén túl megtett lépései – jórészt annak szigorú egyensúlyi követelményei miatt – *nem voltak nagyléptékűek*. A hazai támogatási szint éppen 2008-ban ugrott meg, de brüsszeli értékelés szerint nem a válság hatására. 2009-re sem volt várható a támogatások jelentős emelkedése. A meghirdetett nagy élénkítő csomagok ugyanis a megelőző tíz év kormányzati gyakorlatát követik: hangzatos elnevezésekkel újabb és újabb terveket, programokat állítanak össze, amelyek zömmel a korábban is létező konstrukciókat olvasztják magukba, legfeljebb némi módosítással. Mivel ezek a formák nagyrészt az Európai Unió által amúgy is megítélt kifizetésekre építenek – ami egyébként nem is számít bele a nemzeti támogatások körébe –, a pótlólagos forrás és így a pótlólagos növekedési hatás kicsi.

Változás a válság hatására *két ponton érzékelhető* az Európai Unióban és Magyarországon is. Az egyik az *eljárásrend és az arányok módosítása*: a döntések és folyósítások felgyorsításának szándéka, a források lehívásának megkönnyítése és egyes keretek átcsoportosítása. Az utóbbi közvetlen hatása (mint a nagyberuházások és

a pályázatok közötti pénzmozgás esetében) kétséges, viszont az eljárásrend egyszerűsítése és a limitek átszabása (például a kis összegű hitelek és a garanciák esetében) hosszú távon is kedvező lehet – a túlzott bürokrácia enyhítése és a kereslethez jobban igazodó támogatási formák kiterjesztése miatt.

A másik változás *néhány új szabályozási eszköz és megközelítés* alkalmazása. Idetartozik a Brüsszel által jóváhagyott átmeneti támogatási módszerek bevetése, amelyek azonban Magyarországon visszafogottak maradtak. Az új megközelítés itt leginkább az ágazati akciótervek kidolgozásának iparpolitikai jellegű, az érintettek lobbierjét is tükröző, talán nem időleges feléledése.

A válság idején alkalmazott sok támogatási forma jól mutatja *az állami beavatkozás hatásának korlátait*. Az életmentő és egyéb vissza nem térítendő támogatás, valamint néhány rugalmas, gyorsan és egyszerűen hozzáférhető eszköz – például a kedvezményes hitel és a garancia – sok vállalkozás talpon maradását segíthette. Bár az is látható, hogy a válság mélypontján a kölcsönöknek sem a kínálatában, sem a keresletében nem sikerült áttörést elérni.⁵⁴ Más, nagyobb léptékű eszközök – például az európai uniós források közvetlen elosztása, az állami megrendelések előrehozása vagy az ágazati akcióprogramok – azonban jellegükből következően csak *késleltetve, hosszabb időtávon hatnak*. Ezért akut válságkezelésre alkalmatlanok, és ha a krízis viszonylag gyors lefutású, akkor a szándékokkal ellentétesen nem kisimítják, hanem *erősítik a ciklikus kilengéseket*. Igaz, hogy hozzájárulhatnak a fellendülés előre hozásához és meredekebb felíveléséhez.

Mivel Magyarországon a válságkezelésnek a támogatásokra gyakorolt hatása csekély maradt, *a versenytorzítás erősödését* a nagyságrend önmagában *nem okozhatja*. Az egyes támogatási formáknak a versenyre gyakorolt hatása azonban nem egyforma, így *a belső arányok eltolódását* is célszerű értékelni. Az egyenlő feltételeket legdurvábban sértő, a vállalatokat, bankokat mesterségesen életben tartó támogatások és az egyes ágazatokat, cégeket előnyben részesítő piacteremtő eszközök hatóköre 2008–2009-ben Magyarországon viszonylag kicsi volt. Az ebbe a körbe sorolható egyedi fejlesztési támogatások már csak a nagyberuházások, a tőkebeáramlás visszaesése miatt sem terjedtek ki. Az ágazati kiemelések tényleges hatásait ma még nehéz megítélni, de azok mindenképpen késleltetetten jelentkeznek. Így a versenytorzítás mértékét az elmúlt években ezek a változások sem befolyásolták alapvetően, ami a makrogazdasági pénzügyi helyzet viszonylagos kiegyensúlyozottságával együtt a közeljövőre sok más országnál jobb induló helyzetet jelent.

Közbeszerzés.⁵⁵ A közbeszerzések témakörét érdemes külön is megvizsgálni, mert ennek működése mindig jól jellemzi a versenyhelyzetet ezen a több mint ezermilliárd forintos piacon. Ráadásul a gazdaságélénkítő állami kereslet és támogatás egy része is idekapcsolódik: a törvény értelmében a központi költségvetési intézmények,

54 A 2008–2009-es hitelállomány alakulásáról lásd *Várhegyi Éva* tanulmányát a kötetben.

55 Ez a pont *Tátrai Tündének* a Kaleidoszkóp számára írt háttér tanulmányát használja fel.

az önkormányzatok és az állami támogatásban részesített szervezetek is kötelesek megjelenni ezen a sajátos piactéren.

A közbeszerzések nagysága 2007 után 2008-ban is tíz százalékkal csökkent – az inflációt figyelmen kívül hagyva, nominális értéken –, így alig haladta meg a nemzeti össztermék öt százalékát, ami az európai uniós átalag fele. 2009-ben viszont az előzetes adatok szerint az eljárások száma és értéke is jelentősen nőtt.⁵⁶ Az egyes ajánlatkérő csoportok részesedése mind a két évben hektikusan változott. 2008-ban a központi költségvetés és a közszolgáltató cégek beszerzése is egyharmadával csökkent, míg a támogatott szervezeteket is tartalmazó egyéb kategóriáé majdnem két és félszeresére nőtt. 2009-ben az utóbbiak esetében egyötödös az esés, az önkormányzatok vásárlása viszont több mint duplájára, a közszolgáltatóké pedig 1,8-szorosára emelkedett.

Erre a szerkezeti változásra nem sikerült megnyugtató magyarázatot találni, elképzelhető, hogy a kategóriák tartalma vagy a nyilvántartás is módosult.⁵⁷ A közbeszerzési piacméret kilengéseinek háttéréről is csak feltételezéseink vannak. A 2008-as visszaesés oka lehet a költségvetési kiadások megszorítása, amit az őszől meghirdetett élénkítés még elvileg sem egyensúlyozhatott ki. A következő évben már ennek hatása, pontosabban – mint az előző fejezetben láttuk – *az európai uniós támogatások elosztásának* a válságtól független és a válságkezelés által csak kevéssé befolyásolt *ciklusa is fellendíthette* a keresletet. Ehhez kapcsolódhat a *parlamenti választásokat megelőző* években szokásos – bár most a helyzet miatt kisebb léptékű – túlköltekezés. Végül, *a közbeszerzés szabályozásának* hektikus változásai is szerepet játszhattak az ingadozásban.

A törvényi keretek ugyanis 2004 és 2006 után 2008 végén is átalakultak, ráadásul úgy, hogy az előírások egy részét már *a következő évben kénytelen volt korrigálni* a parlament. Magát a törvényhozási folyamatot a feltételek és hatások mérlegelésének hiányossága, a jogalkotók, valamint az érdekvédelmi és lobbiszervezetek *ad hoc* ötleteinek beépítése jellemezte. Mindez tovább *gyengítette a jogbiztonságot*, ami hol halasztásra, hol előrehozott vásárlásokra sarkallt, és mindenképpen gondot okozott a válság következtében lépéskényszerbe került vállalkozóknak és a forráshiányos ajánlatkérőknek.

A szabályozás okozta bizonytalanságot szépen példázza *az elektronikus közbeszerzés* sorsa. A törvény szerint 2010. január 1-jétől érvényes az a szabály, hogy a közösségi eljárásrendben (többek között az európai uniós támogatások lehívásakor) elektronikusan kell lebonyolítani a közbeszerzéseket a hirdetmény-közzétételtől az ajánlattételen át az összegezésig. Mivel azonban hiányoztak a részletszabályok, és a szükséges technikai feltételek megteremtésére felkészületlen a piac, 2009-ben

56 A Közbeszerzések Tanácsának kimutatása szerint a 2009. április 1. után beszámított egyszerűsített eljárások nélkül az előbbi 5, az utóbbi közel 17 százalékkal emelkedett (*Közbeszerzések Tanácsa*, 2010).

57 Szakértők szerint a közbeszerzési adatok – és különösen az előzetes számok – megbízhatósága gyenge (lásd *Tátrai Tünde* háttér tanulmánya).

nyilvános javaslat jelent meg a hatálybalépés elhalasztásáról. Ez azonban végül nem kapott zöld utat, és a kötelezettséget 2010-ben, a polgári törvénykönyvhöz kapcsolódó pénzügyi tárgyú módosítások között elfogadta a parlament. Az érdekeltek tehát több hónapig nem tudhatták, milyen szabályokat kell majd alkalmazniuk, így sokan későbbre tolták, mások viszont a számukra teljesíthetetlen követelmények fenyegetése miatt felgyorsították vásárlásaikat. Ráadásul az elektronikus közbeszerzés kötelezővé tétele, ami az átláthatóság javítására is hivatott, *torzítja a versenyt*, háttérbe szorítja a gyenge informatikai háttérű szereplőket, elsősorban a kis- és közepes vállalkozásokat.

A törvénymódosítások több más ponton is *a szándékolttal ellentétes hatást* váltottak ki. A példák részben éppen a kisebb cégeket érintik, amelyek esélyeinek javítása a kormányzat deklarált célja volt.⁵⁸

Az egyik ilyen – időközben már hatályon kívül helyezett – előírás szerint az ajánlattevőknek legalább a közbeszerzés felét saját maguknak kell teljesíteniük. Így többek között a magánvállalkozókat alkalmazó taxitársaságok vagy utazási irodák – zömmel kisebb cégek – mind kiestek a versenyből.

Hatályba lépett viszont az építési beruházásokra vonatkozó kormányrendelet módosítása, amely – figyelmen kívül hagyva az európai uniós irányelveket – kötelező bírálati szempontokat és alkalmassági kritériumokat sorol fel, továbbá kötelezővé teszi egy úgynevezett költségvetési kiíró szoftver alkalmazását. Ez sokáig nem volt elérhető a felhasználók számára, majd működésbe lépett az ajánlatkérők számára ingyenesen, az ajánlattevőknek – köztük az amúgy is korlátozott informatikai kapacitással rendelkező kis cégeknek – azonban fizetniük kell ezért is.

Ugyancsak a számítástechnikai háttér gyengesége miatt hátrányos a kisebb vállalkozásoknak az elvileg őket védő, a körbetartozások mérséklését szolgáló, 2009 őszén bevezetett fedezetkezelő intézmény. Ennek közreműködése esetén az alvállalkozók teljesítményét elektronikus formában kell nyilvántartani, amihez a fővállalkozó által megadott kód alapján a bedolgozó cég szolgáltatja az adatokat. A kifizetések rendje is olyan meglehetősen bonyolult informatikai eszközöket és tudást feltételez, amellyel az építőipari kis- és középvállalkozások kevéssé rendelkeznek.

Hasonlóképpen korlátozza a versenyt az a szabály, hogy egy cég vagy személy ugyanabban a közbeszerzési eljárásban nem tehet közös ajánlatot több ajánlattevővel, és *nem jelenhet meg több ajánlatban egyidejűleg* a közbeszerzés értékének tíz százalékát meghaladó mértékben alvállalkozóként vagy erőforrást nyújtó szervezetként. Mivel így például egy szabadalom, technológia egyedüli birtokosa csak egyetlen ajánlattevő csapat tagja lehet, minden más ajánlattevő hátrányba kerül, még ha egyébként jobb feltételeket kínál is.

58 A kis- és középvállalkozások részesedése 2008-ban az eljárások számában 70, a beszerzési értékben csak kevesebb, mint 40 százalék volt.

A szándékok szerint a verseny élénkítését és átláthatóságát szolgálja, de újabb torzítást visz a rendszerbe *az eredménytelen eljárások feltételeinek módosítása és az erőltetett nyilvánosság.*

Az új szabályok szerint a közösségi eljárásrendben az ajánlatkérő eredménytelennek nyilváníthatja a beszerzést, ha csak egyetlen érvényes ajánlatot nyújtottak be, és eredménytelennek kell nyilvánítania az eljárást, ha több ajánlat közül csak egy érvényes (Kbt. 92/A. paragrafus). Ez eredetileg az ajánlattevők védelmét szolgálta volna a megalapozatlan kizárásokkal szemben. A gyakorlatban azonban ez az előírás nemcsak a megrendelőket sújtja, hanem a nyeresre álló vállalkozót is. A versenytársak ugyanis megtehetik például, hogy nem nyújtanak be hiánypótlást, így megakadályozzák a szerződéskötést.⁵⁹ Ezért a hiánypótlásnak ára lett a közbeszerzési piacon. Az is előfordult, hogy az ajánlattevő saját ajánlatát nyilvánította megvalósíthatatlannak, azaz érvénytelennek, hogy újra lehessen kezdeni az eljárást.

A nyilvánosságra hozás új szabályai szerint – a korrupció elleni küzdelem jegyében – az ajánlatkérő köteles elektronikus úton közzétenni nemcsak a hirdetményeket, tájékoztatókat, az ellenszolgáltatás teljesítésével és a jogorvoslatokkal kapcsolatos adatokat, hanem a szerződések teljes tartalmát is. Ez az európai normáknál lényegesen szigorúbb követelmény versenyhátrányt okoz azoknak az ajánlatkérőknek – főként a közszolgáltatóknak –, amelyek maguk is versenyzői iparágban tevékenykednek. A dokumentumok ugyanis a versenyhelyzetüket érintő információkat is tartalmazhatnak, például az informatikai rendszer specifikációját. Ráadásul így az esetenként sok pénzért elkészített szerződések egyszerűen lemásolhatók.

Az állami döntéshozók nemcsak a szabályok gyakori változtatásával és esetenként átgondolatlan tartalmukkal ártottak a közbeszerzési versenynek, hanem azzal is, hogy 2009 végétől *több lépésben korlátozták a közbeszerzési piac kiterjedését*, amely az eközben folyamatosan propagált gazdaságélénkítés egyik legfontosabb színtere. A kormány a válság által kikényszerített takarékosagra hivatkozva, augusztusban felállított egy úgynevezett monitoring-munkacsoportot, amellyel egyes költségvetési szervezetek és állami nagyvállalatok kötelesek előzetesen egyeztetni beszerzési szándékaikat.⁶⁰ 2010 januárjában pedig még szélesebb körre hirdettek moratóriumot: csak olyan közbeszerzési hirdetményt lehet közzétenni, „...amelynek eredményeként az eljárást lezáró ajánlatkérői döntés a következő kormány minisztereinek kinevezését követően hozható meg” [1003/2010. (I. 19.) kormányhatározat]. Ez a majdnem féléves csúszásokhoz vezető határidő arra utal, hogy az indokok egyike a parlamenti választások közeledte volt. Nyilván annak a vádnak az elhárítása is a célok közé tartozott, hogy a leköszönő kabinet az utolsó hónapokban túlzott pénzügyi

59 Erre példa a 2009-es nevezetes benzintender, amelyet a következőkben részletesen ismertettünk.

60 1132/2009. (VIII. 7.) kormányhatározat, amely az érintett szervezeteknek a közbeszerzési törvény hatály alá nem tartozó vásárlásaira és a nemzetbiztonsági beszerzésekre is vonatkozik.

elkötelezettségeket vállal, esetleg nem piaci előnyöket osztogat a hozzá közel álló vállalkozóknak. Bár a kivételek körét később tágítani kellett, a közbeszerzés lelassult, és 2010-ben valószínűleg ismét e sajátos piac visszaesését regisztrálhatjuk majd.

Végül, ami a közbeszerzések jogszerűségét illeti, *az állami szervezetek maguk sem jártak elő jó példával*. A kórház-üzemeltetés magánkézbe adásáról és a benzintenderről készített esettanulmányaink azt mutatják, hogy az (ön)kormányzati ajánlatkérők maguk is átlélik a törvényt, majd a jogalkotók utólag legalizálják ezeket az intézkedéseiket.

A Hospinvest öt vidék kórház üzemeltetési jogát nyerte el a helyi önkormányzattól. Ezek közül kettőnél felmerült a közbeszerzési törvény megkerülése, és jogorvoslati eljárás is indult. A hatvani kórház versenyeztetés nélkül, a gyöngyösi az államháztartási törvény előírása szerint versenyeztetéssel, de nem közbeszerzés útján került vagyonezelésbe. Az utóbbi eljárást 2007 áprilisában indították, azután hogy a bizonytalanság megszüntetése érdekében az egészségügyi ellátórendszer fejlesztéséről szóló törvény módosítása kimondta: a vagyonezelői jog átadásakor 2007. január 1-jétől mellőzhető a közbeszerzés. A teljes értékű megoldáshoz azonban a közbeszerzési törvény kivételi körének átszabására is szükség volt, amire csak a 2008. évi módosítás 2009. áprilisi hatálybalépésével került sor. Ebben a furcsa helyzetben a döntőbizottság 2006-ban a hatvani ügyet, 2007-ben pedig a gyöngyösit is jogszerűtlennek ítélte, majd ezt az álláspontot 2008-ban az elsőfokú bíróságok is megerősítették. A másodfokú bíróság az első esetben még 2009-ben is ilyen értelmű döntést hozott, a második, valamilyen versenyt alkalmazó esetet azonban már 2008 szeptemberében, azaz a közbeszerzési törvény (Kbt.) módosítása előtt is jóváhagyta.

Noha a Hospinvest 2009. évi felszámolása nincs közvetlen kapcsolatban kiválasztásának módjával, az nyilvánvaló, hogy minden érintett szereplő megpróbálta elkerülni a nyilvánosságot és az átláthatóságot legalább elvileg biztosító közbeszerzést, és ezt a szabályozásnak még a bíróságokat is elbizonytalanító kuszasága elősegítette. A tisztázás azonban az egészségügyi szolgáltatások kiszervezésének belterjes megoldását erősítette meg, figyelmen kívül hagyva az Európai Unió irányelveit és a Kbt. alapelveit.

A másik eset a 2009 őszén indított, nagy sajtóvisszhangot kapó *benzintender*. A Központi Szolgáltatási Főigazgatóság a központosított közbeszerzésen hirdetmény közzétételével induló tárgyalásos eljárást választott az 50 millió liter üzemanyag vásárlásához, noha ezt a törvény alapján nem lehetett megindokolni.⁶¹ Az eljárást a nem sokkal korábbi jogszabály-módosítás miatt meg kellett ismételni: a Mol adta be az egyetlen érvényes ajánlatot, mert az OMV elmulasztotta a hiánypótlást. A második körben azután – a kiírók számára is váratlanul – az osztrák cég nyert.

61 Árubeszerzés esetében csak egyetlen indoka lehet ilyen típusú eljárás indításának, az, ha „az árubeszerzés természete vagy az ehhez kapcsolódó kockázatok nem teszik lehetővé az ellenszolgáltatás előzetes átfogó (mindenre kiterjedő) meghatározását” [Kbt. 124. paragrafus 2. bekezdés b) pont]. Az üzemanyag esetében az ellenszolgáltatás meghatározása nem okoz gondot, a beszerzési tárgyak összehasonlíthatók, áraik nyilvánosak.

A kormány ekkor nemzetbiztonsági érdekekre hivatkozva, de nyilvánvalóan a nemzeti olajvállalat érdekeit is szem előtt tartva, gyorsan átírta két rendeletét is. Kivette a központosított közbeszerzés hatálya alól a rendvédelmi és nemzetbiztonságilag védett szervezetek üzemanyag-beszerzését, és előírta, hogy az érintettek ezután csak nemzetbiztonsági védelem alá tartozó szervezetektől szerezhetnek be üzemanyagot. Ennek a kikötésnek egyetlen vállalat felel meg, ezért a rendkívüli sürgősséggel indokolt, hirdetmény nélküli eljárásra csak a Mol kapott meghívást. Így a nemzeti bajnok a megszokottnál kisebb értékben ugyan, de lehetőséget kapott a szállításra és állandó pozíciójának megőrzésére. Az OMV-szerződésből azonban ez a mennyiség kiesett – a vállalat nem is mulasztotta el, hogy a Közbeszerzési Döntőbizottsághoz forduljon.

A menet közben végrehajtott szabálmódosítás kevéssé elegáns megoldása könnyen elkerülhető lett volna, ha az ajánlatkérő keretmegállapodásos eljárást választ, amelynek nyomán több partnerrel is szerződést köthet, vagy ha egy cég nyer, akkor nem kötelező a teljes keretmennyiséget megvásárolni, és egyes intézmények könnyen kivonhatók a szerződés hatálya alól.

A 2008–2009-es események fényében nem meglepő, hogy a piac szereplőinek közbeszerzésekről alkotott lesújtó véleménye nem változott, sőt romlott. 2007-ben még a megkérdezettek több mint 15 százaléka vélte úgy, hogy a közbeszerzés nagymértékben vagy teljesen meggátolja a tisztességtelen versenyt – 2009-re arányuk a felére csökkent. Az „egyáltalán nem” vagy „kevésbé” gátolja válaszok viszont 50 százalékról kétharmadra szaporodtak.⁶²

Esettanulmányaink megerősítik ezt a feltételezést: a közbeszerzési versenyhelyzet és annak tisztasága az elmúlt években nem javult. Ebben nagy szerepet játszott az állami szervezetek esetenként jogsértő magatartása, valamint az átgondolatlan szabályozás és a gyakori törvénymódosítás által teremtett bizonytalan jogi környezet. Részben itt is egy – az európai uniós támogatási ciklus esetéhez hasonló – szerencsétlen időbeli egybeesésről van szó. A válság előtt indított nagyléptékű átalakítás feszültségkeltő hatását a krízis nyomában járó forrásszűke és a sokasodó vállalati kényszerhelyzetek felerősítették. A kormányzat, miközben a gazdaság élénkítése érdekében az állami megrendelések és támogatások gyorsítását hirdette, a közbeszerzéseket 2009 végétől mesterségesen lassította, majd leblokkolta. Ilyen körülmények között nemcsak a növekedést serkentő hatás, hanem a piacszűkülés versenyt erősítő hatása is kevéssé érvényesülhetett.

•

A nemzetközi és hazai válságkezelés első lépéseiből nem következik sem az, hogy szükségszerű az állam túlsúlyra jutása, a verseny hosszú távú korlátozása, sem az, hogy rövid kitérő után minden változatlanul mehet tovább. A következményeket azonban csak később lehet majd megítélni.

62 Budapesti Corvinus Egyetem Etika és hatékonyság a közbeszerzésben című 2009-ben végzett kutatásának adatai.

Már most is világosan látszik azonban a válság, a válságkezelés és a verseny néhány paradoxona:

- a verseny, az innováció nem feltétlenül stabilizáló, hanem bizonyos feltételek között – ha a szabályozás rossz vagy gyenge – válsággeneráló tényező is lehet;
- miközben ezért a verseny a válság egyik oka, a versenyszabályozás a krízis kezelésének is egyik fontos eleme lehet;
- Magyarországon a pénzügyi integráció hozzájárult a válság kiterjedéséhez – de az összeomlás elkerüléséhez is;
- vagyis a verseny, a versenypolitika és az integráció (mint a házasság) eszközöket ad azoknak a nehézségeknek a megoldásához, amelyeket maga hozott létre.

AZ ÜZLETI SZEREPLŐK MAGATARTÁSA

A gazdasági válság a megszokott működési módok felülvizsgálatára, a vállalati stratégiák újragondolására készíti a piac szereplőit. A szokásosnál gyorsabban változó gazdasági környezetben nagyobbak az esélyei a hibás helyzetértékeléseknek, a téves döntéseknek és ezzel a piacok, a versenyviszonyok jelentős átrendeződésének. A 2008 ősze óta zajló világméretű gazdasági visszaesés is ilyen, a gazdasági szereplők magatartását jelentősen befolyásoló, átalakító esemény a rendszerváltás utáni magyar gazdaságban.

A válságok fontos jellemzője, hogy ilyenkor a gazdasági környezet egyes elemei azonnal, mások csak fokozatosan változnak. A vállalatok még a gyorsan változó környezeti elemeket is csak bizonyos idő eltelté után érzékelik. Időt igényel a korábbitól különböző, valószínűleg szokatlanul nagy mennyiségű információ feldolgozása, értékelése, majd ezek alapján az új piaci stratégia kidolgozása, a szervezeti átalakítás.

A továbbiakban az esettanulmányokban részletesen leírt és elemzett részpiacok, és a fellelhető makrogazdasági adatok alapján áttekintjük az üzleti szereplők magatartásának a válság által kikényszerített gyakoribb változásait. Tanulmányunk befejezésekor a válság még nem ért véget, ez magyarázza, hogy leírásaink esetenként befejezetlenek, megállapításaink feltételesek.

Előzmények, 2005–2007

A magyar gazdaságot közel két éven át tartó stagnálás, lassulás közepette érte el a világgazdasági válság. Ez a fejlemény – mint láttuk – 2008 szeptembere után csökkentette a világgazdasági válság hatásait ellensúlyozó számos állami eszköz és módszer alkalmazásának lehetőségét és hatását. A 2005 utáni lendületvesztés a vállalatok várakozásait, magatartását, valamint versengésük formáit és intenzitását is jelentősen befolyásolta.

A lassulás éveiben jelentősen romlottak az üzleti élet szereplőinek várakozásai. A Kopint-Tárki gazdasági közérzet indexe (5. ábra) 2006 első hónapjaitól negyed-

évről negyedévre folyamatosan csökkent. A Gazdasági Minisztérium munkatársai által számított optimizmus–pesszimizmus mutató is negatívra váltott 2005 és 2007 között (1. táblázat).

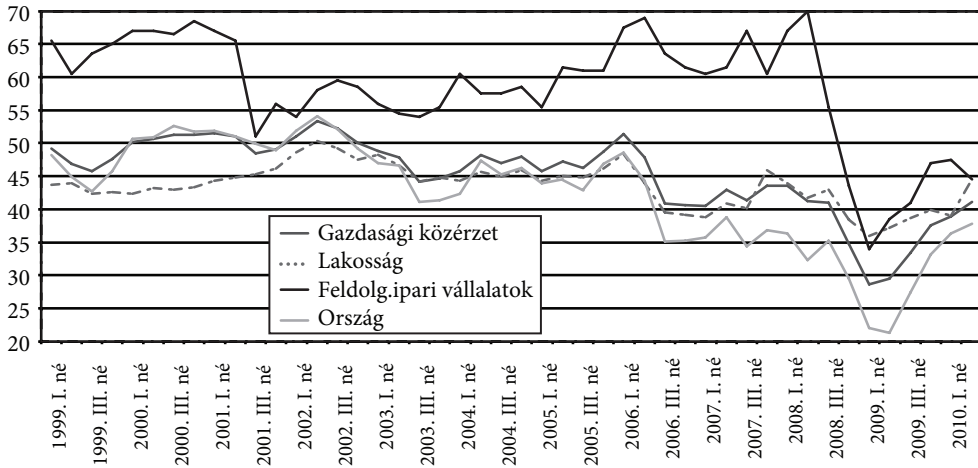
A gazdaság teljesítménye igazolta a romló üzleti és lakossági várakozásokat. 2007-ben az ipari termelés, a kereskedelem, a javítás, a szálláshely-szolgáltatás, a szolgáltatások és a vendéglátás növekedése lassult, az építőipar és a mezőgazdaság kibocsátása jelentősen csökkent. E fejlemények hatására a végső fogyasztás 2007-ben az előző évinek 98 százaléka volt, a beruházások (a bruttó állóeszköz felhalmozás) mindössze 1,6 százalékkal nőttek (KSH, 2008, 12. o. alapján számolva).

A kötetben közölt esettanulmányok többsége is a *piacok zsugorodásáról vagy a bővülés jelentős lassulásáról* tudósít. A *tejiparban* már az európai uniós csatlakozás után folyamatosan visszaesett a termelés és a forgalom. Csökkent a tejtermelő gazdaságok száma, a tejfeldolgozó iparból fokozatosan kivonult a külföldi tőke. A tej- és tejtermékek fogyasztása és kereskedelmi forgalma is gyengült, erősödött az importverseny, a zsugorodó piacon egyre nőtt a külföldi szállítók részaránya. A *hazai gépjármű-kereskedelemben* 2003-ban és 2004-ben 208 ezer új autót adtak el. 2008-ig ez a szám évről évre csökkent (8 és 14 ezer darab között). 2005-ben még csak egyes márkák kifulladásának a jelei mutatkoztak, 2006–2007-ben már a népszerű gépkocsik forgalma is jelentősen csökkent. A *pénzügyi szektorban* az állami támogatások szűkítése és a magas forintkamat 2005–2006-ban ugyancsak visszavetette a hitelek iránti kereslet.

A gazdasági válságok idején gyakorta alkalmazott *keresletélnkítő eszközökkel* igyekeztek a vállalatok forgalmukat, piaci részesedésüket növelni. A *magyarországi autóiipari beszállítók* közül a skálahatékonyasági szempontokat is szem előtt tartó cégek megrendelőik számát próbálták növelni, vagy a termékpalettát bővíteni. Esetenként egymással kapcsolatban sem lévő ágazatokban tevékenykedtek. Az *autókereskedelemben*, elsősorban a nagyobb cégek márkatársításokkal, marketingfogásokkal és egyre vonzóbb hitelkonstrukciókkal élénkítették a keresletüket, növelték az előre hozott vásárlásokat. (Így 2008 májusáig a keresletfokozó fogásokkal sikerült több autót eladniuk.) A *pénzügyi szektorban* a bankok új termék bevezetésével válaszoltak: devizában (elsősorban svájci frankban) elszámolt, ezért alacsony kamatú hitelekkel próbálták fenntartani a háztartások hitelkeresletét és (látszólagos) hitelképességét. A devizaalapú kölcsönöket a fogyasztási hitelekre is kiterjesztették: emiatt válhatott „sikertermékké” a magyar lakosság fogyasztási éhségét kielégítő szabad felhasználású jelzálogkölcsön. A megtakarításoktól mind jobban elrugaszkozó hitelezési expanzió hatására a korábbi 110-120 százalékos közötti értékről 150 százalékra emelkedett a hitel/betét arány, ami jócskán meghaladta a hasonló fejlettségű országokét. A hitelezés gyors felfutása egyúttal a kockázatok növekedésével járt együtt, mivel a kihelyezéséért folyó versenyben a bankok egyre kevésbé voltak tekintettel az adósok hitelképességére – ezt a hitelfedezettel (többszörre jelzálogfedezettel) pótolták, eltekintettek a jövedelemvizsgálattól, miközben folyamatosan növelték a hitel/fedezet arányát és a kölcsönök futamidejét.⁶³

63 Lásd e kötetben *Várhegyi Éva* tanulmányát.

5. ábra
A gazdasági közérzet és fő összetevőinek indexe



Forrás: Kopint-Tárki (2010) 86. o.

1. táblázat
Az optimizmus–pesszimizmus mutató alakulása*

Év	Hogyan ítéli meg			
	a gazdaság jelenlegi helyzetét?	a gazdaság kilátásait?	vállalkozásának jelenlegi helyzetét?	vállalkozásának kilátásait?
1997	-40	11	-11	1
1998	-29	20	-13	4
1999	-27	-4	-6	2
2003	-41	-26	-11	-7
2005	-41	-3	-13	-5
2007	-55	-20	-18	-8
2008	-74	-62	-17	-29
2009	-79	-26	-26	-19

* A mutató számítása: a javulásra számítók százalékban kifejezett arányából kivonjuk a romlásra számítók arányát. A mutató lehetséges értéke -100 és +100 között van. A 0 értéket akkor veszi fel, ha a javulásra és a romlásra számítók aránya azonos.

Forrás: NFGM (2010) 168–169. o.

A válság jelei

A pénzügyi szektorban kezdődő válság néhány hónapos késéssel érte el a magyar reálgazdaságot. 2009 januárjában a havi ipari termelés az egy évvel korábbinak 77,6 százalékára, a kiskereskedelmi forgalom 97,6 százalékára csökkent. 2009 januárjában a kivitel az előző év azonos időszakának mindössze 71 százaléka volt (*KSH Gyorstájékoztató*, 2010a 3. o.; 2010b, 4. o.; 2010c, 4. o.).

Az üzleti kilátások is drámaian romlottak: 2009 első negyedévében: az ipar rendelkezésállománya Magyarországon 25 százalékkal alacsonyabb volt az egy évvel korábbinál. A gazdasági minisztérium felméréseiben a vállalkozások növekedését akadályozó tényezők között 2007-ben a válaszadók 45, 2008-ban 48, 2009-ben már 62 százaléka említette, hogy nincs elég megrendelése (*NFGM*, 2008, 171. o.).

Az év folyamán sem javult a helyzet, végül 2009-ben a GDP termelése az előző évnek 93,7 százalékára esett. A KSH adatai szerint az éves ipari termelés közel 16 százalékkal csökkent, de jelentős volt a visszaesés a mezőgazdaságban és a kereskedelemben is. A kiskereskedelmi forgalom 2009-ben nem érte el az előző évi 95 százalékát. Folytatódott az építőipar ekkor már harmadik éve tartó lecsúszása is. A beruházások volumene 2009-ben 8,6 százalékkal csökkent. A növekedés addigi motorja, az export is 10 százalékkal esett vissza az előző évhez képest (*KSH*, 2009; *KSH*, 2010).

Ezek után aligha meglepő, hogy a pénzügyi válság és a kereslet csökkenése folyamatosan és erőteljesen rontotta az üzleti élet szereplőinek várakozásait, amint az az 5. ábrából és az 1. táblázatból látható.

A 2009. évi felmérésben megkérdezett 2000 kis- és közepes vállalkozás 88 százalékának csökkent valamilyen mértékben az árbevétele. Közülük legalább egyötödös vagy még nagyobb bevétel-visszaesésről számolt be a válaszadók 69,1 százaléka (*NFGM*, 2010, 159. o.)

Az esettanulmányok is a piacok drámai zsugorodásról tudósítanak.

A pénzügyi szektor, a bankok, a korábbinál sokkal kevesebb hitelt nyújtottak partnereiknek. A bankrendszer egészében, mint Várhegyi Éva tanulmányából tudjuk, 2009-ben mintegy 600 milliárd forinttal csökkent a vállalkozói hitelek, és 400 milliárddal a lakossági hitelek állománya. Pásztor Sára tanulmányában olvashatjuk, hogy 2008-ról 2009-re az értékesített új autók száma 78,4 ezer darabbal, a forgalomba helyezetté 91,7 ezer darabbal csökkent. A gépkocsivásárlások (a regisztrált új gépkocsik) száma 2009-ben 45,6 százalékkal esett az előző évhez képest Magyarországon. A gépjármű- és járműalkatrész-kiskereskedelem forgalma 2009-ben az előző évnek mindössze 56,9 százaléka volt (*KSH*, 2009, 126. o.). A magyar járműipar 340 cégének forgalma átlagosan 30-40 százalékkal csökkent.

2009-ben zsugorodott a lakásépítés volumene is. 2008-ban 36 075 lakás épült, 2009-ben 11,4 százalékkal kevesebb, 31 994 darab (*KSH*, 2009). A technikai fejlődés hordozóinak, az új gazdaság termékeinek hazai piacait sem kerülte el a recesszió. A mobil-előfizetések száma az 2008. évi 12 224 millióról, 2009-ben 11 792 millióra

csökkent (*KSH Gyorstájékoztató, 2010d*). „...az országban eladott asztali számítógépek száma már 2008 negyedik negyedévében 34 ezerrel, 60 ezer darabra csökkent az egy évvel korábban értékesítetthez képest. Az idei [2009 – L. M.] negyedik negyedévben az IDC már csupán 40 ezer asztali pc eladására számít” (*Márk, 2009*).

Néhány helyettesítő termék, a vásárlások halasztását, módosítását szolgáló termék-csoport, szolgáltatás forgalma viszont nőtt a gazdasági válság időszakában. A használtcikk-kereskedelem 2009 februárjában az előző év azonos időszakának 109, 2010 februárjában pedig 111,6 százaléka emelkedett. Hasonló fellendülést figyelhetünk meg a gépjármű-javítási piacon (*Harle, 2009*). Ezek a kivételek azonban nem módosítottak az általános és romló tendenciákon, és az üzleti élet szereplőinek romló várakozásain sem.

A válság különböző mértékben és sebességgel érte el a gazdaság egyes ágazatait. Azok a szektorok kerültek először bajba, amelyeknek mind a termelés, mind az eladás oldalán folyamatos kölcsönökre volt szükségük a normális működéshez, illetve a korábban megszokott növekedési ütem fenntartásához. Tipikusan ilyen ágazat az autóiipar, az építőipar és az ingatlanfejlesztés, azon belül is a lakásépítések szegmense, ahol nemcsak az előállítás, hanem a vételár nagy részét is hitelek fedezik – többek között azért, mert az ilyenfajta vásárlások a háztartások számára nagyberuházásnak számítanak. Ezekben a területeken gyorsan és radikálisan jelentkezett a hitelszűke, a vásárlási kedv és hajlandóság mérséklődése. (A lakóingatlanok értékének csökkenése – a megtakarítások értékvesztésével együtt – önmagában is az összes fogyasztás visszafogására ösztönzi a háztartásokat.) Ráadásul a kiadások nagyberuházás-jellege miatt fennáll a vásárlás elhalasztásnak lehetősége – nincs szó folyó fogyasztásról, mindennapi szükségletek kielégítéséről. Kisebb mértékben, de hasonló okokból konjunktúraérzékeny a gépjárműveken kívül a többi tartós fogyasztási cikk piaca is, beleértve az információtechnológiát, amelyet a termékek lecserélésének halasztásán kívül más vállalatok beruházásainak visszafogása is az elsők között érint.

E szektorok válságának tovaterjedését felgyorsította a széles beszállítói kapcsolati háló. Az autóiipar tipikusan összeszerelő ágazat, de a lakásépítés is számos kapcsolódó területet érint: az építőanyag-ipartól a háztartási berendezéseken keresztül a bútortiparig. Ugyancsak kiterjedt a hozzájuk kötődő értékesítési hálózat: mint láttuk, az autókereskedőket, rajtuk kívül pedig a lízingscégeket, az ingatlanközvetítőket, az építési anyagok és felszerelések forgalmazóit szinte azonnal elérte a recesszió hatása.

Vállalati reakciók

A vállalatok jellemzően *több elemből* álló intézkedéscsomaggal igyekeztek megőrizni, növelni versenyképességüket, kivédeni a pénzüpiaci bizonytalanság és a termékek iránti kereslet csökkenésének számukra kedvezőtlen hatásait. „A vállalkozások leggyakrabban működési költségeiket csökkentették, olcsóbb beszerzési források után néztek, készleteiket mérsékeltek, halasztották beruházásaikat. Emellett többlet-erőfeszítéseket tettek piacaik bővítésére. Figyelemre méltó, hogy az elbocsátás,

a munkaidő-csökkentés és a bércsökkentés gyakoriságukat tekintve a középmezőnyben helyezkednek el. A lista végén találhatóak az olyan intézkedések, mint a szállítói tartozások kifizetésének, az állammal szembeni tartozások (adó, tb) kifizetésének halasztása, tehát a nehézségek továbbhárítása. A hitelek átütemezése, a telephelyek átmeneti bezárása zárja a sort” (NFGM, 2010, 159. o.). A *versenyesszüközök* egy része most is a vállalati nehézségek megoldását, másik a halasztását szolgálta (Laki, 1992).

Árak, árverseny. Az alig csökkenő vagy éppen növekvő ágazati termelői árindexek nem jelzik az árverseny (az egymás árai alá kínáló termelők közötti verseny) különösebb élénkülését 2009-ben. Az ipari termelői árak 4,9 százalékkal nőttek az előző évhez képest, ezen belül a belföldi termelői árak 1,9 százalékkal. Az építőiparban a termelői árak annak ellenére 3 százalékkal meghaladták a 2008-as szintet, hogy (mint láttuk) több éve csökkent forgalom. A mezőgazdasági árak indexe 2009-ben az előző évinek csak 90,5 százaléka volt ugyan, de ez az áresést inkább a bőséges termés, mint a növekvő árverseny magyarázza.⁶⁴

Ennek ellenére számos jele van annak, hogy a gazdálkodási nehézségek (a vártnál kisebb bevételek) ellensúlyozásának bevett módjára – a termékek, szolgáltatások árának emelésére – ritkán keríthettek sort a hazai vállalatok. Jellemzően inkább éles *árversenybe* kezdtek, alkalmi, nyílt vagy burkolt *árengedményekkel* próbálták megőrizni piaci jelenlétüket, részesedésüket.

A fővárosi taxi piacon például 2009 elején „a Taxi4 az akkori, kilométerenkénti 220–240 forintos tarifát 184 forintosra nyomta le”. Néhány hónappal később a Taxi 2000 164 forintos tarifával válaszolt. „Válaszul, az utasok öröme, a kisebbek még nagyobb hűztak: hamarosan megjelent a Taxiplus 150 forintos ajánlata, a New York-sárga S-Taxi pedig 149 forinttal csábította utasait, és megdöbbenően alacsonynak tűnik a Rádió Taxi 2777 forintos »bárhonnan-bárhova« ajánlata is. A legeslegkisebbek pedig akár 100 forintért is vállalnak fuvar” (Bogdán, 2010).

Kötetünk termékpályákat bemutató esettanulmányai az árverseny ennél bonyolultabb formáiról tudósítanak. Az egymással versenyző *üzletláncok* a lehető legalacsonyabb ár elérése érdekében versenyeztetik a tejszállítókat. Gyorsan terjed a szállítók számára különösen előnytelenül megkonstruált 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, miközben a beszállítani szándékozó cég még a versenytárs ajánlatát sem ismeri. Ugyanakkor a lánc nem köteles szerződést kötni a beszállítói tender győztesével.

Az *autókereskedők* akciókkal (alkalmi árengedményekkel) igyekeztek növelni

64 A búza tonnánként felvásárlási átlagára 2008-ban 40 095 forint, 2009-ben 29 872 forint volt (KSH, 2009.101. o.).

a forgalmat. A nekik szállító importőrök/termelők pedig nem csak az árakat, de az árképzés menetét is ellenőrzik. A partnerkereskedők forgalmának, üzletmenetének rendszeres és alapos elemzésével értékelik az (ár)kedvezményes akciók megalapozottságát.

Az *autóipari beszállítók* piacán a standardizált alkatrészek, részegységek megrendelésekor is a minél olcsóbb beszállító kiválasztása a cél, tekintet nélkül más tényezőkre. A válság idején gyorsan terjedt az úgynevezett nyitott rendelés (*open booking*), ahol részletesen – tételesen, műveletenként – be kell mutatni a megrendelőnek, hogyan jön ki a végső ár. A másik irány a költségmodell. Ebben van több száz termék, amit csoportokba sorolnak, különféle gyártási jellemzők alapján (például a komplexitás, a műveletek száma szerint). Amikor a vevő ezek közül megrendel egy terméket, a nemzetközi piaci érték szerint ajánl érte valamennyit. A beszállító dönthet, hogy vállalja-e ezen az áron a gyártást, vagy sem.

Készletek. A gazdasági tárca említett felmérése szerint a vállalatok a piaci kereslet csökkenését, *versenyképességük várható romlását* vásárlásaik halasztásával, kiárusítással, másként a készleteik csökkentésével is ellensúlyozták. E döntéseik hatására 2009 közepére a „készletek állománya – az eddig tapasztalt első negyedévi általános tendenciáktól eltérően – jelentősen mérséklődött. Ennek oka elsősorban a nagykereskedelem ágazatban a földgázkészletek apadása, és a járműkereskedelem, -javítás, üzemanyag-kereskedelem ágazatban mért készletcsökkenés” (6,7 százalékkal *zuhant...*, 2009). A készleteknek az év második felében is folytatódó leépítése szintén hozzájárult a gazdaság zsugorodásához: „a nagymértékű csökkenés fontos tényezője volt a készletek állományának további jelentős apadása” (*KSH-jelentés...*, 2009).

Az általunk alaposabban megismert termékek gyártói és forgalmazói is a korábbinál szigorúbb készletezéssel csökkentették a működés költségeit. Eközben a termékpálya többi szereplőjére próbálták hárítani a készletezés terheit, például az autógyártók az importőrökre, azok pedig – több-kevesebb sikerrel – a kereskedőkre.

Beruházások, fejlesztések. A magyar gazdaság beruházási teljesítménye már 2008-ban három százalékkal csökkent az előző évhez képest. Az esés folytatódott a világgazdasági válság kitörése után: 2009-ben a beruházások volumene 8,6 százalékkal alacsonyabb volt, mint 2008-ban, 2009 negyedik negyedévében pedig 11 százalékkal csökkent az előző év azonos időszakához viszonyítva (*KSH Gyorstájékoztató*, 2010e). A visszaesés a vállalati szektorban az átlagosnál is súlyosabbnak bizonyult. Ennek elsősorban a kereslet csökkenése volt az oka, de hozzájárult a bankok korábbinál szigorúbb hitelezési gyakorlata is. A gazdasági tárca idézett felmérése szerint a vállalatok nem érzékelték a korábbinál nagyobb arányban tőke- vagy hitelhiányt 2009-ben, mint 2008-ban (*NFGM*, 2010). Ez inkább azt jelzi, hogy a (beruházási) hitelkereslet is visszaesett, de akik szeretnének, azok is nehezen jutnak kölcsönhöz – például a pályázatokhoz szükséges önerő fedezetéhez. A forgóeszköz-finanszírozás hiánya pedig például az egyik fő oka volt a húsipari és általában élelmiszer-ipari csődöknek.

A beruházások egy részének a halasztása, törlése javíthatta a vállalatok piaci pozícióját, túlélési esélyeit, hiszen az esetek túlnyomó többségében nem a gépek, berendezések állapota, avultsága okozta a rendeléshiányt. Itt újból hivatkozhatunk az előbb említett felmérésre, amely szerint a vállalat növekedését akadályozó tényezők között a válság éveiben kevesebben említették a meglévő kapacitásaik korszerűtlenségét, elavultságát, mint korábban (NFGM, 2010, 162–163. o.).

Létszámcsökkentés. A gazdasági válság kezdete után néhány hónappal, 2009 első negyedében készült felmérés során a válaszoló vállalatok megbecsülték a tizenkét hónap múlva várható létszámváltozást: „[A] vállalkozások 52,0 százaléka egy éven belül stagnálással számol, míg közel negyedük növekedést jelez, és kevesebb mint ötödük jelez létszámcsökkenést” (ÁFSZ, 2009. 14. o.). Egy évvel később kiderült, hogy a megkérdezettek körében a létszám a várt 1,7 százalékos helyett 4,8 százalékkal csökkent. A 2008. augusztus–októberi időszakban mért 7,8 százalékos munkanélküliségi ráta 2010. január–márciusra 11,9 százalékra nőtt, és 3879 ezerről 3688 ezerre csökkent a foglalkoztatottak száma (KSH Gyorstájékoztató, 2010f). Ez arra utal, hogy a vállalatok nagyobb hányada hajtott végre létszámcsökkentést, mint amennyi tervezett.

Az előirányozottnál nagyobb létszámcsökkentés sem módosította jelentősen a becslési arányokat 2010 első negyedében. A létszámtervezésben a vállalatok továbbra is lassan, mondhatni vonakodva reagálnak a piacaik zsugorodására. „A vállalkozások 54,3 százaléka egy éven belül stagnálással számol, 28,6 százalékos növekedést és közel 17,1 százalékos jelez létszámcsökkenést” (ÁFSZ, 2010, 13. o.). A vállalatok – hogy gyorsan alkalmazkodjanak a várható gazdasági fellendülés idején növekvő kereslethez – igyekeztek minél nagyobb arányban megtartani a képzett, megbízható munkaerőt.

A vállalatok egy része – erre találunk példát az *autókereskedőknél* és a *penzügyi szektorban* – jelentős létszámcsökkentést hajtott végre. Elsősorban a képzetlen, cserélhető munkaerőtől szabadultak meg. Számos vállalat viszont áthidaló megoldásokkal igyekezett elkerülni vagy *mérsékelni az elbocsátásokat*. Sok *autóipari beszállító* részmunkával, csökkentett munkaidővel, a bérek ideiglenes befagyasztását szolgáló megállapodásokkal tartotta meg azokat, akik egy gazdasági fellendülés idején szakértelmükkel hozzájárulhatnak a termelés gyors felfuttatásához. Több esetben, hasonló okból, a kiszervezett gyártást vette vissza a vállalat, így tartotta meg a számára értékes munkaerőt

Köribetartozás, hitelek. A vállalatok nemcsak azért halasztották, törölték a beruházásaik jelentős részét, mert csökkent a termékeik és szolgáltatásaik iránti kereslet, hanem a hitelpiac kedvezőtlen változásai, a hitelnyújtás 2007-től folyamatosan szigorodó feltételei is a fejlesztések visszafogására készítették őket. E fejlemények hatására a 2008 második feléve és 2009 negyedik negyedéve közötti időszakban a kihelyezni kívánt hitelmennyiség a korábbi évek forgalmához képest jóval kevesebb volt a vállalati hitelek piacán (MNB, 2010, 20. o. 22. ábra). Ezen belül nőtt a rövidebb lejáratú, éven belüli, azaz a vállalatok napi likviditásához szükséges bankhitelek állománya.

A magyar vállalatok mintegy 70-75 százaléka a gazdasági válság feltételei között is bankhitelek nélkül gazdálkodik, nem tud vagy nem akar bankhitelt felvenni. Az ebbe a körbe tartozó cégek közül is egyre többen úgy javították azonban piaci helyzetüket, hogy hitelezésre *kényszerítették* üzleti partnereiket. Késve vagy egyre hosszabb határidőkkel fizettek a megrendelt termékért vagy szolgáltatásért.

2009 novemberében egy vállalati felmérés szerint „a vállalkozói megállapodásokban rögzített átlagos fizetési határidő jelenleg a májusi 41 napról 46 napra módosult, az átlagos késedelem pedig meghaladja a 110 napot. [...] Az mindenképpen komoly, általános likviditási problémákat jelez, hogy a szerződések fele 45 napos, vagy afeletti határidővel jön létre. Ijesztő a 90 napos határidőt meghaladó kontraktusok [számának] gyors növekedése. Májusban még csak a tranzakciók 9 százaléka tartozott ebbe a kategóriába, mára [2009 novemberében – L. M.] ez az arány 16 százalékra növekedett.” (*Beszállítókkal finanszíroztatják...*, 2009.)

Adótartozás, csalárd csőd. A vállalatok növekvő része adókerüléssel, az adóbefizetések halasztásával, önkéntes felszámolással próbálta ellensúlyozni a gazdasági válság kedvezőtlen hatásait. „Az APEH legújabb adatai szerint az utóbbi 12 hónapban [2008. november–2009. november – L. M.] 300 milliárd forinttal emelkedett az adótartozások összege és már meghaladja az 1800 milliárd forintot. Jelenleg [...] a körülbelül háromnegyedmillió vállalkozás közül mintegy négyszázezer tartanak nyilván az adósok listáján. Ez utóbbiak nem kevesebb, mint 1600 milliárd forintnyi tartozást halmoztak fel, ám legtöbbjük már nem működő vállalkozás, így az adó behajtása meglehetősen kétséges. Október végén 1423 olyan vállalkozás szerepelt az adóslistán, amelyek adótartozása egyenként meghaladta a 100 millió forintot. Számuk egy év alatt csaknem 30 százalékkal nőtt.” (*Adótartozások...*, 2009.)

Termékváltás, piacváltás. A tömegesen alkalmazott, rövid távú válságelhárítási és halasztási módszerek mellett jó néhány vállalat a termék- vagy szolgáltatáskínálat átalakításával, új termékek fejlesztésével, bevezetésével, hagyományos piacaik elhagyásával, más piacokra való belépéssel, a kínálatukban korábban kisebb súlyt képviselő termékek, szolgáltatások forgalmának növelésével igyekeznek ellensúlyozni a piaci kereslet csökkenésének negatív hatásait. A piacváltás – és még inkább a termékváltás – időigényes, első mérhető eredményei inkább évek, mint hónapok múltán jelentkeznek. Nem tudjuk, hogy milyen körben és milyen gyakorisággal módosítják a magyar vállalatok a válság hatására a termék- és a piacszerkezetüket, ám esettanulmányaink is jelzik, hogy ez a folyamat már elkezdődött.

Az *autóalkatrész-gyártók* egy része termelése komplexebbé tételével javította a versenytársaival szembeni pozícióját (több kapcsolódó tevékenység „beépítése” a vállalatba, például saját szerszámkészítés, saját kis K + F-részleg). Ezzel bekerülnek a biztos, exkluzív beszállítók közé, csökkentik a versenynyomást, és kivédik az ázsiai versenytársak egyre erősebb támadásait. Az autóiipari beszállítók egy másik csoportja jelentős

termékfejlesztést hajtott végre, így a standardizált gyártás versenypiacra helyett az egyedi termékek piacán kínálhatta – magasabb áron – termékeit a régi és új megrendelőknek. A fejlesztéssel ezek a cégek átkerülhettek abba a vállalati körbe, amit a gazdasági fellendülésre készülő végtermékgyártó – például a megrendelések e célhoz igazított elosztásával – igyekezett megóvni a válság hatásaitól, az esetleges összeomlástól.

A piacváltás sem idegen az autóiipari beszállítóktól, egyesek több – számukra új, felettük levő – beszállítói körbe léptek be, és arra is találtunk példát, hogy ágazaton kívül, a repülőgépiparban találtak új vevőre.

A termék- vagy szolgáltatásszerkezet átalakítására jó példát mutatnak a *személygépkocsi eladásával* foglalkozó nagyobb cégek, amelyek javítórészlegeik forgalmának, piaci részesedésének növelésével igyekeznek ellensúlyozni a fő profil bevételeinek zsugorodását.

Megszűnés, felszámolás. Hasonlóan a termék- és piacváltáshoz, egy vállalat végleges kilépése a piacairól sem gyorsan bonyolítható folyamat. A 2009 első félévi statisztikai közlemények szerint a 2008 őszi kibontakozó válság kezdeti szakaszában kevesen zártak be, léptek ki a hazai termék- és szolgáltatáspiacokról. Ennek valószínű oka, hogy a szervezeti átalakulásokra kényszerítő, kedvezőtlen hatások időben elhúzódva, késleltetve jelentkeztek. Ez is magyarázza, hogy „2009. június 30-án a regisztrált gazdasági szervezetek száma 1 millió 670 ezer volt, 46 ezerrel több mint egy évvel korábban, ezen belül az első félévi emelkedés 16 ezer.” Eközben „Az alakulásokkal ellentétben a megszűnések száma szinte változatlan volt 2008 I. félévéhez képest.” (*KSH Gyorstájékoztató*, 2010g, 2. o.)

Az idők változását jelezheti az is, hogy 2009 első felében 26 százalékkal emelkedett a felszámolás alá került és 35,8 százalékkal a végelszámolás alatt álló társas vállalkozások száma (uo.). Igaz, hogy nőtt, de összehasonlítva a regisztrált szervezetek előbb említett 1,6 milliós vagy a működő vállalkozások 2008-ban 700 ezres számával, továbbra is igen csekély maradt az ilyen eljárások száma, hiszen 2009 második félévében mindössze 3781 gazdasági szervezet került felszámolási és 3707 végelszámolási eljárás alá. Több mint kétharmaduk korábban az építőiparban vagy a kereskedelemben és a vendéglátóiparban működött (*KSH Stadat*).

A felszámolt cégek között minden méretkategória szerepel. Nagyobb szereplők is csődbe mentek például a Herz, a Ganz Daru és több építőipari vállalat, de a kisebbek túlélési esélyei rosszabbak. Erre utal, hogy kizárólag az 5–8 főt foglalkoztató vállalatok száma csökkent 2009-ben. Ebbe a körbe tartoznak például azok az egyetlen nagyobb vállalat számára értékesítők, amelyek – mint azt több *autóiipari beszállító* esete is mutatja – tönkremennek azáltal, hogy a korábban kiszervezett tevékenység vissza kerül a nagyvállalathoz.

2009 második felében a piacra lépők és a piacot elhagyók aránya az utóbbiak felé módosult, ám a gazdasági szervezetek száma 2009-ben végül 32 052-vel volt több, mint az előző évben – a jogi személyiség nélküli vállalkozások száma jelentősen csökkent, a társas vállalkozásoké változatlanul nőtt (*KSH Gyorstájékoztató*, 2010h).

A piaci szereplők körének 2009-ben is tapasztalt bővülését a késleltetetten jelentkező válsághatások mellett más okok is magyarázhatják. Egyfelől – a megszokott módszerrel – a csődbe ment, eladósodott cégeket hátrahagyva, számosan alapítottak új vállalkozást, ezt a statisztika vállalat szám-növekedésként regisztrálta. A válság időszakában is bevált módszer a cégháló létrehozása annak érdekében, hogy a veszteségeket a csoport egyik tagjánál összpontosítsák – az ilyen akciók is növelhették a vállalatok számát, valamint az is, hogy az elbocsátott dolgozók egy része önálló vállalkozóként próbált megkapaszkodni a munkaerőpiacon.

Vállalkozói együttműködés. Miközben a válság általában élesebbé tette a versenyt, és sok helyütt szűkítette a kooperációt a korábban mástól megrendelt termelés kapun belülre vitelével, ezzel ellentétes irányú jelenségekkel, az együttműködés erősödésével is találkoztunk.

Az összefogás esetenként a *megszűnéstől mentett meg* cégeket. Egy nagy autókereskedés egyik tagvállalatának csődközeli állapotában az importőr – a tulajdonos számára korábban elképzelhetetlen módon – a bónusz és az árrés tekintetében is engedett, és ezzel átsegítette partnerét a kritikus időszakon. Az autóiipari beszállítók közepes méretű, magyar tulajdonban lévő szereplője vigyázott arra, hogy a vele kapcsolatban álló mintegy húsz magyar kisebb cég túlélje a válságot: összehívta az alvállalkozóikat, és a helyzet közös elemzése után úgy osztotta el a munkát, hogy mindegyikük talpon maradjon. A kipróbált, megbízható üzletfelek megtartása tehát esetenként fontosabb a rövid távú nyereség szempontjainál.

Máskor az együttműködés a *versenypozíció erősítésének eszköze*, aminek fontossága sokak számára csak a rendkívüli helyzetben vált nyilvánvalóvá. Vannak olyan nagy autókereskedők, akik korábban soha sem ültek le egy asztalhoz, de az utóbbi időben már hajlandók voltak megtárgyalni egy-egy közös problémát, és az importőrrel szemben együttesen képviselték a közös álláspontot.

Egy száz alkalmazottal dolgozó alkatrészgyártó középvállalat a válság hatására belátta: mérete erősen korlátozza lehetőségeit. Két másik vállalattal közösen lépett fel a megrendelőkkel szemben: hármójuk kétszáz foglalkoztatottja fele mérnök. Ez a stratégiai szövetség megnövelte a termékínálatuk komplexitását és a vállalható megrendelés-nagyságot. Az első sikeres projekten már túl is vannak. Ugyanez a cég egy Ausztriában tevékenykedő vállalattal is együttműködik (lásd Antalóczy Katalin és Sass Magdolna tanulmányát a kötetben).

Fúziók, felvásárlások. A válság okot és lehetőséget is ad az összeolvadások szaporodására, a vállalatok terjeszkedésére és ezzel a piaci és versenyviszonyok átrendezésére. A felszámolásokhoz hasonlóan az összeolvadásokkal és a felvásárlásokkal kapcsolatos döntések és eljárások is viszonylag hosszú ideig tartanak. Még nincs átfogó képünk az ilyen akciókról, de esettanulmányaink arról tudósítanak, hogy a válság hatására több ilyen tranzakcióra került, kerül sor.

Az *autóipari beszállítók* piacáról készült tanulmány szerzői említenek egy külföldi tulajdonú vállalatot, amely a kilencvenes évek elején 60 magyar beszállítóval rendelkezett, ezek száma összeolvadásokkal-felvásárlásokkal hatra csökkent a válság idején. Jellemző eset, hogy a csőd közelébe került kisebb cégeket – vagy mint az *autókereskedelemben* a tönkrement szalonokat, üzemegységeket vásárolnak fel a nagyobb, tőkeerős vállalatok.

•

A termékek, szolgáltatások piacainak közelebbi vizsgálata több esetben megmutatta, hogy a világgazdasági válságot megelőzően számos sokk érte a piaci szereplőket: 1990-es évek transzformációs válságának hatásain már túlléptek, de az európai uniós csatlakozás nyomán erősödő verseny, a szerkezetváltás halogatása – amelynek szükségességét az ezredfordulót követő gyors növekedés vagy az erőteljes állami támogatás elfedte –, majd a már 2005-től elkezdődő piacsűkülés miatt sok helyütt inkább *a kritikus helyzetek egymásra torlódásáról* beszélhetünk.

ÖSSZEFOGLALÓ

1. A világméretű pénzügyi-gazdasági válság súlyos *dilemma* elé állította a versenypolitika alakítóit: kizárólag a fogyasztói jólétet célszerű-e szem előtt tartaniuk, vagy az általános gazdasági nehézségek elhárítását is tekintsék feladatuknak?

Az Európai Unió döntéshozói nem zárkoztak el az utóbbi megoldástól, sőt a versenyhatóság aktív, koordináló szerepre törekedett, miközben megpróbálta fenntartani a szabályozás alapkereteit. A kényes egyensúly létrehozását megkönnyítette a korábbi szabályozás logikája, a versenykorlátozó magatartások általános tiltásához csatlakozó kivételek, mentességek sora, amelyek megfelelő kezelése viszonylag széles mozgásteret adott.

2. A gazdaságstabilizálás szempontjainak előnyben részesítése és ebből következően a versenyszabályok engedékeny alkalmazása elsősorban az állami támogatásokat érintette, amelyek így a válság elterjedése idején megnövekedtek. Ezek az eszközök, valamint az állami válságkezelés és gazdaságélénkítés más módszereinek egy része is korlátozza a versenyt. A nagyléptékű beavatkozás révén a *versenytorzítás hajtóerői* – európai uniós hozzájárulás birtokában – *az egyes országok kormányai lettek*. Velük és a kartellező, összefonódó vagy erőfölényükkel visszaélő cégekkel szemben a versenyhivatalok sokszor gyengébbnek bizonyulnak. Ráadásul nemcsak az állami, hanem gyakran a vállalati válságkezelő intézkedések is a hagyományos versenyszabályozásba ütköznek, de a kormány iránt tanúsított elnéző magatartás – tetézve azok közvetlen, a versenyszempontokat keresztező nyomásával vagy beavatkozásával – ezen a területen is aláássa a szigor elvi alapjait. Elméletileg, de a gyakorlatban

is felmerült az átváltás lehetősége az állami és a vállalati versenykorlátozás között: sok szakértő szerint az előbbi a kisebbik rossz, mert a piacszerkezetre gyakorolt tartós hatás csekélyebb, az átmeneti jelleg (elvileg) könnyebben biztosítható, mint a vállalati lépések esetében.

3. A versenyt korlátozó állami válságkezelés jórészt a régről ismert eszköztárat használja a piacteremtéstől a profitnövelő támogatásokon át a vállalatmentő segítségig, amihez néhány új eszköz és megközelítés társul. Újdonságnak számít az eljárásrend és az arányok módosítása: a döntések és pénzkütiutalások felgyorsításának szándéka, a vállalkozásokat kedvezően érintő könnyítések bevezetése, a támogatási keretek átcsoportosítása, de mindenekelőtt a beavatkozás és az újraelosztás léptéke.

4. Az állami válságkezelés a legtöbb országban megakadályozta a pénzügyi rendszer és a gazdaság összeomlását, de nemcsak a költségvetés és az eladósodás szempontjából hordoz ma már nyilvánvaló veszélyeket, hanem a jövőbeli versenyhelyzet szempontjából is. A kockázatok kiterjednek a magatartásmintákra (erősíthetik az erkölcsi kockázatot), a piacszerkezetre (csökken a szereplők száma, a kilépések és a fúziók miatt növekszik a koncentráció), és nem kizárt az állami (tulajdonosi, iparpolitikai, túlszabályozási) befolyás tartós erősödése.

5. A magyarországi válságkezelésnek és gazdaságélénkítésnek a makrogazdasági pénzügyi helyzet rendezésén túl megtett lépései – jórészt annak szigorú egyensúlyi követelményei miatt – nem voltak nagyléptékűek. A hazai támogatási szint már a válság előtt magas volt, de ez 2008-ban nem ugrott meg. (Végleges adatok hiányában egyelőre még csak valószínűsíthetjük, hogy 2009-ben sem.) A meghirdetett nagy élénkítő csomagok ugyanis a megelőző tíz év kormányzati gyakorlatát követik, a hangzatos elnevezések háttérben zömmel csak a korábban is létező konstrukciók húzódnak meg, némi módosítással. (Az új megközelítés Magyarországon leginkább az iparpolitikai jellegű – azaz nem piaci szelekciót alkalmazó, versenytorzítással fenyegető – ágazati akciótervek kidolgozásának feléledése.) Mivel ezek a formák zömmel az Európai Unió által amúgy is megítélt kifizetésekre építenek, a pótlólagos forrás és így a pótlólagos növekedési hatás kicsi. De a kényszerűen visszafogott mérték egyben kisebb versenykorlátozó hatással – és a növekedés megindulásakor jobb költségvetési helyzettel is – jár, ami a következő években előnyt jelenthet.

6. A gazdaság élénkítését Magyarországon az is korlátozza, hogy miközben a kormányzat az állami megrendelések és támogatások gyorsítását hirdette, a közbeszerzéseket 2009 végétől mesterségesen lassította, majd leblokkolta. A verseny szempontjából fontos közbeszerzési piacon az átgondolatlan szabályozás és a gyakori törvénymódosítás által teremtett bizonytalan jogi környezet már korábban is zavaros helyzetet teremtett. Ráadásul az állami szervezetek továbbra sem tartózkodtak a jogsértő magatartástól, majd esetenként utólag legalizálták a törvényekbe ütköző lépéseket.

7. A válság idején alkalmazott támogatási formák ugyanakkor jól mutatják az állami beavatkozás hatásának korlátait is. Az életmentő és egyéb vissza nem térítendő támogatások, valamint rugalmas, gyorsan és egyszerűen hozzáférhető eszközök

(például kedvezményes hitelek, garanciavállalás stb.) sok vállalkozás talpon maradását segíthették – bár az is látható, hogy a mélypont közelében a kölcsönöknek sem a kínálatában, sem a keresletében nem sikerült áttörést elérni. Más, nagyobb léptékű eszközök, mint az európai uniós források közvetlen elosztása, az állami megrendelések előrehozása vagy az ágazati akcióprogramok azonban jellegükből következően csak *késleltetve, hosszabb időtávon hatnak*. Ezért az akut válságkezelésre alkalmatlanok, és ha a krízis viszonylag gyors lefutású, akkor a szándékokkal ellentétesen nem kisimítják, hanem *erősítik a ciklikus kilengéseket*.

8. A kormányzati válságkezelés első lépéseiből nem következik sem az, hogy szükségserű az állam túlsúlyra jutása, a verseny hosszú távú korlátozása, sem az, hogy rövid kitérő után minden változatlanul mehet tovább. A következményeket azonban csak a következő évek fejleményeinek fényében lehet majd megítélni.

9. A vállalatok a 2005. évi gazdaságpolitikai irányváltást követő *lassulás során már tanulták, használták a válságkezelés módszereit*. Több elemből álló intézkedéscsomaggal próbálták megőrizni, növelni versenyképességüket, kivédeni a termékeik iránti kereslet csökkenésének kedvezőtlen hatásait. Új termékek bevezetésével, olcsónak tűnő, könnyen elérhető hitelekkel, az értékesítéssel foglalkozók erős ösztönzésével élénkítették a keresletet. A cégek nem számítottak a 2008 utáni fejleményekre, ám tapasztalataikat hasznosítva *viszonylag gyorsan alkalmazkodtak* a válság rendkívüli körülményeihez. Hamar kiderült azonban, hogy a megtanult módszereknek csak egy részét lehetett az új helyzetben bevetni. Az olcsó áruhitelek például előrehozott vásárlást gerjesztettek, ami növelte a visszaesés mélységét és hosszát. A válságstratégia kialakításakor tehát a vállalatoknak számolniuk kellett azzal, hogy a keresletélénkítés általuk bevethető tartalékai jórészt kimerültek.

10. A termelők és a kereskedők először inkább a megoldás, mint a halasztás eszközeit alkalmazták 2009-ben. Az egyszerűbb – rövid termékpályás – piacok szereplői *éles árversenybe* kezdtek, alkalmi, nyílt vagy burkolt árengedményekkel próbálták megőrizni piaci jelenlétüket, részesedésüket. Kötetünk esettanulmányai az élesedő árverseny bonyolultabb formáiról tudósítanak, amelyekben a termékpálya különböző pontjain elhelyezkedő vállalatok közötti erőviszonyoktól függ, hogy ki a versenyzető és ki a versenyző.

11. 2009-ben a vállalatok a korábbinál *szigorúbb készletezéssel* csökkentették a működés költségeit. A válság miatt éleződő versenyben a termékpálya erőviszonyai a korábbinál is erősebben befolyásolják azt, hogy a piaci szereplők között hogyan oszlanak meg a készletezés terhei. Az általunk megismert termékek gyártói és forgalmazói a termékpálya többi szereplőjére próbálták hárítani ezeket a költségeket, például az autógyártók az importőrökre, azok pedig – több-kevesebb sikerrel – a kereskedőkre.

12. Sok esetben a *beruházások halasztása, törlése* javította a vállalatok piaci pozícióját, túlélési esélyeit, hiszen az esetek túlnyomó többségében nem a gépek, berendezések állapota, avultsága okozta a rendeléshiányt. A cégek nemcsak azért mondtak le beruházásaik jelentős részéről, mert csökkent a kereslet, hanem a hitelnyújtás 2007-től folyamatosan szigorodó feltételei is a fejlesztések visszafogására készítették őket.

13. A vállalatok egy része jelentős létszámcsökkentést hajtott végre. Elsősorban a képzetlen, cserélhető munkaerőtől szabadultak meg. Számos vállalat áthidaló megoldásokkal igyekezett *elkerülni vagy mérsékelni az elbocsátásokat*. Rész munkával, csökkentett munkaidővel, a bérek ideiglenes befagyasztását szolgáló megállapodásokkal, a kiszervezett termelés visszavételével megtartották azokat a dolgozóikat, akik egy gazdasági fellendülés idején szakértelmükkel hozzájárulhatnak a termelés gyors felfuttatásához.

14. Nemcsak a válsághelyzet megoldásának, hanem *halasztásának eszközei* is terjedtek. Növekvő számú vállalat késve vagy egyre hosszabb határidőkkel fizetett, hitelezésre kényszerítette üzleti partnereit. Egyre többen adókerüléssel, az adóbefizetések halasztásával, önkéntes felszámolással próbálták ellensúlyozni a gazdasági válság kedvezőtlen hatásait.

15. Jó néhány vállalat a *termék- vagy szolgáltatáskínálat átalakításával*, új termékek fejlesztésével, bevezetésével, új piacok keresésével, korábban a kínálatban kisebb súlyt képviselő termékek, szolgáltatások forgalmának növelésével igyekszik ellensúlyozni a piaci kereslet csökkenését. A piac- és még inkább a termékváltás időigényes, első eredményei inkább évek, mint hónapok múltán jelentkeznek, válnak mérhetővé.

16. A termék- és piacváltáshoz hasonlóan a vállalatok *végleges kilépése a piacról* sem gyorsan bonyolítható folyamat. A válság első hónapjaiban kevesen zártak be, egyes méret- és tulajdonosi kategóriákban a vállalatok száma nőtt is a ebben az időben. Lehetséges, hogy a szervezeti átalakulásokra kényszerítő, kedvezőtlen hatások időben elhúzódva, késleltetve jelentkeznek, és csak a válság, esetleg az ezt követő fellendülés során növekszik a felszámolások száma.

17. Miközben a válság általában élesebbé tette a versenyt, találkoztunk a vállalatok közötti *együttműködés erősítésével* is. Ez esetenként a csődtől mentette meg az átmenetileg bajba került, de kipróbált partnereket, máskor a közös fellépés, a kooperáció a megrendelővel szemben elfoglalt pozíció erősítésének eszköze.

18. A válságkezelés egészének a versenyfeltételekre gyakorolt hosszabb távú hatásáról csak az átmenetinek szánt intézkedések sorsának, a ma is érzékelhető kockázatok bekövetkeztének vagy elkerülésének ismeretében lehet majd átfogó értékelést adni.

HIVATKOZÁSOK

6,7 százalékkal zuhant... (2009): 6,7 százalékkal zuhant a magyar GDP. Menedzsment Fórum. június 9., http://www.mfor.hu/cikkek/6_7_szazalekkal_zuhant_a_magyar_GDP.html.

AAM (2009): Gyorsítósáv III. Ajánlás a fejlesztési források hatékonyabb felhasználásához. AAM Tanácsadó Zrt., Budapest, október 28.

- Ábrahám Ambrus* (2009): Kihagy a Herz szívverése. Népszabadság, április 30., <http://www.nol.hu/gazdasag/lap-20090430-20090430-77>.
- Adler, E.–Kavanagh, J.–Ugryumov, A.* (2010): State Aid to Banks in the Financial Crisis: The Past and the Future, *Journal of European Competition Law and Practice*, Vol. 1. N. 1. 66–71. o.
- Adótarozások...* (2009): Adótarozások: 1800 milliárd forint hiányzik. HVG.hu, november 17., http://hvg.hu/kkv/20091117_adotartozasok_1800_milliard_hiany.
- ÁFSZ* (2009): A negyedéves munkaerő-gazdálkodási felmérés főbb eredményei 2009. I. negyedév. Állami Foglalkoztatási Szolgálat, Budapest. Letölthető a http://www.afsz.hu/engine.aspx?page=afsz_negyedev_munkaerogazd_felmeres oldalról.
- ÁFSZ* (2010): A negyedéves munkaerő-gazdálkodási felmérés főbb eredményei 2010. I. negyedév. Állami Foglalkoztatási Szolgálat, Budapest. Letölthető a http://www.afsz.hu/engine.aspx?page=afsz_negyedev_munkaerogazd_felmeres oldalról.
- Ágazati akciótervek* (2009): Ágazati akciótervek, Nemzeti Fejlesztési és Gazdasági Minisztérium, október 8., http://www.nfgm.gov.hu/feladataink/nfgm_archiv/akciotervek/agazati_akciotervek.html?query=%C3%81gazati%20akci%C3%B3tervek%202009.
- Ahlborn, C.–Piccinin, D.* (2010): The Application of the Principles of Restructuring Aid to Banks during the Financial Crisis. *European State Aid Law Quarterly*, 4., <http://ssrn.com/abstract=1476298>.
- Állami garanciával...* (2009): Állami garanciával egymilliárdos hitelt kap a Gyulai Húskombinát. MTI/Menedzser Fórum, október 15., http://www.mfor.hu/cikkek/Allami_garanciaval_egymilliardos_hitelt_kap_a_Gyulai_Huskombinat.html
- Anderson, R. D.–Yukins, C. R.* (2009): International Public Procurement Developments in 2008; Public Procurement in a World Economic Crisis (2008). West Government Contracts Year in Review Conference, GWU Legal Studies Research Paper, No. 458., <http://ssrn.com/abstract=1356142>.
- ÁSZ* (2009): Tájékoztató az európai uniós források 2008. évi felhasználásának ellenőrzéséről. Állami Számvevőszék, Budapest, szeptember.
- Átmeneti...* (2009): Átmeneti támogatások a bajba jutott vállalkozásoknak. MTI, március 6., http://www.kormanysovivo.hu/news/show/news_1547?lang=hu.
- Batka Zoltán* (2009): Súlyom visszadobta a beszállítói törvényt. Népszabadság, július 16., http://www.nol.hu/gazdasag/20090716-solyom_visszadobta_a_beszallito_vedo_torvenyt.
- Beszállítókkal finanszíroztatják...* (2009): A beszállítókkal finanszíroztatják magukat a cégek. Menedzsmen Fórum, november 26., <http://cbox.hu/a-beszallitokkal-finanszirozatjak-magukat-a-cegek>.
- Bishop, S.–Walker, M.* (2010): The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement. Sweet & Maxwell, London.
- Bizottság iránymutatása* (2004): Iránymutatás a vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló tanácsi rendelet szerint a horizontális összefonódások értékeléséről (2004/C 31/03) HL C, 031. február 5. 5–8. o. <http://eur-lex>.

europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52004XC0205%2802%29:H
U:HTML.

Bizottság iránymutatása (2006): Iránymutatás az 1/2003/EK rendelet 23. cikke (2) bekezdésének a) pontja alapján kiszabott bírságok megállapításáról (2006/C 210/02) HL C 210. szeptember 1. 2–5 o., <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2006:210:0002:0005:HU:PDF>.

Bizottság közleménye (2004): A közösség iránymutatása a nehéz helyzetben lévő vállalkozások megmentéséhez és szerkezetátalakításához nyújtott állami támogatásokról. (2004/C 244/02) október 1., <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2004:244:0002:0017:HU:PDF>.

Bizottság közleménye (2008): Az állami támogatásokról szóló szabályoknak a pénzügyi intézetek vonatkozásában a jelenlegi pénzügyi világválsággal összefüggésben tett intézkedésekre történő alkalmazása (2008/C 270/02) C HL, október 25., <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:270:0008:0014:HU:PDF>.

Bizottság közleménye (2009a): A pénzügyi szektor életképességének helyreállítása és a jelenlegi válságban hozott szerkezetátalakítási intézkedések értékelése az állami támogatási szabályok alapján (2009/C 195/04) C HL, augusztus 19., <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:195:0009:0020:HU:PDF>.

Bizottság közleménye (2009b): Ideiglenes közösségi keretrendszer a finanszírozási lehetőségek elérésének támogatására irányuló állami támogatási intézkedésekhez a jelenlegi pénzügyi és gazdasági válságban. (2009/C 16/01) C HL, január 22., <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:016:0001:0009:HU:PDF>.

Bizottság közleménye (2009c): A nehéz helyzetben lévő vállalkozások megmentéséhez és szerkezetátalakításához nyújtott állami támogatásokról szóló közösségi iránymutatás meghosszabbításáról. (2009/C 156/02) C HL, július 9., <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:156:0003:0003:HU:PDF>.

Bizottság közleménye (2009d): Iránymutatás az EK-Szerződés 82. cikkének az erőfölényben lévő vállalkozások versenykorlátozó visszaélő magatartására történő alkalmazásával kapcsolatos bizottsági jogérvényesítési prioritásokról (2009/C 45/02) C HL, február 24., <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:045:0007:0020:HU:PDF>.

Bizottság közleménye (2010): Az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának. Kohéziós politika: 2010. évi stratégiai jelentés a 2007–2013 közötti időszak programjainak végrehajtásáról. COM(2010)110 végleges, Brüsszel, március. 31., http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/communic/reporting2010/com_2010_110_hu.pdf.

Blahó Miklós (2009): Kereskedelmi háború jön? Népszabadság, február 6.

Bogdán Zoltán (2010): Fővárosi fuvarozók árháborúja. Circus taximus. HVG, február 13., http://hvg.hu/hvgfriss/2010.06/201006_FOVAROSI_FUVAROZOK_ARHA_BORUJA_Circus_taximu.

- Coppi, L.–Haydock, J.* (2009): The Approach to State Aid in the Restructuring of the Financial Sector. Competition Policy International, 5., <https://www.competition-policyinternational.com/the-approach-to-state-aid-in-the-restructuring-of-the-financial-sector>.
- Czauner Péter* (2009a): Milliárdok a tejiparnak. Népszabadság, január 28., <http://www.nol.hu/lap/gazdasag/lap-20090128-20090128-58>.
- Czauner Péter* (2009b): Enyhülhet a hitelválság az élelmiszeriparban. Népszabadság, május 23., http://www.nol.hu/gazdasag/20090522-enyhulhet_a_hitelvalsag_az_elelmiszeriparban.
- Cs. B.* (2008): Megmenekül, de fogyókúrára kényszerül a Pápai Hús. Népszabadság, december 17., http://www.nol.hu/gazdasag/lap-20081217-20081217_01-11.
- Developments in 2008; Public Procurement in a World Economic Crisis, The George Washington University Law School Working Paper No 458.
- Devlin, A.* (2009): Antitrust in an Era of Market Failure. Harvard Journal of Law and Public Policy, Vol. 33. No. 2. <http://ssrn.com/abstract=1429539>.
- EBRD (2009): Transition Report. Transition is crisis? EBRD London.
- EC* (1982): Twelfth Report on Competition Policy. European Commission, Brüsszel.
- EC* (2002): XXXIInd Report on Competition Policy. European Commission, Brüsszel.
- EC* (2008): Rescue aid to Bradford & Bingley. European Commission, C(2008)5673. Brüsszel, október 1., http://ec.europa.eu/community_law/state_aids/comp-2008/nn041-08.pdf.
- EC* (2009a): Economic Crisis in Europe: Causes, Consequences and Responses. European Commission, European Economy, 7., http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/publication15887_en.pdf.
- EC* (2009b): DG Competition's Review of Guarantee and Recapitalisation Schemes in the Financial Sector in the Current Crisis. European Commission, augusztus 7., http://ec.europa.eu/competition/state_aid/legislation/review_of_schemes_en.pdf.
- EC* (2009c): Facts and figures on State aid in the EU Member States. State Aid Scoreboard., http://ec.europa.eu/competition/state_aid/studies_reports/studies_reports.html.
- EC* (2009d): European Economic Forecast. European Commission – Autumn 2009. Commission Staff Working Document, European Economy, 10., http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/publication16055_en.pdf.
- Egyre több...* (2010): Egyre több befektető jön Magyarországra. Napi.hu, március 18., http://tozsde.forum.hu/i/c-egyre_tobb_befekteto_jon_magyarorszagra-menu-cimlap-submenu-onearticle-news_id-406701-red-latest.html?menu=6&submenu=ingsearch&type=3.
- Európai Bizottság* (2009): Monitoring the Social Impact of the Crisis: Public Perceptions in the European Union. Analytical Report, Flash EB. No. 276. The Gallup Organization, http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_276_en.pdf.
- Európai Unió Tanácsa* (2008): A Tanács 2894. ülése Gazdasági és Pénzügyek, Luxem-

- bourg, 2008. október 7. Sajtóközlemény www.consilium.europa.eu/uedocs/NewsWord/HU/ecofin/103591.doc.
- Farkas Zoltán* (2009): Berobbanás. HVG, április 4.
- Finell, L.* (2009): The Article 82 Reform: Increasing the Incentives to Comply? *World Competition Law and Economic Review*, Vol. 32. No. 3. 283–303. o.
- Fingleton, J.* (2009): Competition Policy in Troubled Times. Office of Fair Trading, Egyesült Királyság, január 20., http://www.offt.gov.uk/shared_offt/speeches/2009/spe0109.pdf.
- G. Tóth Ilda* (2009): Súlyosbodó foglalkoztatási helyzet. Borúban az igazság. HVG, 2009. november 28., http://hvg.hu/hvgfriss/2009.48/200948_SuLYoSBoDo_FoG LALKoZTATASI_HELYZET_Boruban_.
- Gerard, D.* (2008): Managing the Financial Crisis in Europe: Why Competition Law is Part of the Solution, Not of the Problem, *The online magazine for Global Competition Policy*, december 29., http://lawprofessors.typepad.com/antitrust_prof_blog/2008/12/managing-the-fi.html.
- Gerard, D.* (2009): EC Competition Law Enforcement at Grips with the Financial Crisis: Flexibility on the Means, Consistency in the Principles. *Concurrences*, No. 1. január 30., 46–62. o. <http://ssrn.com/abstract=1338000>.
- GKI (2010): A GKI Zrt. konjunktúra-indexe. Enyhülő foglalkoztatási pesszimizmus. február 22., <http://www.gki.hu/hu/novelties/monthlysurvey/compositeindex//100222sentiment.html>.
- GVH (2009): A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának elvi állásfoglalásai. <http://www.gvh.hu/domain2/files/modules/module25/75726987D617E7FB.pdf>.
- Hann Endre–Laki Mihály* (1992): A közvélemény a magángazdaság térnyeréséről, *Közgazdasági Szemle*, 39. évf. 2. sz. 93–108. o.
- Harle Tamás* (2009): Autójavítási piac: márkázva és feketén. Támaszpontok. HVG, november 14., http://hvg.hu/hvgfriss/2009.46/200946_AuToJAVITASI_PIAC_MARKAZVA_ES_FEKETEN_Tamas.
- Hatton, C.–Coumes, J.-M.* (2009): European Commission Adopts Guidance on State Aids to the Financial Sector. *European Competition Law Review*, Vol. 30. No. 2. 51–52. o.
- Heyer, K.–Kimmel, S.* (2009): Merger Review of Firms in Financial Distress. *Merger Review of Firms in Financial Distress*, március 1. <http://ssrn.com/abstract=1368789>.
- Jaeger, T.* (2009): How much flexibility do we need, Commission crisis management revisited. *European State Aid Law Quarterly*, No. 1. 3–5. o.
- Javaslat* (2008): Európai Parlament és a Tanács rendelete az európai globalizációs alkalmazkodási alap létrehozásáról szóló 1927/2006/EK rendelet módosításáról. COM(2008) 867 végleges, Brüsszel, december 16., <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0867:FIN:HU:HTML>
- Jenny, F.* (2009): Gazdasági és pénzügyi válság, szabályozás és verseny. *Külgazdaság*, 53. évf. 9–10. sz. 29–46. o.
- Kelemen Zoltán* (2008): Nyomáspróba. HVG, december 13., <http://hvg.hu/hvgfriss/>

- 2008.50/200850_ELELMISZERTERMELOK_KoNTRA_HIPERMARKETEK_Nyo.
- Kelemen Zoltán* (2009): Lex keksz. HVG, július 11., http://hvg.hu/hvgfriss/2009.28/200928_TORVENNYEL_REGULAZOTT_ELELMISZERKERESKEDOK_.
- Kevesek kiváltsága...* (2009): Kevesek kiváltsága a fejlesztési adókedvezmény. Menedzsment Fórum, szeptember 23., http://www.mfor.hu/cikkek/Kevesek_kivaltsaga_a_fejlesztési_adokedvezmeny.html.
- Kiizzadták...* (2009): Kiizzadták a Bige-birodalom megmentését. Népszabadság, január 28., <http://www.nol.hu/gazdasag/lap-20090128-20090128-76>.
- Kiss Gergely* (2009): Akciós csomagolásban. HVG augusztus 1., http://hvg.hu/hvgfriss/2009.31/200931_KoRMANYZATI_AGAZATI_FEJLESZTESI_TERVEK_Akci.
- Kocsi Margit* (2010): Miért csalódtak a nyertesek? Világgazdaság, február 9., <http://www.vg.hu/kkv/miert-csalodtak-a-nyertesek-305354>.
- Koenig, C.* (2008): Instant State Aid Law in a Financial Crisis. State of Emergency or Turmoil. European State Aid Law Quarterly, No. 4. 627–629. o.
- Kopint-Tárki* (2010): A világgazdaság és magyar gazdaság helyzete és 2010. évi kilátásai. Konjunktúra-jelentés 2010 első negyedév. Február 28., <http://www.kopint-tarki.hu/tanulmányaink/2010/gszt.pdf>.
- Kotzian, P.* (2010): For Better, for Worse? Public Support for the Capitalist Model of the Economy. Január 10., <http://ssrn.com/abstract=1534004>
- Költségvetési Tanács* (2009): Jelentés a Magyar Köztársaság 2010. évi költségvetéséről szóló törvénytervezetről, szeptember 25., http://www.mkkt.hu/download/000/067/Jelentes_a_Magyar_Koztarsasag_2010_evi_koltsegveteserol_szolo_torvenytervezetrol_2009.09.25.pdf.
- Közbeszerzések Tanácsa* (2010): Tájékoztató a közbeszerzések 2009. évi alakulásáról, Közbeszerzések Tanácsa, február 26., http://www.kozbeszerzes.hu/static/uploaded/document/sajtotajekoztato_2010_02_26.doc.
- Kriván Bence* (2009): Kardot rántott Amerika. Népszabadság, január 30.
- Kroes, N.* (2008a): State Aid: Commission Approves German Rescue Aid Package for Hypo Real Estate Holding AG. Commission press-release IP/08/1453. október 2., <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/08/1453>.
- Kroes, N.* (2008b): Dealing with the Current Financial Crisis. Brüsszel, október 6., <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/08/498&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>.
- Kroes, N.* (2008c): In Defence of Competition Policy. Brüsszel, október 13., <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/08/521&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>.
- Kroes, N.* (2008d): The Role of State aid in Tackling the Financial & Economic Crisis. Brüsszel, december 8. <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/08/683&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>.

- Kroes, N. (2009a):* Competition, the Crisis and the Road to Recovery. Toronto, március 30., <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/09/152&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>.
- Kroes, N. (2009b):* Competition Law in an Economic Crisis. Opening Address at 13th Annual Competition Conference of the International Bar Association. Fiesole, EU, szeptember 11., <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/09/385&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>.
- Kroes, N. (2009c):* Lessons Learned from the Economic Crisis. Brüsszel, szeptember 29., <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/09/420&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>.
- KSH (2008):* Statisztikai Évkönyv, 2007. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.
- KSH (2009):* Magyar Statisztikai Zsebkönyv, 2010. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.
- KSH (2010):* Magyar Statisztikai Zsebkönyv, 2009. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.
- KSH-jelentés... (2009):* KSH-jelentés: 2009 makroadatai. TőzsdeFórum, szeptember 25., http://www.tozsdeforum.hu/i/c-ksh_jelentes__2009_makroadatai-menu-cim-lap-submenu-onearticle-news_id-398921-red-ka.html.
- KSH Gyorstájékoztató (2010a):* Gyorstájékoztató, Ipar. 2010. április., <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/gyor/ipe/ipe21004.pdf>.
- KSH Gyorstájékoztató (2010b):* Kiskereskedelem, 2010. április., <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/gyor/kis/kis21004.pdf>.
- KSH Gyorstájékoztató (2010c):* Külkereskedelmi termékforgalom Részletes adatok, 2010. január–április., <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/gyor/kul/kul21004.pdf>.
- KSH Gyorstájékoztató (2010d):* Távközlés, internet, 2010. I. negyedév., <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/gyor/tav/tav21003.pdf>.
- KSH Gyorstájékoztató (2010e):* Beruházás, 2010. I. negyedév., <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/gyor/ber/ber21003.pdf>.
- KSH Gyorstájékoztató (2010f):* Foglalkoztatottság és munkanélküliség, 2010. március–május., <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/gyor/fog/fog21005.pdf>
- KSH Gyorstájékoztató (2010g):* A regisztrált gazdasági szervezetek száma, 2009. I. félév., <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/gyor/gaz/gaz20906.pdf>.
- KSH Gyorstájékoztató (2010h):* A regisztrált gazdasági szervezetek száma, 2009 I. félév 2010. május 11.
- Külföldi... (2010):* Külföldi cégek kapják az adókedvezmények nagy részét. Világ gazdaság Online, május 13. <http://www.vg.hu/gazdasag/makrogazdasag/kulfoldi-cegek-kapjak-az-adokedvezmenyek-nagy-reszet-315644>.
- Kwoka, J. E. Jr. (2009):* The U.S. Industry Under Duress: Fit, or Finished? CPI Competition Policy International, Vol. 5. No. 2.
- Laki Mihály (1992):* A vállalati magatartás változása és a gazdasági válság. Közgazdasági Szemle, 39. évf. 6. sz. 565–579. o.

- Laki Mihály–Voszka Éva* (szerk.) (2008): *Kaleidoszkóp. Versenyhelyzet Magyarországon 2007-ben.* Pénzügykutató Rt., Budapest.
- Legek a ...* (2009): *Legek a végeken.* HVG, 2009. november 28. http://hvg.hu/hvgfriss/2009.48/200948_Legek_a_vegeken.
- Lindsay, A.–Berridge, A.* (2009): *The EC Merger Regulation: Substantive Issues.* Sweet & Maxwell és Thomson Reuters, London.
- Lowe, Ph.* (2009): *Competition Policy and the Global Economic Crisis.* *Competition Policy International*, Vol. 5. No. 2., http://ec.europa.eu/competition/speeches/text/cpi_5_2_2009_en.pdf.
- Lyons, B.* (2009): *Competition Policy, Bailouts and the Economic Crisis.* Centre for Competition Policy, Working Paper 09-4., http://www.uea.ac.uk/polopoly_fs/1.112187!CCP09-4.pdf.
- Márk Edina* (2009): *Mínuszban a számítógép-kereskedelem. Lejebb adták.* HVG, december 19., http://hvg.hu/hvgfriss/2009.51/200951_MINuSZBAN_A_SZAMI_ToGEPKERESKEDELEM_Lejebb_.
- Mateus, A. M.* (2009): *The Current Financial Crisis and State Aid in the EU.* *European Competition Journal*, február 5., <http://ssrn.com/abstract=1500532>.
- Mégis vinnék...* (2009): *Mégis vinnék a Gyulai Húskombinátot. Itt a leendő tulajdonos.* Grupo Milton, szeptember 7., <http://www.grupo-milton.hu/?p=216>
- Mindenki...* (2009): *Mindenki magáért. A protekcionizmus réme a világgazdaságban.* HVG, február 21., http://hvg.hu/hvgfriss/2009.08/200908_A_PRoTEKCIoNIZ_MuS_REME_A_VILAGGAZDASAGBAN_M.
- MNB* (2010): *Felmérés a hitelezési vezetők körében a bankok hitelezési gyakorlatának vizsgálatára. A 2010 első negyedévére vonatkozó felmérés összesített eredményének ismertetése (2010. május).* Magyar Nemzeti Bank, Budapest.
- Mostantól...* (2009): *Mostantól a húzóágazatokra koncentrálnak a kormány.* Origo, június 23., <http://www.origo.hu/uzletinegyed/hirek/20090623-mostantol-a-huzoaga-za-tokra-koncentral-a-kormany.html>.
- Nagy Zoltán* (2010): *The RCC's role and importance in the activities of the GVH. Competition policy after the crisis konferencia 5th Anniversary of the foundation of the OECD-Hungary Regional Centre for Competition in Budapest.* Budapest, március. 3.
- Négyezer-milliárd...* (2010): *Négyezer-milliárd euró bankmentésre.* Népszabadság, május 28.
- NFGM* (2008): *A kis- és középvállalatok helyzete, 2007.* Nemzeti Fejlesztési és Gazdasági Minisztérium, Budapest, http://www.nfgm.gov.hu/sajtoszoba/sajtoanyagok/2008_sajto/08_oktober/kkv_2007.html.
- NFGM* (2009): *A kis- és középvállalatok helyzete, 2008.* Nemzeti Fejlesztési és Gazdasági Minisztérium, Budapest, <http://tranzitonline.eu/2/tanulmanyok/hirek/2009-09-07/a-kis-es-kozepvallalkozasok-helyzete-2008>.
- NFGM* (2010): *A kis- és középvállalatok helyzete, 2009.* Nemzeti Fejlesztési és Gazdasági Minisztérium, Budapest.

- NFÜ (2009): Nemzeti Stratégiai Jelentés a 1083/2006/EK 29. alapján, Magyarország. Nemzeti Fejlesztési Ügynökség, Budapest, hatánap: 2009. szeptember 30., benyújtva az Európai Bizottság számára 2009. december 31-ig, december 31., <http://www.nfu.hu/jelentesek>.
- OECD (2009a): Competition and Financial Markets. Key Findings., <http://www.oecd.org/dataoecd/9/22/43067294.pdf>.
- OECD (2009b): Economic Surveys Euro Area, 2009. Policy Brief, Vol. 1., <http://www.oecd.org/dataoecd/41/6/41912213.pdf>.
- OFT (2009): Government in Markets. Why Competition Matters. A Guide for Policy Makers. Office of Fair Trading, http://www.oft.gov.uk/shared_of_t/business_leaflets/general/OFT1113.pdf
- Ortiz Blanco, L.–Read, A. (2006): European Community Competition Procedure. Oxford University Press, Oxford–New York.
- Ősztől indul... (2009): Ősztől indul a biztos kéz program. június 23., http://www.jointventure.hu/hu/press/090708_2.html.
- Öt év alatt... (2009): Öt év alatt 33 ezer új munkahely. Fn.hu, október 16., http://www.fn.hu/allas/20091016/33_ezer_uj_munkahely_2004/.
- Petit, N. (2009): From Formalism to Effects? The Commission's Communication on Enforcement Priorities in Applying Article 82 EC. World Competition Law and Economic Review, Vol. 32. No. 4. 485–503. o.
- Rendkívüli... (2009): Rendkívüli az érdeklődés a munkahelyteremtő támogatások iránt. április 9. <http://www.szmm.gov.hu/main.php?folderID=13565&articleID=41180&ctag=articlelist&iid=1>.
- Safe Banks... (2008): Safe Banks and Dealmakers Vie as Winners from Turmoil. Reuters, szeptember 25. <http://uk.reuters.com/article/idUKTRE48O6PU20080925>.
- Schwalbe, U.–Zimmer, D. (2009): Law and economics in European merger control. Oxford University Press, Oxford.
- Soltész, U.–von Köckritz, C. (2010): The Temporary Framework. The Commission's Response to the Crisis in the Real Economy. European Competition Journal, S., 106.
- Stiglitz, J. E. (2008): The End of Neo-liberalism? Project Syndicate, július 7., <http://www.project-syndicate.org/commentary/stiglitz101/English>.
- Sürgősségi... (2008): Sürgősségi ellátás. HVG, október 15., http://hvg.hu/hvgfriss/2008.42/200842_Surgossegi_ellatas.
- Szabó Brigitta (2009a): Nem kapnak hitelt a vállalatok, így nem is kérnek az uniós támogatásból. Népszabadság, július 3.
- Szabó Brigitta (2009b): Ámen az uniós pénzek átcsoportosítására. Népszabadság, augusztus 28.
- Szabó Brigitta (2009c): Válságban különösen kapós a Széchenyi-kártya. Népszabadság szeptember 23., http://www.nol.hu/gazdasag/20090923-valsagban_kulonsen_kapos_a_szechenyi-kartya.
- Szabó Yvette (2008): Kikéri maguknak. HVG, december 13., http://hvg.hu/hvgfriss/2008.50/200850_EXPoRToSZToNZES_KICSIBEN_Kikerik_maguknak.

- Szabó Yvette (2009): Tőkétlenségek. HVG, szeptember 26., http://hvg.hu/hvgfriss/2009.39/200939_GAZDASAGFEJLESZTESI_FoRRASoK_ATCSoPoR_ToSITA.
- Szinte teljesen... (2009): Szinte teljesen hozzáférhetővé vált az 1400 milliárdos válságcsomag. Népszabadság, június 2.
- Szlovák kézbe... (2010): Szlovák kézbe kerülhet a Gyulai Húskombinát. Népszabadság Online, május 7., <http://www.beol.hu/bekes/gazdasag/szlovak-kezbe-kerul-het-a-gyulai-huskombinat-frissitve-303781>
- Szöcs László (2008): Autómentő a Fehér Házból, Népszabadság, december 20.
- Tanács rendelete (2003): A Tanács 1/2003/EK rendelete (2002. december 16.) a Szerződés 81. és 82. cikkében meghatározott versenyszabályok végrehajtásáról. HL L 1/1. január 4., <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=DD:08:02:32003R0001:HU:PDF>.
- The de Larosière Group (2009): Report of The de Larosiere-Group, Brüsszel, február 25.
- Tranholm-Schwarz, B.–Ohrlander, P.–Zanettin, B. Campo–Siotis, G. (2009): The Real Economy – Challenges for Competition Policy in Periods of Retrenchment. Competition Policy News Letter, 1., http://ec.europa.eu/competition/publications/cpn/2009_1_2.pdf.
- Válságkezelés és recesszió ... (2008): Mentik a menthetetlent. Válságkezelés és recesszió Európában. HVG, november 1., http://hvg.hu/hvgfriss/2008.44/200844_VALSAGKEZELES_ES_RECESSZIo_EuRoPABAN_Mentik.
- Varga István (2009): A kiemelt ágazatokat támogatná a kormány. Menedzsment Fórum, június 23., http://www.mfor.hu/cikkek/Varga_Istvan__a_kiemelt_agazatok_tamogatna_a_kormany.html.
- Várhegyi Éva (2009): A válság jellege, megjelenési formái és működési mechanizmusai Magyarországon. Kézirat.
- Várkonyi Iván (2009): Terjeszkedési övet kapott az FHB. Népszabadság április 1.
- Voszka Éva (2004): Darázsfészek. (A Gazdasági Versenyhivatal szerepe a versenystrukturális alapjainak alakításában). Közgazdasági Szemle, 51. évf. 1. sz. 1–23. o.
- Werner, Ph.–Maier, M. (2009): Procedure in Crisis? Overview and Assessment of the Commission's State Aid Procedure during the Current Crisis. European State Aid Law Quarterly, No. 2. 177–186. o.
- White, L. J. (2009): Financial Regulation and the Current Crisis: A Guide for the Antitrust Community, június 11., <http://ssrn.com/abstract=1426188>.
- Whyte, P. (2009): How To Restore Financial Stability. The Centre for European Reform (CER), Street, London, http://www.cer.org.uk/pdf/p_943.pdf.
- Wils, W. P. J. (2008): Efficiency and Justice in European Antitrust Enforcement. Hart, Oxford–Portland.
- Zingales, L. (2009): Yes We Can, Secretary Geithner, Economists' Voice, Economists' Voice, Vol. 6: No. 2., <http://faculty.chicagobooth.edu/luigi.zingales/research/papers/geithner.pdf>.

Várhegyi Éva

ÜTÉSÁLLÓ BANKOK

A válság hatása a hazai bankok versenyhelyzetére és magatartására

A 2008 őszén Magyarországot is elérő pénzügyi-gazdasági válság súlyosan érintette a bankszektor. A kedvezőtlen hatásokat kezdetben felerősítette a nyugat-európai kormányok protekcionista politikája, ami hátrányos versenyfeltételeket teremtett a kelet-közép-európai térségben működő leánybankok számára. A tanulmány közép-pontjában annak vizsgálata áll, hogy miként hatott a válság, illetve a válságkezelés a bankok viselkedésére és versenyére. Az elemzés megmutatja, hogy a válság nem egyformán érintette a bankok pénzügyi és piaci pozícióit, és alkalmazkodásuk módzatai is eltértek egymástól. A bankok versenyhelyzetét a kormányzat és a tulajdonosok válságkezelő intézkedései is befolyásolták. Mivel a magyar bankszektorban az állam szerepe csak csekély mértékű, versenytorzító hatása sem lehet erős. A hitelpiac bővülését várhatóan a válságra adott tulajdonosi és szabályozói reakciók – a kockázattérékenység erősödése és a tőkekövetelmények növekedése – fékezik. A felvásárlások és piacelhagyások a magyar bankpiacon is növelhetik a koncentrációt, de ez nem feltétlenül gyengíti a versenyt.

Először a válság, a válságkezelés és a verseny szempontjaiból világítjuk meg a bankszektor jellegzetességeit. Majd felvázoljuk, mi jellemezte a magyar bankrendszer versenyhelyzetét a válság kezdetén és azt megelőzően. Elemezzük a válság megjelenésének formáit és működési mechanizmusait a bankrendszerben, külön kitérve a külföldi tulajdonosok (anyabankok) viselkedésére és a banki alkalmazkodás módzataira. Ezután a kormányzati és jegybanki válságkezelő intézkedések hatásosságát értékeljük, és megvizsgáljuk, hogy ezek hogyan befolyásolták a banki versenyt, illetve a bankok helyzetét és viselkedését. Végül az utolsó fejezetben a válságnak a hazai bankszektor működésében, a piacméret és piacszerkezet, a jövedelmezőség, illetve a banki magatartásminták változásaiban rövid távon jelentkező és a közeljövőben várható hatásait tekintjük át.

A kutatás az elérhető kormányzati, pénzügyi hatósági (MNB, PSZÁF) dokumentumok és statisztikák, banki pénzügyi-üzleti beszámolók és sajtóközlemények elemzésével, valamint külföldi és hazai szakirodalom feldolgozására épült. A válság eszkalálódása (2008. október) óta eltelt rövid idő, valamint a még csak hiányosan elérhető banki pénzügyi beszámolók miatt a tanulmány több megállapítása és következtetése csak kezdeti – később esetleg korrekcióra kerülő – hipotézis.

A BANKSEKTOR JELLEGZETES VONÁSAI A VERSENY, A VÁLSÁG ÉS A VÁLSÁGKEZELÉS SZEMPONTJÁBÓL

A bankok szabályozott piacon működnek, amelyet belépési korlátok, valamint a tulajdonosi körre, az alapítás és a működés feltételeire vonatkozó törvényi előírások bástyáznak körül. A bankok piacra lépésének „természetes” korlátja igen alacsony: banki szolgáltatások viszonylag kis tőkével, szerény biztonsági felszereléssel és néhány szakértővel is beindíthatók. Ez késztette a kormányokat arra, hogy a jog erejével olyan „mesterséges” korlátokat emeljenek, amelyek segítik kiszűrni a tevékenység kockázatához mérten gyenge tőkeerejű és/vagy csalárd szándékú vállalkozókat. A piacra lépés feltételeként megszabott kritériumok azonban csak az előfeltételét teremtik meg a bankok óvatos viselkedésének. A megkövetelt minimális alaptőke, a reális üzleti terv, a vezetők szakmai alkalmassága, valamint a csalárd magatartást minimalizáló tulajdonosi struktúra önmagában nem szavatolja a bankok biztonságos működését; ezért a tevékenységekre, illetve intézménytípusokra felállított törvények további, a hitelezési és a piaci kockázatokat mérséklő szabályokat is előírnak.

A pénz- és tőkepiacok állami szabályozását a nagyobb társadalmi megrázkódtatások megelőzésének-tompításának szándéka hívta életre. E piacokat ugyanis kétféle működési „rendellenesség” is jellemzi. Az egyik abból fakad, hogy az egyéni profitérek követésének olyan káros külső gazdasági hatásai (externáliák) lehetnek, amelyek költségeit e hatások előidézői nem viselik. Végtelen esetben egyetlen banknak a kockázatos hitelkihelyezések miatti fizetéseképtelensége is előidézhet katasztrofális gazdasági összeomlást – pusztán amiatt, hogy a pénzügyi közvetítő rendszer a modern gazdaságokban integráló szerepet játszik. A másik működési „rendellenesség” a pénzügyi piacokat jellemző, a hitelező/befektető és a hitelfelvevő/értékpapír-kibocsátó közötti aszimmetrikus informáltságból fakad, ami miatt a befektetők csak a közvetítő intézmény fizetőképességén keresztül érzékelik a kockázatot. Ez a sajátos vonás hívta életre többek között a betétbiztosítási rendszereket.¹

A szabályok és intézmények egyfelől korlátozzák a pénzügyi közvetítők működési szabadságát, és – a verseny erősségétől függően – csökkentik jövedelmezőségét, miközben többnyire növelik a pénzügyi szolgáltatásokért fizetett díjakat, sőt az adófizető polgárokra is jelentős költségeket hárítanak. A betétesek részleges kártalanítását szolgáló betétvédelmi alapokat például a bankok – általában betétarányos – befizetéseiből hozzák létre, annak költségei így végső soron a betétesekre és a hitelfelvevőkre hárulnak. A díjakból felhalmozódó alap azonban csak kisebb bankcsődök esetén elégséges a betétesek részleges kárpótlására, kiterjedtebb válságok esetén az állam – az adófizetők pénzét felhasználva – mint végső mentstár áll az alapok mögött, sőt más módon is részt vállal a mentésben. A bankrendszerek biztonságos működésének árát tehát „normális” helyzetben a bankok ügyfelei fizetik meg, de a rendszer egészét érintő válságok idején közpénzek felhasználására is sor kerülhet.

1 Lásd erről például *Kohn* (1998) 132–133., 537–539. o.

A válság és válságkezelés, illetve a verseny és versenypolitika szempontjából a bankszektor említett sajátosságai közül a különböző „fertőzések” formájában megjelenő külső gazdasági hatásokat kell kiemelni (Lyons, 2009). A bankrendszer intézményeinek intenzív belső összekapcsolódása (bankközi pénzüi piacok) következtében egy jelentősebb intézmény bukása az egész rendszer összeomlását (bankválság) képes előidézni. Egyetlen fontosabb bank fizetési képtelensége megrendítheti az egész bankrendszerbe vetett bizalmat, bankpánikhoz (a bankok betéti megrohanásához), illetve a bankközi pénzüi piacok befagyásához s ezáltal a pénzforgalom és pénzüi közvetítés megbénulásához, vagyis általános bankválsághoz vezethet. A szektoron belüli fertőzésnek ezt a módját nevezik *dominóhatásnak*. A bankrendszerben bekövetkező események súlyosabb externális hatásai a szektoron túlmutató makrogazdasági következmények, vagyis a szektoron túli *fertőzés*. Ha a bankok iránti bizalom megrendülése miatt kialakul a bankválság, akkor ők is kénytelenek leállítani a hitelezésüket, hogy ezzel ellentételezzék a betétek tömeges kivonását, illetve az eszközeik kényszerű leírását. Ha a bankok nem látják el hitelezési funkciójukat, az a kereslet csökkenéséhez és gazdasági recesszióhoz, súlyos esetben általános gazdasági válsághoz vezet.²

E két, csak a bankszektorra jellemző vonás ad magyarázatot egyrészt a pénzüi intézmények *speciális állami szabályozására*, másrészt a bankválságok kezelésének arra az – 1929/1933-as világgazdasági válság óta elterjedt – gyakorlatára, hogy a bajba jutott bankokat *közpénzek felhasználásával* mentik meg (*bail out*). Bár utólag gyakran megkérdőjelezhető az állami beavatkozás szükségessége (az, hogy nélküle valóban tovaterjedt volna-e a válság), *előzetesen* többnyire elkerülhetetlennek látszik az állam kisebb-nagyobb szerepvállalása; vagy azért, mert egyszerre érinti a bankrendszer számottevő részét (*systemic crisis*), vagy azért, mert féltő, hogy a kialakuló bankpánik miatt gyorsan eszkalálódik a válság.

A bankmentésnek a közvetlen állami kiadásokon túl is vannak társadalmi költségei. A legfontosabb a mentéssel együtt járó *morális kockázat*, amely romboló hatással van a bankok jövőbeli működésére (például gyengíti a pénzüi rendszer önvédelmi képességét, megnövelve a későbbi bukások valószínűségét). Ezt éppen úgy a mentési akciók költségeiként kell számításba venni, mint a valószínűsítően kifizetett összegeket. Ha viszont nem kerül sor a beavatkozásra, és mégis eszkalálódik a válság, akkor még nagyobbakká válhatnak a társadalmi költségek.

Társadalmi költséggel jár a bankmentések *versenytorzító* hatása is. A támogatások ugyanis eltérő módon és mértékben érintik az egyes bankokat, emiatt befolyásolják a piaci és jövedelmi pozíciók alakulását. Még a látszólag semleges szabályozási módosítások (például a betétbiztosítás kártalanítási plafonjának megemelése) is

² Mind a szektoron belül működő dominóhatás, mind a más szektorokat érintő fertőzésveszély plasztikusan megmutatkozott az 1929–1933-as válság során, amikor néhány pénzüi intézmény bukása addig stabilnak látszó intézmények sorát rántotta magával, és rövid időn belül általános gazdasági krízist idézett elő. Ennek mechanizmusáról lásd például *Lucket* (1976), *Kohn* (1998).

kiválthatnak ilyen hatást, de az egyedi beavatkozások (a rossz eszközök kivásárlása, az állami garanciavállalás és tőkejuttatás) bizonyosan módosítják a versenyhelyzetet. Ezért van nagy jelentősége az állami bankmentések átláthatóságának, valamint annak, hogy a döntéshozatal során a morális kockázatot és a versenytorzító hatásokat külön is mérlegeljék.³

Az állami bankmentések azonban – a bankszektor általunk tárgyalt sajátosságai miatt – nem olyan módon és mértékben torzítják versenyt, mint más ágazatokban a hasonló intézkedések (*Adle–Kavanagh–Ugryumov*, 2010). A szektoron belüli és kívüli fertőzésveszély miatt ugyanis a versenytárs bankok is haszonélvezői annak, ha kudarcot vallott társukat megmentik. Ez a hatás lehet közvetlen, amennyiben a rivális bank hitelezője a bukott banknak, illetve közvetett, amennyiben a versenytárs bank ügyfeleit is veszélyezteti egy, a gazdaságra tovaterjedő válság. Emiatt egy jelentősebb bank kudarca esetében nehéz azzal érvelni, amivel egy más iparágban működő cégnél szokásos, hogy a versenytársai a piacról való távozásában lennének érdekeltek. Épp fordítva: a bankok jobban járnak a rendszerfontosságú riválisuk piacon maradásával, függetlenül attól, hogy ez a versenytárs hatékonyan működik vagy sem. A gazdaság és a bankrendszer megmentéséből fakadó előny ellentételezi az ilyen bankok állami támogatásának versenytorzító hatását – legalábbis rövid távon.⁴

A MAGYAR BANKRENDSZER VERSENYHELYZETE A VÁLSÁG ELŐTT

A bankrendszer fejlődése, struktúrája

A magyar bankrendszer mai struktúrája a kilencvenes években alakult ki. A tervgazdasághoz illeszkedő monobanki szerkezetet 1987-ben váltotta fel a Magyar Nemzeti Bank szétválasztásával létrehozott kétszintű bankrendszer.⁵ A magyar bankpiac megnyitásával egyes külföldi hitelintézetek leánybankjai már a nyolcvanas évek elejétől megjelenhettek Magyarországon,⁶ majd a kilencvenes évek közepén indult

3 A bankmentések a szektorok közötti versenyt is torzítják, bár ennek elemzése túlmutat a tanulmány tárgyán. A jelen válság kezelésének azt a sajátosságát azért megemlítjük, hogy a kormányok – szemben a korábbi pénzügyi krízisekkel – a kereskedelmi bankok mellett most befektetési bankokat, sőt biztosítótársaságokat is kimentettek.

4 Az Európai Bizottság bankmentéseket engedélyező döntéseiben is ez a szemlélet fedezhető fel, bár intézkedéseket írnak elő az állami támogatások versenytorzító hatásainak minimalizálása érdekében.

5 Ebben a tervgazdaságban az MNB egy személyben testesítette meg a jegybanki és hitelező banki funkciókat, így a gazdaság hitelszükségletéhez igazíthatták a pénzkibocsátást. Ez jól illeszkedett a gazdaságirányítás akkori módjához, amelyben a központi terv szabta meg a gazdaság állami szereplőinek hitel igényét (*Várhegyi*, 2002, 10. o.)

6 A magyar állam és külföldi pénzügyintézetek közös alapításával jött létre a CIB (1979), valamint a Citibank és a Unicbank (1985), az utóbbi a Raiffeisen Bank elődje. A nyolcvanas évek végétől további külföldi bankok alapítottak (ekkor már önállóan) leánybankot Magyarországon.

privatizáció nyomán a rossz hiteleiktől időközben állami segítséggel megszabadított magyar bankok is magán-, ezen belül zömmel külföldi tulajdonba kerültek. Az ezredfordulóra kialakult a pénzügyi innovációkat befogadó, korszerű termékeket kínáló bankok versengő rendszere, amelyben három tucat kereskedelmi bank, néhány szakosított hitelintézet és száznál több takarékszövetkezet közül választhattak a banki szolgáltatásokat igénylő ügyfelek (*Várhegyi, 2007*).

A külföldi leánybankok a kilencvenes években még elsősorban a vállalati piacokat vették célba, elsősorban a nagyvállalati ügyfelekért versenyeztek. A lakossági piacokat, ahol a fő jövedelemforrást a pénzpiaci kamatoknál alacsonyabb betéti kamatok jelentették, meghagyták a hagyományos lakossági hitelintézeteknek (OTP, takarékszövetkezetek), illetve az ide még a rendszerváltás környékén belépő magyar bankoknak (Postabank, K&H, MHB). A kétezres években azonban ezek a bankok bővítették tevékenységek körüket. A kilencvenes évek második felében beindult gazdasági növekedéssel és a reáljövedelmek bővülésével ugyanis mindinkább megnyílt a tér a fogyasztói hitelezés előtt, amit segített, hogy – nem kis részben a pénzügyi liberalizálással felerősödő külföldi verseny hatására – lassan kimerült a banki expanzió lehetősége a nagyvállalati hitelpiacon.

A kormányzati politika is kedvezett a vállalati hitelezés piacain teret vesztett bankoknak. A lakáshitelezés kamattámogatási rendszerének felpuhításával az Orbán-kormány a háztartások (és ingatlanberuházók) mellett a finanszírozóknak is jelentős profitnövelési lehetőséget teremtett.⁷ A Medgyessy-kormány csak megkésve, 2003 júniusában, illetve decemberében módosította az államháztartást komolyan megterhelő támogatási szisztémát. Ennek hatására 2004-ben visszaesett az ingatlanhitelek dinamikája, viszont 2006-tól a Gyurcsány-kormány száznapos programjának jövedelemnövelő hatása a fogyasztási hitelezés számára teremtett kedvező környezetet.

A támogatások szűkítése és a magas forintkamatok visszavetették a hitelek iránti keresletet, amire a bankok új termék bevezetésével válaszoltak: devizában (elsősorban svájci frankban) elszámolt, ezért alacsony kamatú hitelekkel próbálták fenntartani a háztartások hitelkeresletét és (látszólagos) hitelképességét. A devizaalapú kölcsönöket a fogyasztási hitelekre is kiterjesztették: emiatt válhatott „sikertermékké” a magyar lakosság fogyasztási éhségét kielégítő szabad felhasználású jelzálogkölcsön.

A háztartások hitelkeresletének – kormánypolitikával is ösztökélt – felfutására a bankok értékesítési csatornáik fejlesztésével, dinamikus hálózatbővítéssel reagáltak. Miközben a kétezres évtized első felében, az összeolvadások nyomán még fiókokat zártak be, 2006-ban 150 új egység megnyitásával 1375-re nőtt a banki fiókok

7 2002 tavaszán tíz százalékra emelték a lakáshitelek általános kamattámogatását. Ennek hatására a jelzáloghitel kamata és összes költsége legalább 2 százalékponttal *alacsonyabbá* vált a hitel forrásául szolgáló jelzáloglevél kamatánál. A megemelt támogatású jelzáloghitel felső határa 30 millió forint volt, és ez alanyi jognal járt bármekkora lakás építéséhez, vásárlásához, bármilyen használt lakás megvételéhez.

száma.⁸ Az ügyfelek elérését megkönnyítő hálózatbővítés mellett az alternatív csatornák (telebank, internet) fejlesztésében és a kínált termékek folyamatos megújításában, a korszerű banki termékek átvételének lerövidült időtartamában is megfigyelhető az ügyfelekért folyó verseny erősödése.

A válságot megelőzően három tucat bank mintegy másfél ezer fiókja állt az ügyfelek rendelkezésére. A kereskedelmi bankok többsége a pénzügyi közvetítők (brókercégek, lízingtársaságok, befektetési alapok, nyugdíjpénztárak) termékeivel is bővítette szolgáltatásait, néhányuk biztosítótársasággal vagy jelzáloghitel-intézettel is együttműködött azért, hogy színesítse szolgáltatási palettáját.⁹

Piacszerkezet és verseny

A magyar bankpiacon a koncentráció foka a kilencvenes második felétől gyenge-közepes, az EU-ra jellemző átlaghoz közeli (ECB, 2008).¹⁰ A banki mérlegfőösszegekkel – az összes ügyfélre és terméktípusra összesített kihelyezések, illetve források alapján – mért koncentrációs mutatók a kétezres évekre stagnáló tendenciát jeleznek (1. táblázat és 1. ábra).

Ez azonban nem jelenti azt, hogy ne lettek volna a piaci erőviszonyokat némiképp átszabó változások. A nagy aggregátumokban állandósult koncentrációs szint az elérő típusú piaci átrendeződések ellentétes hatásainak *eredőjeként* jött létre. Míg a belépések (főként leánybank-alakítás formájában) és a piaci erőviszonyok lassú kiegyenlítődése mérsékelte a koncentráció fokát, addig az összeolvadások és a piacról való kilépések (amelyek többnyire a fontosabb üzletágak és ügyfélkörök átvételével jártak) növelték a koncentrációt.

A koncentrációs mutatókból kirajzolódó, nemzetközi összehasonlításban előnyös összkép a piacszerkezetről azonban csalóka, mert a verseny nem általában *a* piacon, hanem ügyfél- és termékcsoportonként folyik, és a piaci részesedés növeléséért folyó versenyt (hosszú távon) mozgató profit a konkrét üzletágakban szereshető meg. Az árnyaltabb kép kialakítására lehetőséget adó, az érintett piacokat elkülönítetten

8 A CIB és a Raiffeisen az ezredforduló óta megháromszorozta, az MKB és az UniCredit pedig megduplázta fiókjai számát. Gyors fiókbővítést hajtott végre a Postabankot megvásárló Erste is, a Volksbank pedig még 2005-ben felvásárolta a lakossági piacról kivonuló ÁÉB tíz fiókját. A széles körű „örökölt” hálózattal rendelkező OTP-től eltekintve mindegyik, a lakossági piacon aktív bank stratégiájában fontos elemmé vált a bankfiókok, illetve hitelpontok bővítése.

9 A bankok tevékenységét csökkenő számú, de száznál több takarékszövetkezet egészítette ki 1700 fiókkal, 7500 alkalmazottal, bő egymillió ügyféllel. Bár jelentőségük a kisebb településeken vitathatatlan, összesített piaci részarányuk soha nem haladta meg az 5-6 százalékot.

10 Itt és a táblázatban a *súlyozatlan* átlagokat szerepeltetjük, mivel megítélésünk szerint a súlyozott átlag (ami jóval alacsonyabb) itt félrevezető, hiszen a nagyobb piacú országok többségében (Németország, Olaszország, Egyesült Királyság) értelemszerűen alacsonyabb a koncentráció foka. (A megállapítás nem igaz az erős állami piacvédelmet „élvező” Franciaországban és Spanyolországban.) Ezért az 1. táblázatban is a hasonló méretű piacokat szerepeltetjük összehasonlításul.

1. táblázat

A bankpiaci koncentráció* alakulása az EU-ban és néhány tagországban**

Ország	Herfindhal–Hirschman-index (HHI)***			Az öt legnagyobb bank (C5) részesedése		
	2003	2005	2007	2003	2005	2007
Ausztria	557	560	527	44	45	43
Csehország	1187	1155	1100	66	66	66
Dánia	1114	1115	1120	67	66	64
Görögország	1130	1096	1096	67	66	68
Hollandia	174	1796	1928	84	85	86
Magyarország	783	795	839	52	53	54
Portugália	1043	1154	1097	63	69	68
Svédország	760	845	934	54	57	61
Szlovákia	1191	1076	1082	68	68	68
EU-27 átlaga	1145	1135	1102	58	59	59
GMU-13 átlaga	983	1029	1006	54	55	55

*A mérlegfőösszegek szerint. **Magyarországhoz hasonló méretű (lélekszámú) tagországok.

***A mutató magyarázatát lásd a 11. lábjegyzetben.

Forrás: ECB (2008).

mutató 1. ábra alapján megállapíthatjuk, hogy néhány fontos részpiac a szolgáltatást nyújtók szaporodása ellenére erősen koncentrált maradt.

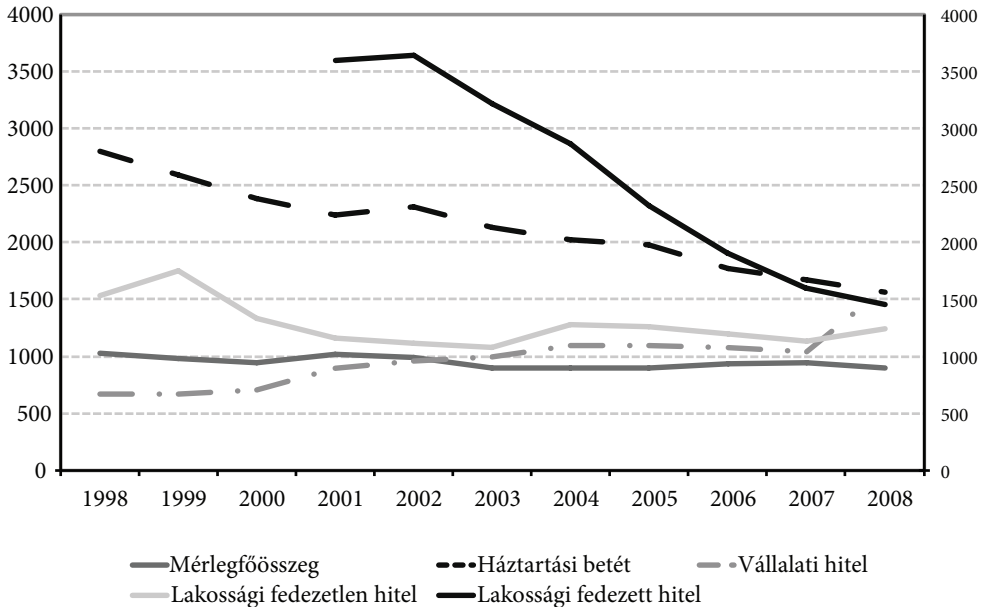
A piaci koncentráció mérésére leginkább alkalmas Herfindhal–Hirschman-index (HHI)¹¹ a lakossági betétek és fedezett hitelek piacain 2006-ig meghaladta a kritikus értéknek tekintett 1800-at, és csak ezután süllyedt a közepes fokú koncentrációt jelentő szintre. Egyes, a bankok szűkebb köre által nyújtott hitelfajtáknál különösen magas volt a koncentráció: 2006-ban a forintban fennálló lakáshiteleknél 3300, a forint- és svájcifrank-elszámolású személyi hiteleknél 2500, az áruhiteleknél pedig csaknem 4000 volt a HHI értéke (vö. MNB, 2007).¹²

11 A mutató a piaci szereplők (itt: bankok) százalékos piaci részarányának négyzetösszegeit összesíti, vagyis értéke egyrészt a piaci szereplők számától függ, másrészt attól, hogy mennyire egyenletesen vagy egyenlőtlenül oszlanak el a vizsgált piacon. Minél kevesebben vannak és minél egyenlőtlenebb az eloszlásuk, annál magasabb a mutató értéke, és fordítva. Az Egyesült Államokban alkalmazott versenyszabályokat követő, általánosan elfogadott kritériumrendszerben magas koncentrációról a HHI 1800-as értéke felett, közepes fokúról az 1000–1800 közötti sávban, alacsony fokú koncentrációról pedig 1000 alatt beszélhetünk. Vö. U.S. Department of Justice and the Federal Trade Commission: Horizontal Merger Guidelines. http://www.usdoj.gov/atr/public/guidelines/horiz_book/hmg1.html.

12 A bankok nem egyforma aktivitással vesznek részt a különböző részpiacokon, amire részben a korábbi oligopolisztikus piacon megszerzett („örökölt”) pozíció ad magyarázatot (például az OTP erős

1. ábra

A Herfindhal–Hirschman-indexek alakulása a magyar bankrendszerben



Forrás: Banai–Király–Nagy (2010) 114. o.

A banki mérlegfőösszeg és a fontosabb mérlegtételek (hitelek, betétek) mellett a koncentrációjának fontos mutatója a szektorbeli profiteloszlás a piaci szereplők között. A válság előtti utolsó évben, 2007-ben a bankszektor adózott eredménye nagyobb fokú (a HHI alapján magasnak számító) koncentrációt mutatott, mint a hitelek vagy a betétek (2. táblázat).¹³ Ez közvetve azt jelzi, hogy Magyarországon a nagyobb piaci részesedéssel rendelkező bankoknak inkább van lehetőségük arra, hogy az átlagosnál jövedelmezőbb ügyleteket (például folyószámla-vezetés és az azzal járó olcsó, látra szóló folyószámlabetét-, illetve magas kamatú folyószámlahitel-állomány) kiemelkedő részesedést érjenek el. A válság első évében, 2008-ban megváltozni látszik a helyzet, minthogy a nagyobb bankok relatíve nagyobb veszteségeket könyveltek el. A válság igazi hatása azonban inkább a 2009. évi mérlegekből lesz majd látható.

pozíciója a lakáshitelek piacán), részben az anyabanki háttér (például Budapest Bankot, a Credigent és a Cetelem Bankot a fogyasztási hitelezésben erős anyabankjaik hozták jó pozícióba az áruhitel piacán).

¹³ A publikus egyedi banki adatokból végzett saját számítások eredményei nem feltétlenül egyeznek az ECB vagy az MNB által közölt mutatókkal, mivel feltehetően nem azonos módon vesszük számba a magyarországi hitelintézeteket. A mi számításainkban például az OTP-t a belföldi alapüzletágait jelentő intézményekkel reprezentáljuk (figyelmen kívül hagyva a külföldi leánybankokat), viszont nem tekintjük önálló piaci szereplőnek jelzálogbankját és lakás-takarékpénztárát. Hasonló módon az UniCredit és az FHB esetében konszolidált mérlegekkel számolunk.

2. táblázat

A bankpiaci koncentráció fokának mutatói 2007-ben és 2008-ban

Kritérium	Koncentrációs mutató* (százalék)			HHI
	C1	C3	C5	
2007				
Eszközök	20,3	42,1	62,1	1013
Hitelek	19,4	42,9	64,9	1061
Betétek	27,8	49,9	69,2	1338
Adózott eredmény	40,8	58,4	70,9	2060
2008				
Eszközök	18,8	42,4	63,4	1037
Hitelek	17,8	44,4	65,5	1080
Betétek	25,8	51,0	69,1	1306
Adózott eredmény	40,7	57,6	74,6	2055

* A legnagyobb piaci részesedésű (C1), három legnagyobb (C3), illetve öt legnagyobb (C5) bank együttes részesedése az adott kritérium szerint.

Forrás: PSZÁF-adatok alapján saját számítás.

A koncentrációs mutatók egy részének kedvező mértéke, illetve más részének mérséklődő tendenciája ellenére a létrejött piacszerkezet nem nyújt igazán kedvező terepet a verseny számára, mivel ha mérséklődött is, de még mindig fennmaradt a bankpiac *oligopolisztikus* jellege. A háború után kiépített, és a nyolcvanas évek második feléig fennmaradt, központosított bankrendszer lassan erodálódó öröksége a piacvezető OTP dominanciája fontos lakossági üzletágakban. Miközben a legnagyobb banknak a szektor mérlegfőösszegében mért súlya folyamatosan csökkent a nyolcvanas évek vége óta, egyes fontos piaci szegmensekben (a lakossági betétekben és folyószámla-vezetésben, továbbá a lakáshitelezésben) még 2006-ban is 40–60 százalék között volt a részesedése. A nagyobb versenytársak részesedése ugyanakkor alig haladta meg a 10 százalékot, vagyis a távolság jelentős maradt a piacvezető és a többi bank között.¹⁴ De még az összesített betétek és hitelek piacain is a másodvonalban versengő többi nagybank 2-2,5-szeresére rúgott az OTP piaci súlya (3. táblázat).

A kilencvenes évektől eltérően, amikor a legnagyobb bank pozícióját leginkább a piacra lépő új bankok erodálták, a 2000-es években elsősorban a fúziók és felvásárlások módosították a piac szerkezetét. Az új évezredben a viszonylag jó induló

14 A bankverseny kutatásában úttörő *Molyneaux* (1999) a verseny szempontjából fontosabbnak tartja a piacvezető és a második legnagyobb bank közötti távolság csökkenését, mint az egész piac koncentrációs fokát jellemző mutatókat, aminek oka a piaci szereplők számára fontos motivációt jelentő *meztámadhatóság* erősödésében rejlik.

3. táblázat
A jelentősebb bankok piaci részesedése, 2007 és 2008 (százalék)

Bankok neve	Eszközök Hitelek Betétek			Eszközök Hitelek Betétek		
	2007			2008		
OTP*	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
Összesen	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

*A hazai alaptevékenységhez tartozó leányokkal (OTP Jelzálogbank, OTP Lakástakarék-pénztár) 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.

pozíciójú bankoknak akvizíció nélkül nemigen lehetett javulást elérni. Magyarország esetében ezért a piaci konszolidáció a verseny szempontjából inkább előnyös, mint hátrányos hatással járt: azzal, hogy mérsékelte a piacvezető bank túlsúlyát, kiegyensúlyozottabbá tette a versenyben álló bankok mezőnyét. Az OTP Jelzálogbank megjelenésével előálló pozícióváltozást azonban a többi bank térnyerése sem tudta ellensúlyozni, így a lakáshitelek piacán a verseny szempontjából inkább romlott a piacszerkezet (Öcsi–Somogyi–Várhegyi, 2007).

A lakossági piacokon fennmaradt egyenlőtlen piacszerkezet az árazásban jó terepet nyújtott a „vezető–követő elv” működtetésére (Javaslatok a lakossági..., 2006). A piacvezető bank árainak követése azért lehetett – átmenetileg legalábbis – ésszerűbb stratégia a másodvonalba tartozó intézményeknek, mint az ügyfélszerzés árverseny révén, mert a nagyobb jövedelemtartalmú árazás biztosította a fejlesztések megtérülését a lakossági üzletágat megkésve és „erőltetett menetben” kiépítő bankok számára. Eközben a piacvezető bank, amelynek a hazai piacon már nem volt szüksége hasonló arányú fejlesztésekre, kiemelkedő jövedelmezőséget produkálhatott.

A piaci struktúrával összhangban állnak a magyarországi bankpiaci verseny

modellbecsléseinek eredményei. A kétezres évek első felében végzett rugalmassági számítások szerint a lakossági piacokat részleges átárazási magatartás jellemezte. Elsősorban a fogyasztási hitelek és rövid lekötésű betétek kamata követte – késve és tompítva – a pénzügyi kamatszint változását, vagyis a magyar bankrendszer oligopolisztikus árazás jellemezte (Várhegyi, 2003; Horváth–Krekó–Naszódi, 2004; Móré–Nagy, 2004). A marginális költségek vizsgálata azt mutatta, hogy bizonyos piacokon az ár–költség marzs a kartellmegoldáshoz közel vagy a fölött volt. A fogyasztói hitelek (folyószámlahitel, áruhitel, személyi kölcsön) esetében egyöntetűen alacsony fokú versenyt jelzett a 2004–2005. évekre végzett modellbecslés, a lakossági betétek esetében pedig a látra szóló betétek piacán volt gyenge a verseny (Molnár–Horváth–Nagy, 2006; Öcsi–Somogyi–Várhegyi, 2007).

Az árakon alapuló verseny hiánya azonban nem jelentette a verseny teljes hiányát, mivel a nem ár alapú verseny érzékelhetően (bár kevésbé mérhetően) nőtt. A szakértők körében elfogadott vélemény, hogy a bankpiacra tipikusan nem az árverseny jellemző, hanem a verseny más formái (*nonprice competition*), valamint az összejátszó (*collusive*) magatartás (Lucket, 1996). Ennek jó példája az első osztályú adósok számára gyakran egységesen megállapított kamat (*prime rate*), amely versenyjogi szempontból sem kifogásolható.

A kétezres években a nem ár jellegű verseny erősödése kezdetben az úgynevezett költség alapú versenyben jelentkezett, és elsősorban az értékesítési csatornák bővítésében öltött testet: ennek jegyében nőtt jelentősen a bankok hálózata és létszáma, valamint marketingtevékenysége. A hálózatfejlesztéssel a – korábban főként a vállalati piacokon aktív – bankok előbb a lakossági hitelpiacot, később a betétek piacát vették célba. Az évtized közepén, amikor a forint alapú jelzáloghitelzés a lakáshitelek kamattámogatásainak visszanyesése miatt kifulladt, mind inkább teret nyert az úgynevezett kockázatalapú verseny, kezdetben a devizahitelezéssel, később az ügyfél- és hitelzési kockázatok növelésével [a jövedelemvizsgálat elhagyása, a hitel/fedezet arány (*loan to value, LTV*) növelése, a növekvő törlesztés/jövedelem arány], vagyis a prudenciális szempontok fellazításával. Mindez mérsékelte a piacvezető OTP jelentős fölényét a lakossági piacon, különösen a betétek és a jelzáloghitelek esetében csökkent a koncentráció (Banai–Király–Nagy, 2010; MNB, 2008).

Jövedelmezőség és verseny

A magyar bankpiacon megfigyelhető gyenge árverseny, valamint – a kétezres évek közepétől – a bankok kockázatalapú versenyével fűtött hitelexpanzió hatása a bankszektor kiemelkedő jövedelmezőségében is megmutatkozott. A korlátozott árversenyt tükrözte a nemzetközi összehasonlításban magas költséghányad, amely még 2006-ban is mintegy háromszorosa volt az euróövezet bankrendszerére jellemzőnek, és még a közép-európai mezőnyben is nagynak számított. A forrásköltségek áthárításának lehetőségét jelezte, hogy a jövedelmezőség fő forrását jelentő nettó kamatmarzs – a mérséklődés ellenére – is jóval magasabb (2006-ban még csaknem

duplája) volt a fejlett bankrendszerekénél. A szektor átlagos jövedelmezősége mind az eszközökhöz, mind a saját tőkéhez viszonyítva magasabb volt a fejlett bankrendszereknél (Várhegyi, 2007). Noha 2005-től a szektort extraelvonás sújtotta,¹⁵ és az ügyfelekért folyó verseny költségei is mindinkább érzékelhetővé váltak, 2007-ig mindez kevésbé látszott meg a jövedelmezőségi mutatókon. Éles változást a válság éveit hozták, amikor felgyorsult az eszközarányos kamat- és jutalékeredmény csökkenése, és hatásukat már a fajlagos költséghányad csökkenése sem tudta ellensúlyozni (4. táblázat).

4. táblázat

A magyar bankszektor jövedelmezősége és hatékonysága a válság előtt és alatt*

Megnevezés	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Kamateredmény (kamatmarzs)	3,9	3,9	3,6	3,3	2,7	2,6
Jutalékeredmény	1,3	1,3	1,2	1,1	0,9	0,9
Működési költség	3,0	2,9	2,7	2,7	2,4	2,0
Értékvesztés és kockázati céltartalék változása	-0,4	-0,2	-0,4	-0,5	-0,5	-1,5
Adózott eredmény (ROA)	2,0	2,0	1,8	1,5	0,9	0,7
Sajáttőke-arányos eredmény (ROE)	23,4	22,7	22,3	16,5	13,3	9,4

*Az átlagos eszközök százalékában kifejezett értékek.

Forrás: Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete.

Bár a kétezres évek első fele a fejlett pénzügyi piacokon is a bankok „aranykora” volt, ez sem ad kellő magyarázatot a hazai bankszektor viszonylag magas jövedelmezőségére. A magyar bankok 20 százalék fölötti átlagos tőkemegtérülése reálértelemben (az inflációs hatás kiszűrésével) is az euróvezeti átlagos nagybankéhoz hasonló,¹⁶ 17-18 százalék körüli megtérülést tükröz, jóllehet a magyar bankok lényegesen kisebb és fejletlenebb piacon, ezért többnyire komoly méretgazdaságossági korlátokkal működtek. Közép-kelet-európai összehasonlításban is igen jónak mutatkozott a hazai jövedelempozíció: az évezred első felében a magyar bankszektor produkálta a legmagasabb eszközarányos jövedelmezőséget a térségben, és a tőkemegtérülés szempontjából is csak a cseh bankrendszer vette át időnként a vezető helyet (RZB, 2006, 2008).

15 Különadó címén évente mintegy 30 milliárd forint többletadót fizettek a bankok, amelynek indoka a támogatott lakáshitelezés banki jövedelmeket gerjesztő hatása volt, jóllehet a 2001–2005 közötti nagyvonalú, a bankok számára is előnyös kamattámogatások jövedelemnövelő hatása addigra már megcsappant.

16 Az euróvezet 15 nagybankjának (az úgynevezett nagy és komplex pénzügyi intézményeknek, vagyis a nemzetközileg jelentős bankcsoportoknak) az átlagos tőkemegtérülése 2004-ben 17 százalékos volt, 2005-ben és 2006-ban 20 százalék körül alakult (ECB, 2007).

5. táblázat

A jelentősebb bankok részesedése a szektor eredményéből (százalék)

A 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
Összesen	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

*A hazai alaptevékenységhez tartozó leányokkal (OTP Jelzálogbank, OTP Lakástakarék-pénztár) 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 viszonylag magas jövedelmezőség mögött nem a nagyobb költséghatékonyság húzódott meg, hanem az, hogy – az ügyfelek megszerzéséért folyó egyre látványosabb harc ellenére – a háztartásoknak nyújtott (nem akciós) hiteleikért a magyar bankok általában magasabb felárat számítottak fel a betéti kamatokhoz képest, mint nyugati társaik. A felár nem csupán a magasabb kockázatot tükrözte, hanem olyankor is megfigyelhető volt, amikor (például az ingatlanfedezet miatt) csekély volt az ügyfélkockázat. A nem akciós betéti kamatok is általában nyomottabbak voltak, mint az erősebb árversenyben működő bankrendszerekben, vagyis a jelentős lakossági forrásokkal ellátott hazai bankok ezen az úton könnyebben gyarapíthatták jövedelmüket, mint a takarékosabb működéssel (Várhegyi, 2007).

A lakossági bankpiacon megfigyelhető árazási visszásságokból elsősorban a folyószámla-vezetésben jelentős piaci súlyt képviselő bankok profitálhattak, mindezekelőtt a piacvezető OTP. 2004-től a magas és gyakran változó forintkamatok is segítették, hogy a lakossági piacokon erős pozíciójú bankok egyrészt az alacsony ka-

matozású látra szóló betétek, másrészt a pénzüpi kamatváltozásokra rugalmatlanul reagáló, ragadós árazás révén tegyenek szert kiemelkedő jövedelemre. Mindez 2007-ig a bankszektor összesített eredményének és azon belül elsősorban a jutalékeredménynek a bankok közötti megoszlásában is tükröződött (5. táblázat).

A jelentősebb (a teljes piac legalább egy százalékát birtokló) bankoknak a fontosabb profitforrások szerinti szektorbeli részaránya nincs teljes összhangban az eszközökből vagy a hitelek, illetve betétekből való szektorbeli részarányával (vö. a korábbi 3. táblázattal), amiben – a hatékonysági eltérések mellett – az árazásból fakadó előnyök kihasználására módot adó piaci pozíciók is szerepet játszanak. Különösen a lakossági forintbetétek négyötödét kitevő, többnyire látra szóló folyószámlabetétek, illetve a viszonylag magas kamatozású folyószámlahitelek nyújtanak jó lehetőséget a kamatmarzs szélesítésére. A látra szóló betétekben a 2,8 millió folyószámlát vezető OTP Bank 42 százalékkal részesedett a piacon (vö. OTP, 2009a) – ez döntő szerepet játszhatott abban, hogy 23 százalékos betétpiaci és 26 százalékos hitelpiaci súlyával a szektor kamateredményének 32, jutalékeredményének pedig 36 százalékát tudhatta magáénak 2007-ben.

A 2008-as éves eredményekben már a válság hatása is megmutatkozik, bár még csak korlátozott mértékben: a piacvezető OTP például még növelni is tudta részesedését a jutalékbevételekből, miközben az adózott eredményből annak ellenére kisebb részt tudott kihalítani, hogy azt a Garancia Biztosító eladásából befolyt 128 milliárd forint is gyarapította. A válság valódi hatásait a 2009. évi beszámolók tükrözik.

A VÁLSÁG MEGJELENÉSE A BANKRENDSZERBEN

A válság megjelenési formái és működési mechanizmusai

A 2007 nyarán az amerikai ingatlanpiaci buborék kipukkadásával kirobbant hitelválság az első időben még alig érintette a magyar bankszekort. A pénzügyi piacok fejletlensége miatt itt nem terjedtek el azok a strukturált pénzügyi termékek, amelyek járványszerűen fertőzték végig a világot, és a bennük elrejtett kockázatok felszínre jutásával mindenütt súlyos rombolást okoztak (Király–Nagy–Szabó, 2008). A közvetett hatások azonban már ekkor sem kímélték a magyar gazdaságot, és a globális pénzügyi piacokhoz legszorosabban kapcsolódó magyar bankrendszert. 2008 szeptemberéig a hazai bankok, ha a pénzügyi befektetők apadó kockázati étvágya miatt drágábban is, de hozzájutottak a kialakult hitelezési szintjüknek megfelelő forrásokhoz: a pénzügyi piacok likviditása mind forintban, mind devizában elégséges volt. A vállalatok ezért még megszerezték a szükséges hiteleket, és a háztartások hitelfelvétele sem csökkent, bár a kamatok emelkedtek.

A döntő változás októberben azt követően zajlott le, hogy a negyedik legnagyobb amerikai befektetési bank, a Lehman Brothers összeomlása általános bizalmi válságot

robbantott ki a világ pénzügyi piacain, gyökeresen megváltoztatva a finanszírozási feltételeket (Király, 2008). A bankok még a jó minőségű pénzintézeteknek sem mertek hitelt nyújtani, mert nem tudhatták, melyiküknél vannak elrejtve az amerikai ingatlanpiac összeomlásával értéküket veszített „mérgezett” értékpapírok. A Lehman bukása előtt a hitelezők még számíthattak arra, hogy a bajba jutó nagyobb pénzintézeteket végszükség esetén állami mentőöfvel felszínen tartják, szeptember közepén azonban ez a remény elszállt. A teljes bizalmatlanság közepette kiszáradtak a bankok zökkenőmentes működéséhez elengedhetetlen bankközi hitelpiacok.

Magyarország annak ellenére került a nemzetközi hitelválság által erősen sújtott országok táborába, hogy nemcsak a krízis kialakulásában, de még annak tovagyrúzásában sem volt szerepe. A magyar bankok nem (vagy csak minimális mennyiségben) vásároltak és forgalmaztak amerikai „mérgezett” értékpapírokat, ezért nem járultak hozzá a likviditási válság eszkalációjához. Mégis, a gazdaság sebezhetősége miatt a hitelválság különös erővel érintette Magyarországot – és annak bankszektort is.¹⁷

A sérülékenység jelentős mértékben a 2001–2006 között folytatott fogyasztás-ösztönző gazdaságpolitikára vezethető vissza, amely a pénzügyi egyensúlyok megbomlásához és az ország kockázati besorolásának romlásához vezetett (lásd például *Merrill Lynch*, 2008a, 2008b). A magyar gazdaság és benne a bankrendszer sebezhetőségét a megtakarításoktól mind jobban elrugaszkodó hitelezési expanzió is növelte, aminek hatására a korábbi 110–120 százalékos közötti értékről 150 százalékra emelkedett a hitel/betét arány, és jócskán meghaladta a hasonló fejlettségű országokét (MNB, 2009a). A hitelezés gyors felfutása egyúttal a kockázatok növekedésével járt együtt, mivel a kihelyezésekért folyó versenyben a bankok egyre kevésbé voltak tekintettel az adósok hitelképességére – ezt a hitelfedezettel (többnyire jelzálogfedezettel) pótolták, eltekintettek a jövedelemvizsgálattól, miközben folyamatosan növelték a hitel/fedezet arányt és a hitelek futamidejét. Noha a devizaalapú hitelezéssel együtt járó árfolyamkockázatot a banki és felügyeleti stressztesztek is rendszeresen mérték, nem számoltak a forint jelentősebb (30 százaléknál nagyobb) mértékű gyengülésével. A bankok és az őket felügyelő hatóságok is alulbecsülték a hitelboommal járó kockázatokat, ami a nemzetközi hitelválságban megnövelte a magyar bankszektor sérülékenységét.

A válságkezelés és a verseny viszonyának témája – amivel a következő fejezetben foglalkozunk – szempontjából is érdemes kiemelni, hogy az amerikai másodrendű (*subprime*) hitelpiacról kiindult, majd a fejlett nyugati pénzügyi rendszeren keresztül Magyarországra is gyorsan elért *hitelválság értelemszerűen elsőként és a legnagyobb erővel a bankrendszert érintette*. Ez az oka annak, hogy a kormányzati válságkezelés középpontjában Magyarországon is a bankrendszer működőképességének fenntartása állt – amit természetesen jegybanki szerepvállalás is kiegészített.

17 A magyar gazdaság és bankrendszer sérülékenységéről lásd Király–Nagy–Szabó (2008), Várhegyi (2008), (2009), Fenyő–Várhegyi (2010).

De ez az oka annak is, hogy a Magyarországon kezdetben bankközi likviditási krízisként megjelent válság a gazdaság többi szereplőjét elsősorban a hitelezés lebénulásán, a hitelállomány visszaesésén, illetve a hitelezési feltételek szigorodásán keresztül érte el.¹⁸ Az adósok számára emellett az árfolyamgyengülés, illetve kamatemelkedés miatt jelentősen (átmenetileg 30-40 százalékkal is) megnőtt törlesztőrészletek okoztak súlyos, esetenként végzetes csapást. A törlesztési terhek növekedése egyfelől maga is hozzájárult a hitelezési feltételek szigorodásához, másfelől a kölcsöneik megtérülése érdekében arra készítette a bankokat, hogy átütemezéssel, a futamidő meghosszabbításával enyhítsenek az arra érdemesnek tartott adósaik helyzetén.¹⁹

A válság bankszektorra gyakorolt közvetlen hatásait: a források egy részének (bankközi, anyabanki betétek és hitelek) befagyását, illetve drágulását később – a reálgazdaságot (részben a költségvetési megszorítások, részben az összeszűkülő exportpiacok miatt) elérő hatások révén – a meglévő és potenciális adósok gyorsan megemelkedő kockázata követte. Önerősítő folyamatban a hitelezés akadozása és feltételeinek szigorodása rontotta az adósok helyzetét, és tovább mélyítette a recessziót, miközben a gazdaság hanyatlása csökkentette a bankok hitelezői képességét és hajlandóságát, ami tovább erősítette a gazdaság összehúzódását. Ezt az *ördögi kört* voltak hivatottak megtörni a különféle válságkezelő állami beavatkozások.

A magyar gazdaság zsugorodása és a hitelszűke megváltoztatta a *bankpiacon belüli viszonyokat* is. Már 2008 őszén megindult a betétes piac újrafelosztása: a korán ébredők akciós ajánlatokkal kezdték „levadászni” a belföldi forrásokkal jobban ellátott pénzintézetek ügyfélkörét. A forrásszűke a hitelpiacon is hozott némi átrendeződést: a nagyvonalúbb anyabanki refinanszírozás a szerencsés leánybankok számára lehetőséget teremtett a piacszerzésre. Ennek tényleges hatásai azonban csak a 2009. évi pénzügyi beszámolók ismeretében mérhetők fel.

A válság hatása a külföldi anyabankok viselkedésére

A hitel/betét arány „elszaladásának” okai közül témánk szempontjából érdemes kiemelni, hogy a magyar bankok külföldi tulajdonosai számára a válságot megelőző években *előnyös volt* nálunk forrást elhelyezni, mivel az oligopolisztikus magyar piacon a kamatmarzsok minden termékben és devizában jelentősen meghaladták a nyugati szinteket, a keletkező nyereséget pedig rugalmasan mozgatni tudták a csoporton belül. A devizaalapú hitelezés felfutását keresleti oldalról segítette, hogy a magas forintkamatok és a valutastabilitás – jegybanki politika és kommunikáció által is táplált – illúziója elfedte a devizaadósságban rejlő kockázatot. Az áralapú verseny és a lakosság pénzügyi kultúrájának alacsonyabb foka is lehetőséget teremtett a magasabb

18 A devizaárfolyamok változásait kiszűrve a bankszektor vállalati hitelállománya 8,7 százalékkal, a háztartásoké 5,5 százalékkal csökkent 2009-ben (vö. PSZÁF, 2010).

19 A banki hitelezői magatartásnak a válság során megfigyelhető változásairól képet kapunk az MNB hitelezési felméréseiből: MNB (2009a), (2009b), (2009c), (2010a).

kamatmarzsok kialakítására, így a nyugati anyabankok a kelet-európai leányaik devizahitelezési expanzióját a profítnövelés mellett piacszerzésre is használták.

Mindezt egy csapásra megváltoztatta a hitelválság nyomán kialakult likviditási krízis, amely rövid időn belül szűkebbre szabta az anyabanki forrásokat a leánybankok számára. A megfelelő lejáratú és valutanemű források megújításának problémája különösen súlyos formában jelentkezett Magyarországon, ahol a gazdaság (egyen-súlyi és növekedési) problémái és a túlértékelt valuta között feszülő ellentmondás miatt még a valuta elleni spekuláció veszélye is fenyegetett. Ez is hozzájárult ahhoz, hogy a magyar kormánynak és a jegybanknak már 2008 októberében az IMF-hez és az Európai Unióhoz kellett fordulnia segítségért, ahonnan összesen 20 milliárd euró összegű hitelt kapott.

Bár a magyar bankok túlnyomó többsége mögött tulajdonosként jó pozíciójú, hosszú távon elkötelezett nyugat-európai anyaintézetek álltak, a pénzügyi krízis őket is nehéz helyzetbe hozta, sokuk komoly likviditási problémával küszködött. A magyar (és más kelet-európai) leánybankok helyzetét ráadásul a válság mélyülésével párhuzamosan eluralkodó gazdasági „nacionalizmus” és rövidlátás is súlyosbította. A bankközi hitelezés feltámasztására októberben létrejött európai megállapodás ugyanis csak az euróövezetben működő bankok egymás közötti hitelei és betétei számára teremtett garanciát, nem terjesztette azt ki a kelet-európai tagországokban ténykedő leánybankoknak nyújtott hiteleikre. A „centrum” ezzel a diszkriminatív döntéssel nemcsak magára hagyta az unió „perifériáján” működő bankokat, hanem a kockázati különbségek növelésével még rontott is a helyzetükön. Aki ugyanis az EU-garanciával nem védett kelet-európai bankoknak hitelt nyújt, az saját kockázati besorolását rontja. Hasonlóképpen az EKB sem nyitotta meg a kelet-európai EU-tagországok számára a devizacsere-piacot és a repóablakot, amivel a kelet-közép-európai régiót teljesen elszigetelték (Surányi, 2008, 597. o.).

A közép-kelet-európai régióban legaktívabb bankok együttes fellépése,²⁰ az anyaországok kormányai, felügyeletei és az EKB vezetői körében a távlatosabb érdekek előtérbe kerülése, továbbá az érintett országok jegybankjainak a devizalikviditásért tett segítő lépései végül enyhítették a válságnak a térség bankjait érintő hatását. Az MNB adatai azt jelzik, hogy a külföldi anyabankok jelentős szerepet vállaltak a likviditási válság hatásainak tompításában: 2008 utolsó negyedében közel hárommilliárd euróval növelték leánybankjaik finanszírozását (Banai–Király–Nagy, 2010, 123. o.). Hasonlóképpen, ahol szükségessé vált, tőkeemeléssel, illetve a profit visszaforgatásával

20 Kilenc bank (az osztrák Erste és Raiffeisen, az olasz Intesa Sanpaolo és UniCredit, a német Bayerische Landesbank, a belga KBC, a francia Société Generale, a svéd Swedbank és a görög EFG Eurobank) együttes fellépéssel próbált nyomást gyakorolni az Európai Unió és az Európai Központi Bank döntéshozóira annak érdekében, hogy a válság leküzdésére fogatosított intézkedéseiket az eurózónán kívülre, így régiókra is terjesszék ki. Céljuk az volt, hogy itt is újraindulhasson a hitelezés, illetve enyhülhessenek a likviditási problémák.

teremtették elő a biztonságos működéshez szükséges tőkeszintet.²¹ Ennek köszönhető, hogy a 2008 végi 11,2 százalékos tőkeemfelelés 2009 végére 12,9 százalékra emelkedett.

Alkalmazkodás a válsághoz

A válság mindennek ellenére komoly *alkalmazkodásra* kényszerítette a bankokat, ami elsősorban a kockázatokat jelentős mértékben megnövelő, magas hitel/betét arány csökkentésében öltött testet. Ennek legkézenfekvőbb eszköze a hitelezés visszafogása, de a jövedelmezőség fenntartása érdekében a bankok igyekeztek a hangsúlyt a betétek növelésére helyezni. 2008 végétől a betétgyűjtési verseny mind forintban, mind devizában felerősödött a bankok között, és ez sikeresen járult hozzá a hitel/betét arány kockázatos szintjének mérséklődéséhez. A külföldi anyabankkal nem rendelkező OTP-nél eleve mérsékelt volt ez az arány, ezért nála nem vagy kevésbé volt szükség a hitelállomány csökkentésére; itt az összhang megteremtéséhez elegendőnek bizonyult a betétek növelése.

Az alkalmazkodás jele volt, hogy a kockázatok csökkentése érdekében a bankok szigorították a hitelezés feltételeit: csökkentették a hitel/fedezet arányt, megnövelték a sajátérfő-követelményt, a hitelképességi vizsgálat során újból általánossá tették a jövedelemvizsgálatot. A bankok egyes üzletágakat – elsősorban az ingatlanprojekt-finanszírozást – gyakorlatilag befagyasztottak a hitelezés leállításával (*Brückner*, 2009). Esetenként sor került a már megítélt hitelek felmondására, a szerződések egyoldalú, az ügyfél számára hátrányos módosítására, ha ilyenekre a jogszabályok, illetve jogi kiskapuk lehetőséget adtak.²²

A válság hatására a korábbiaknál is nagyobb hangsúlyt kapott a költségek csökkentése. Ezt elsősorban a megemelkedő forrásköltségek tették szükségessé,²³ ráadásul ezek áthárítása az adósokra a lanyhuló hitelkereslet és növekvő hitelezési kockázat mellett egyre nehezebbé és kockázatosabbá vált. Miközben a hazai bankok derékhadra – a korábban inkább a vállalati piacokon ténykedő külföldi leánybankok – a lakossági piacok meghódítása érdekében jelentős hálózatfejlesztést és (az ügyfél-

21 A tőkeemelésekre többnyire már 2009 első félévében sor került. Az MKB a német állam és a bajor tartomány által megsegített BLB-től kapott az év elején mintegy 26,5 milliárd forintos tőkepótlást, a CIB Bankban az olasz tulajdonosa 150 millió eurós (42 milliárd forint) tőkeemlést hajtott végre. A K&H-ban a brüsszeli anyabank, a KBC Bank emelt tőkét 7,5 milliárd forint értékben, a Raiffeisen Bankot pedig osztrák „nagyanyja” erősítette meg 20 millió euró (mintegy 6 milliárd forint) alárendelt kölcsöntőke nyújtásával.

22 Az egyoldalú szerződésmódosítások elharapózó gyakorlata a szabályozók és a közvélemény körében is egyre nagyobb ellenérzéseket szült 2009 tavaszán-nyarán, ami felgyorsította a bankszektor önszabályozó eszközöként működő magatartási kódex létrehozásának évek óta húzódo folyamatát (vö. *Várhegyi*, 2009b).

23 A bankvezetők szerint a külföldi anyabankoktól érkező források költsége már 2008 őszétől 2,5 százalékponttal emelkedett (*Papp*, 2009).

szolgálati területeken) létszám bővítést hajtott végre a kétezres években, 2008 késő ősztől sorra jelentették be több száz fős létszám-leépítési programjaikat, és vizsgálták felül hálózatbővítési terveiket.

A KORMÁNYZATI ÉS JEGYBANKI VÁLSÁGKEZELŐ INTÉZKEDÉSEK JELLEMZŐI ÉS HATÁSA

A válságkezelő intézkedések általános jellemzői

A bankok pénzügyi helyzetének stabilizálását célzó kormányzati és jegybanki intézkedések általában igen sokrétűek, és többféle szempont alapján is osztályozhatók. Ha elsősorban a versenyhelyzetre gyakorolt hatások szerint próbáljuk megkülönböztetni az állami segítség egyes formáit, akkor *három főbb típust* emelhetünk ki.

1. A szektor egészét érintő *szabályozási változások*. Bár ezek is eltérő módon érintetik a különböző tevékenységi és ügyfélstruktúrájú, illetve eszköz–forrás szerkezetű bankokat, mégis alapvetően *versenysemlegesnek* nevezhetők. Ilyen lehet például a betétbiztosítási sémák módosítása (erre mindenütt sor került), vagy a kötelező tartalékráta enyhítése (erre Magyarország példa). A betétbiztosítási plafon megemlése egyfelől fontosabb volt a lakossági betétekre jobban ráutalt bankok számára, ugyanakkor – mivel ennek díját végül a bankok eleve betétarányosan fizetik meg – akár semleges hatású is lehet.

2. A szektor tagjaira *normatív módon meghatározott intézkedések*, mentőcsomagok. A *szándékot tekintve általában ezek is versenysemlegesek*, de viszonylag könnyen megállapítható, hogy mely intézményeket érintenek jobban vagy kevésbé előnyösen, esetleg hátrányosan. A válságkezelés fő eszközének számító jegybanki likviditásnövelő intézkedések többsége valószínűleg ide sorolható, mivel elvileg bármely hitelintézet előtt nyitva állnak, de az egyes konkrét típusú intézkedésekre más és más mértékben van szükségük a különböző adottságú piaci szereplőknek. Például a devizacsere lehetősége fontosabb a külföldi háttérrel nem rendelkező bankoknak, mint a leánybankoknak.

3. Egyes piaci szereplők vagy csoportok számára kialakított *speciális szabályok vagy intézkedések*. Ezek nyíltan, kimondottan kedvezményezik az érintett szereplőket, tehát már előre tudottan *versenytorzító hatásúak*. Nyilvánvalóan idesorolhatók a kormányzati *tőkejuttatások, eszköz kivásárlások vagy garanciák*, amelyek lehetőséget nyújtanak a tőkésüket veszített bankok számára, hogy tevékenységüket akár az addigi szinten is fenntartsák, és elkerüljék a piacvesztést. (Ettől részben független kérdés a tulajdonosokra gyakorolt hatás.) A verseny szempontjából külön kell választani azt az altípust, amikor az állami tőkejuttatás az állami tulajdonszerzés *az irányításba való beleszólás jogával* is társul, hiszen ilyenkor a későbbi tevékenység

során közvetlenül is érvényesül a kormányzati befolyás, illetve megnő a kísértés arra, hogy a kormány piacbefolyásolással is segítse tőkéje megtérülését.

Egy másik lehetséges tipizálás az intézkedéshez társuló *támogatások forrása és becsatornázásának módja*. A magyar bankok számára rendelkezésre álló támogatások egyik (összegében kisebbik) forrása közvetlenül a magyar állam folyó költségvetése vagy adóssága (mint a visszterhesen kapott IMF-kölcsön). Ám az életképesség biztosításában legalább ekkora szerepet játszik az a közvetett támogatás, amelyet a magyar bankok – a forrásaik megújításában vagy tőkeemelés formájában – azért élvezhetnek, mert anyabankjuk részesült az anyaország állama által nyújtott támogatásból. Ha például a német BLB nem jut állami segítséghez otthon, akkor aligha tudja biztosítani itteni leánya, az MKB talpon maradásához szükséges devizalikviditást és tőkeemelést.²⁴

Ahhoz, hogy a magyar bankrendszer támogatására fordított állami segítség mértékét és módját megítélhessük, célszerű a nemzetközi környezetet is röviden bemutatni.²⁵ A BIS összesítése szerint 2008 őszétől a világ 11 legfejlettebb országában 5 ezermilliárd dollár összegű, az éves GDP csaknem ötödét elérő mentőcsomagokat hoztak létre, aminek 40 százalékát 2009 első félévében már el is költötték. A legnagyobb arányú, a GDP 54 százalékára rúgó tehervállalás az Egyesült Királyságban volt, aminek zömét már addig ki is fizették, de a kötelezettségvállalás Hollandiában is elérte a 45 százalékot (BIS, 2009c). Az Európai Bizottság összesítése szerint az EU tagállamai együttesen az éves GDP-jük 31 százalékára rúgó kötelezettséget vállaltak a bankszektoraik megsegítésére, amiből a tényleges kifizetés 2009 júniusáig elérte a GDP 12,6 százalékát. A jóváhagyott állami kötelezettségek legnagyobb hányadát a garanciavállalások tették ki: az Európai Unióban egészében az összes GDP 25 százalékára rúgtak, míg a tőkejuttatások az összes GDP 2,6 százalékát, a likviditásnyújtás 2,9 százalékát, a bukott követelések elengedése pedig 0,8 százalékát tették ki. Magyarországon a GDP 7,1 százalékának megfelelő mértékben vállalt kötelezettséget a kormány, ebből 5,9 százalékot tett ki a garanciavállalás, 1,1 százalékot a tőkejuttatás; ezekből 2009 közepéig a GDP 2,7 százaléka erejéig történt kifizetés (EC, 2009a, 2009b). Összehasonlításként megemlíthető, hogy a nyolcvanas-kilencvenes években Európa-szerte felbukkanó rendszerszintű bankválságok leküzdésére több év alatt nyújtott állami ráfordítások általában az egyévi bruttó hazai termék 4–15 százalékát tették ki (a legalacsonyabb Svédországban, a legmagasabb Spanyolországban volt; Magyarországon a kilencvenes évek bankkonszolidációja az éves GDP mintegy 10 százalékára rúgott (Várhegyi, 2002).

24 A többségi bajor tartományi tulajdonban álló Bayern LB 10,5 milliárd eurós veszteségeirással 2008 végén vezette a német bankszektor „veszteséglistáját”, bár végül a német állami bankmentő csomagból 2009 februárjáig megszavazott 117 milliárd eurónyi garanciából 15 milliárddal részesült (Bleuel, 2009).

25 A tanulmányban elsősorban az EU intézményeire és kormányaira összpontosítjuk figyelmünket, minthogy a magyar bankszektor a tulajdonosi szálakkal leginkább ide kötődik. Jelzésszerűen azonban a tágabb környezetben megfigyelhető (a BIS és az OECD statisztikáiból, illetve a sajtóközleményekből megismerhető) kormányzati politikák néhány jellemzőjét is felvillantjuk.

A bankválságok kezelésére-megelőzésére elfogadott programok az idő során némiképpen változtak. A Lehman bankház 2008. szeptemberi összeomlásáig az *egyedi bankmentések* voltak a jellemzők, amelyek különlegességét az adta, hogy a rendszerkockázatúnak tartott kereskedelmi bankokon kívül befektetési bankok és biztosítótársaságok is részesültek benne.²⁶ A Lehman bukását követően is megmaradtak az egyedi mentések, és ennek olyan szereplők is hasznélvezői lehettek, amelyek éppen a válságot használták ki arra, hogy felvásárlásokkal terjeszkedjenek.²⁷ A válság eszkalálódásának időszakában az egyedi bankmentés módszereként mindinkább teret nyert az állami tulajdonszerzés (tőkeemelés révén), illetve az irányításba való beleszólás.

A Lehman-csődöt követően nyilvánvalóvá vált, hogy az egyedi mentések nem elégségesek a bajok orvoslására: összehangolt kormányzati programokra is szükség van. 2008 szeptemberétől-októberétől kezdve mind az Egyesült Államok, mind az Európai Unió kormányai sorra jelentették be átfogó bankmentő programjaikat. A betétes pánik megelőzése érdekében átfogó megoldásként *megemelték a betétbiztosítási plafonokat* (általában 50–100 ezer euróig, vagyis 2–4-szeres mértékben), aminek költsége ugyan közvetlenül a bankrendszert terheli, hiszen a betétvédelmi alapokat betétarányos banki befizetésekből töltik fel, végső mentsvárként azonban az állam is helyt állhat. Az európai kormányok többsége ráadásul 2008 októberében, a válság eszkalálódásakor, a biztosítási értékhatáron felül *vállalt állami garanciát* a bankbetétekre. Elsőként az ír kormány kezekedett az ír bankokban elhelyezett betétekre, aminek hatására megindult a határokon átnyúló forrásáramlás, főként a brit bankok kárára. A versenyhátrány leküzdése miatt végül csaknem az összes kormány garanciát vállalt az országában elhelyezett betétekre. Mint már volt róla szó, az Európai Unióban az összesített GDP mintegy negyedét²⁸ tette ki 2009 közepén a banki forrásokra vállalt állami garancia, amiből a GDP 8 százalékára rúgó összeget addigra már le is hívtak (*EC, 2009b*). Sok helyen a bajba jutott pénzintézetek megsegítésére szolgáló likviditási alap létrehozásáról is döntöttek.

A konkrét támogatási formák a tartós hatások szempontjából két nagy csoportba sorolhatók. Az európai banktámogatási csomagok a betétbiztosítási rendszer kiterjesztésével, a bankközi források garantálásával és banki tőkeemelésekkel döntően *forrásoldali segítséget nyújtottak*, míg az Egyesült Államokban 789 milliárd dollár

26 Jelentősebb példák: az Egyesült Államokban a két nagy jelzáloghitelező intézmény (a Fannie Mae és a Freddie Mac), az óriásbiztosító AIG, az Egyesült Királyságban a Northern Rock, Németországban az IKB Deutsche Industriebank AG, Hollandiában az NIBC (vö. *MNB, 2009a*).

27 Legjelentősebb példái az amerikai Citigroup, a Bank of America, a JP Morgan Chase. Az európai egyedi bankmentések alanyai között méreténél és mentési költségeinél fogva említést érdemel a brit RBS és HBOS, a holland ING, a német Hypo Real Estate (vö. *MNB, 2008*) és sajtóközlemények.

28 Rendkívül nagyok az eltérések az egyes országok között: Dánia és Írország esetében a GDP kétszeresét is meghaladja a garanciavállalás összege, míg sok országban (köztük Magyarországon) nem éri el a 10 százalékot sem.

értékben jóváhagyott²⁹ TARP (*Troubled Assets Relief Program*) pénzügyi részét döntően a problémás banki *eszközök állami felvásárlása* jellemezte.³⁰ 2009 elejétől egyre több európai kormány is bejelentett eszköz kivásárlási programot, mivel ez hatásosabbnak bizonyult a bankközi piac bizalmának felélesztésére, valamint a hitelezőképesség helyreállítására.

Bár amint már a tanulmány elején volt szó róla, a bankmentéseknél a stabilitás – a versenytársakra is kiterjedő – érdeke az egészséges verseny hosszú távú szempontja fölé kerekedik, a bankok állami támogatása *versenysemlegességi aggályokat* is felvetett. Az Európai Bizottság ezért már 2008. október 13-án kibocsátott egy közleményt azokról a szabályokról, amelyeket a Bizottság a bankmentő csomagokra alkalmazni fog (EC, 2008).

A közlemény az EU-alapszerződés 87. paragrafus 3. bekezdés *b*) pontján alapul, amely a tagállami gazdaságok súlyos zavarainak orvoslására vonatkozik. A közlemény szerint az olyan általános módszereket, mint a betétekre vagy bankközi hitelekre vonatkozó garancia, 24 órán belül jóváhagyják, ha megfelelnek az általános követelményeknek, vagyis ha kimutatható, hogy az alkalmazott módszer a pénzpiacok stabilizálását szolgálja, és védőintézkedéseket tartalmaz a versenyre gyakorolt szükségtelen negatív hatásokkal szemben. Az egyedi segítségnyújtás (garancia, tőkeinjekció vagy a rossz hitelek átvétele) esetében speciális átstrukturálási tervet kell benyújtani. A Bizottság – szándéka szerint – megkülönbözteti azokat a bankokat, amelyeknél a jelen válság idéz elő fizetőképességi problémákat azoktól, amelyeknek már azt megelőzően strukturális gondjai voltak. A gyakorlatban az utóbbiaknál egyes üzleteik drasztikus csökkentése szükséges, míg az előbbieket e nélkül is folytathatják tevékenységüket.

A stabilitás rövid távú és a verseny hosszú távú érdeke közötti konfliktus mellett más feszültségek is keletkeztek a bankmentések gyakorlatában, amelyek közül itt a hitelezésre vonatkozó kormányzati kötelezettségek (*lending commitments*) és az állami támogatásokhoz kapcsolódó, versenyszempontú követelmények konfliktusa érdemel említést (Adler–Kavanagh–Ugryumov, 2010). A kormányok ugyanis – a gazdaság talpra állása, a recesszió megtörése érdekében – gyakran előírják a megsegített bankok számára, hogy meg kell őrizniük, esetleg még növelniük is kell a hitelezésben elfoglalt piaci pozíciójukat. Miközben a kormányzati válságkezelés szempontjából érthetőek ezek a megkötések, a bankverseny szempontjából éppen hogy a támogatott bank növekedésének korlátozására, tevékenységi körének szűkítésére lenne szükség.

29 A kongresszus által jóváhagyott hatalmas összegnek 2010 márciusáig csupán 30 százalékát használták fel (Ács, 2010).

30 Az eszközoldali konszolidáció másik módját, a garanciavállalást is alkalmazták az Egyesült Államokban (például a Citibank és a Bank of America esetében), de Európában az ING eszközkonszolidációjában is szerepet kapott a módszer (MNB, 2009a).

A hazai intézkedések jellegzetes vonásai a verseny szempontjából

Magyarországon a válság kezelése kevésbé hívott életre a „normális” piacgazdasági megoldásoktól idegen, rendkívüli állami beavatkozásokat, mint a legtöbb fejlett országban. Ennek egyik oka kétségtelenül a súlyos egyensúlyi problémákból fakadó kényszer volt, ami egyaránt korlátot állított a költségvetési és a monetáris politika elé. Az ország 2008 októberében kiéleződött pénzügyi-likviditási helyzetének oldására, a magyar bankszektor likviditási gondjainak kezelése és hitelezőképességének helyreállítása érdekében az MNB likviditásbővítő eszközöket bocsátott rendelkezésre. Ezek eleinte messze elmaradtak a Fed, az EKB vagy a Bank of England által alkalmazott, úgynevezett nem szokványos monetáris politikai eszközöktől, de idővel, észlelve a helyzet súlyosságát, a magyar jegybank is mind több ilyen módszert alkalmazott.

Az eszközök egyik részével a banki *devizaforrások* megújíthatóságát próbálták biztosítani a piaci likviditás szűkülése esetén. Ennek érdekében különféle lejáratú és kondíciójú forint–euró (illetve részben svájci frank) devizacsere-eszközöket vezetett be. Ezek közül a leghosszabb, hat hónapos igénybevételének feltétele az volt, hogy a részt vevő kereskedelmi bankok vállalják: belföldi vállalati hitelállományukat 2009 folyamán legalább a 2008. év végi szinten tartják. Az eszközök másik részével a *bankközi piacon* kialakult feszültségeket igyekezett mérsékelni a jegybank. Ennek érdekében csökkentette a kötelező tartalékrátát, a kamatfolyosó szűkítésével mérsékelte az egynapos hitel költségét, fokozatosan egyre tágabb körre bővítette az elfogadható fedezetek körét, majd kéthetes és hat hónapos futamidejű fedezett hiteleket vezetett be.

Ezeket a jegybanki eszközöket normatív módon, minden bank számára azonos feltételekkel hirdették meg. Mégsem mondható, hogy egyformán érintették volna a piaci szereplőket, vagyis *hatásukban nem voltak (nem is lehettek) teljes mértékben versenysemlegesek*. A leginkább versenysemleges intézkedésnek a kötelező tartalékráta mértékének csökkentése tekinthető, mivel a tartalékköteles források körét már a korábbi időkben úgy próbálták megállapítani, hogy a legkevésbé legyen érzékeny a banki források szerkezetére, és a lehető legkevésbé befolyásolja a bankok egymáshoz viszonyított pozícióját. A devizacsere-lehetőségek sem egyformán érintik a különböző adottságú bankokat, de viszonylag kevésbé befolyásolják a versenyhelyezüket. A jegybank által befogadott fedezetek körének bővítése sem versenysemleges, mivel a különböző tevékenységi és eszközstruktúrájú hitelintézetek eltérő arányban rendelkeznek a szóba jöhető értékpapírokkal.³¹

Mindezek ellenére elmondható, hogy a jegybankok válságkezelő intézkedései természetüknél fogva a legkevésbé versenytorzító hatásúak. Eleve több probléma merülhet föl az állami beavatkozások más formái, főként a különféle kormányzati mentőakciók esetében – mint általában az állami segítségnyújtások esetében, ame-

31 Önkormányzati kötvények például leginkább olyan bankok portfóliójában lehetnek, amelyek kapcsolatban állnak velük.

lyek emiatt az Európai Bizottság engedélyéhez kötöttek –, mert ezek nyilvánvalóan versenykorlátozó, illetve versenytorzító hatásúak.

A hazai pénzügyi szektorban kevésbé volt szükség olyan közvetlen, adott esetben tulajdonszerzéssel is járó állami beavatkozásokra, mint sok helyütt máshol, főként az Egyesült Államokban és az Egyesült Királyságban. A hosszas vajúdas után elfogadott „bankmentő” csomag deklarált célja az volt (a 2008. évi CIV. törvény a pénzügyi közvetítőrendszer stabilitásának erősítéséről), hogy az IMF-hitelekre építve, szükség esetén garanciavállalással és tőkejuttatással javítsa a magyar bankok stabilitását és hitelezőképességét.³²

Állami tőkeemelésre – a PSZÁF és az MNB elnökének együttes javaslata alapján – a hitelintézet kérelmére csak 2009. március 31-ig kerülhetett sor, viszont a törvényben meghatározott esetekben az állam ezt a hitelintézet egyetértése nélkül, hivatalból is megteheti, és ennek nincs határideje. A magyar bankrendszer legtöbb tagja külföldi pénzügyi tulajdonossal rendelkezik, az ő kötelességük megerősíteni leánybankjaikat – ha szükséges, a nyugat-európai banktámogató csomagok igénybevételel –, amint erre néhány bank esetében már sor került. A törvény tőkejuttatásra vonatkozó rendelkezése ezért gyakorlatilag az OTP és az FHB megerősítését célozta meg. Az FHB 2009 márciusában 30 milliárd forint erejéig igénybe vette az állami tőkeemelést, az OTP-nek azonban nem volt rá szüksége, mivel a kelet-európai leányintézmények tőkepótlásához és céltartalékokkal való feltöltéséhez elegendőnek bizonyult saját nyeresége, beleértve a Garancia Biztosító (és annak külföldi érdekeltségei) eladásából még 2008-ban befolyt 128 milliárd forintos bevételt.

Ezenfelül az államháztartási törvény 2009. márciusi módosítása alapján az állam a hazai hitelintézetek forrásainak megújítását két további módon is támogathatja: egyrészt közvetlenül nyújthat számukra hitelt, másrészt az MNB által kibocsátott kötvényeket megvásárolhatja, és kölcsönadhatja a bankoknak, amelyek így likviditáshoz juthatnak. Az likviditásjavító intézkedésekben részesülő bankok azonban az állam számára díjat (garanciadíj, hitelkamat, illetve értékpapír-kölcsönzési díj) fizetnek, és vállalják a hazai vállalati szektor bizonyos szintű hitelezését.

A törvénymódosításra azért volt szükség, hogy a magyar állam hitelt nyújthasson a külföldi anyabankokat nélkülöző bankok számára. Az OTP Bank 1,4 milliárd euró, az FHB Jelzálogbank pedig 400 millió euró összegű kölcsönt kapott piaci kamatozással, aminek fejében a bankok vállalták, hogy a válság hatásának enyhítése és pénzügyi rendszer stabilizálása érdekében bővítik vállalati és a lakossági hitelezésüket. A hitel felhasználásának ellenőrzésére az állam, megfigyelő pozícióban, felügyelőbizottsági tagot delegálhatott. Bár a hitel lejáratá 2012 novemberre volt, az OTP már 2009 novemberében visszafizette a kölcsön felét, majd 2010. március 19-én a fennmaradó összeget is törlesztette.³³

32 Az IMF és EKB biztosította 20 milliárd eurós hitelkeretből mintegy 2 milliárd eurót, 600 milliárd forintot különítettek el a bankok stabilitásának biztosítása céljára (MNB, 2009a).

33 A korai visszafizetés okaként azt jelölte meg a bank, hogy az állami hitel felhasználásával nyújtott

Az intézkedések hatása a hazai bankok helyzetére és viselkedésére

A jegybank *likviditásnövelő intézkedései* rövid távon jelentősek voltak, hiszen segítették a lefagyott hazai pénzpiac felolvasztását, és lehetővé tették, hogy a magyar bankok az MNB-től is hozzájuthassanak a hitelezéshez szükséges devizához. Később, amikor feltámadtak a nemzetközi bankközi piacok, csökkent ezeknek a pótlólagos forrásszerzési lehetőségeknél a jelentősége, bár „végső mentsvárként” továbbra is fennmaradtak.

A jegybanki intézkedések egy része a likviditásteremtésen túl a *hitelezés feltámasztását is megcélozta*. Ezt elvileg a legátfogóbban és a leginkább versenysemleges módon a kötelező tartalékráta csökkentése szolgálhatta, hiszen ennek hatására a begyűjtött (betéti és hasonló) források nagyobb hányadát helyezhették ki a bankok, mint korábban. A hitelezésre gyakorolt tényleges hatásokat azonban nem áll módunkban felmérni, mivel a ráta csökkentése nyomán a bankoknál maradó többletlikviditás felhasználása a publikus jelentésekből nem ismerhető meg.

Az intézkedéseknek ebbe a körébe tartozott a hitelezés szinten tartásának feltételével 2009 elején meghirdetett *hat hónapos devizacsere-akció*, amelyre a február 25-i határidőig hét bank jelentkezett be, összesen 2,8 milliárd euró értékben (a maximálisan ötmilliárd eurós keret terhére). A bankszektor vállalatoknak és háztartásoknak nyújtott hitelállománya árfolyamszűrt értéken is mintegy 800 milliárd forinttal csökkent, ezen belül a vállalati hitelek állománya 530 milliárd forinttal esett vissza 2009-ben. Minthogy a devizacsere-ügyletbe bejelentkezett nagybankok a szektor legalább kétharmadát reprezentálják, valószínűsíthető, hogy *többségük nem teljesítette* a megszabott feltételt, vagyis az akció nem érte el a várt hatást. Természetesen nem tudható, hogy a jegybanki devizacsere-akció nélkül mi lett volna a helyzet; meglehet, hogy akkor még jobban visszaesik a hitelállomány.

A mintegy 400 milliárd forintos *állami kölcsön* feltételét teljesítette az OTP, 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.³⁴

vállalkozói kölcsön hiteldíja és futamideje csak a vállalkozói kör egy részének igényét tudta kielégíteni, emiatt az igények szélesebb körét saját likviditási tartalékai terhére elégítette ki.

34 „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 Magyarország és a régió bankszektora iránti bizalom szintjének emeléséhez” – idézi a közlemény az EBRD igazgatóját (*OTP, 2009b*).

A külföldi szakmai tulajdonossal nem rendelkező másik hazai bank, az FHB két-féle állami segítséget (tőkeemelés és hitel) kapott a válságkezelés keretében, amelyek együttesen 141 milliárd forinttal növelték forrásait.³⁵ A bank *hitelállománya* ugyanakkor 2,6 százalékkal *csökkent* 2009-ben. Az év végén az FHB összes forrásainak (802 milliárd forint) 18 százalékát tették ki az állami segítség keretében – igaz, piaci feltételek mellett, visszerhesen – juttatott források. 2010 márciusában a bank visszavásárolta az állami részvényeket, és azokat a társaság tőkéjének egyidejű leszállítása mellett bevonta – ezzel egyúttal „megszabadult” az állami beleszólástól és ellenőrzéstől.

Nemcsak az egyedi szereplők szerint, de együttesen is nehéz felmérni a *jegybanki és állami válságkezelő intézkedések tényleges hatását*, valamint azt, hogy ezek mennyiben érték el kitűzött céljukat. A bankrendszer egészében, mint láttuk, 2009-ben mintegy 600 milliárd forinttal csökkent a vállalkozói hitelek, valamint 400 milliárdal a lakossági hitelek állománya (és a csökkenés árfolyamszűrt értéken sem sokkal kisebb). Mindez a gazdaság 6 százalékot meghaladó zuhanása mellett érthető, hiszen a hitelezői tapasztalatok szerint a reálisan alátámasztott hitelkereslet is visszaesett (MNB, 2009b, 2009c, 2010a). A hitelszűkítés maga is hozzájárult a gazdaság visszaeséséhez, mivel a kis- és középvállalkozások körében nem csupán a kereslet, hanem a hitelkínálat is korlátozta a megszokott tevékenység folytatását. (A nagyvállalati körben viszont valóban a keresleti korlát működött.)

A VÁLSÁG RÖVID TÁVÚ HATÁSAI A HAZAI BANKSZEKTOR MŰKÖDÉSÉRE ÉS A BANKPIACRA

A nemzetközi tapasztalatok azt mutatják, hogy a válság és részben az állami intézkedések már rövid távon felerősítették az *összeolvadások és felvásárlások* – a globális verseny erősödése miatt korábban is megfigyelhető – tendenciáját, ami megnövelte a koncentrációt a bankpiacokon. A brit piacon például az öt legnagyobb bank piaci részesedése (C5) 53 százalékról 71-re nőtt 2006–2009 között, ami mögött számos, a válság kiváltotta M&A-ügylet húzódott meg, közülük sok állami segédlettel megmentett pénzintézetek között ment végbe.³⁶ A koncentráció foka különösen a lakossági folyószámlák piacán nőtt meg: a brit bankszövetség becslése szerint a legnagyobb négy bank a piac 75 százaléka rendelkezik.

35 A Pénzügyminisztériummal kötött megállapodás keretében kapott 400 millió eurós állami kölcsön 2009. végi mérlegben 109 milliárd forinttal növelte a bank forrásait, és az IFRS-előírások szerint a 30 milliárd forintos állami tőkeemelés összegét és az időarányosan elszámolt kamatkidást nem a saját tőke részeként, hanem kötelezettségként kell kimutatni (vö. *FHB*, 2010).

36 Az állami többségi tulajdonba került bankok (a legnagyobbak: a Lloyds Banking Group és a Royal Bank of Scotland Group) közül még nem mindegyiknek dőlt el a sorsa, de már döntés született a Lloyds TSB és a Halifax Bank of Scotland összeolvadásáról, vagy a Bradford & Bingley jelzálogbank fiókhálózatának és betétesi körének eladásáról a Banco Santandernek (vö. *Smith*, 2010).

A válság hatására *divesztíciókra* (részlegek, üzletágak leválasztására, eladására) is sor került. Bár helyenként erre a racionalizálás, illetve a bevételek növelése adott okot (ide tartozik például az OTP biztosítójának eladása), az esetek jelentős részében – az állami kimentés folyományaként – az uniós versenybizottság előírására választottak le bizonyos üzletágakat (példa erre a holland ING banki és biztosítási üzletágainak szétválasztása).³⁷ A kelet-európai kitétségük miatt értékvesztést szenvedett nyugati bankok is a válságkezelés eszközeként kezdték felmérni az egyes üzletágak és piacok jövőbeli lehetőségeit és kockázatait, valamint kidolgozni a hosszú távú jövedelmezőségi kritériumokra alapuló stratégiáikat, amelyeknek része a fiókok, üzletágak, piacok leépítése, értékesítése is. A nagyobb növekedési képesség – amit az okoz, hogy Kelet-Európában ezek a banki szolgáltatások kevésbé elterjedtek – miatt azonban ezek a döntések általában megfontoltabbak, mint a fejlettebb piacokon működő bankok esetében.

A válság *szűkítette a banki tevékenységek terjedelmét*. A veszteségleírások és a növekvő a céltartalék-képzési igények nemcsak a jövedelmezőséget rontották, hanem a banki mérlegfőösszegeket is zsugorították. Bár ez jórészt csak virtuálisan csökkentette a bankpiacok méretét, a növekvő veszteségek a jövőbeli hitelezési hajlandóságot is aláásták. A céltartalék-képzési igények és a veszteségleírások tőkeoldalról is korlátozzák a banki tevékenységek bővülését, és felerősítik a recesszió miatt összehúzódó hitelkereslet piacszűkítő hatását. Ma még nem lehet tudni, hogy a válsághoz kapcsolódó veszteségleírásokat követően lesz-e elegendő jövedelmük a bankoknak ahhoz, hogy helyreállítsák a korábbi aktivitásuk fenntartásához szükséges tőkeerejüket. A jövőben várhatóan globális szinten is szigorodó szabályozási környezet, a megemelkedő tőkekövetelmény mindenesetre tartóssá teheti a válság hitelszűkítő hatását.

A *magyar bankpiac viszonyaiban* 2009-ben a válság nem idézett elő látványos változást. Az egyesített banki mérlegfőösszeggel mért *piacméret* félszázalékos csökkenése elmaradt a nominális GDP 1,4 százalékos visszaesésétől, amely mögött a reálgazdaság 6,3 százalékos összehúzódása állt. Bár kétségtelen, hogy a magyar bankok mind az árazásban, mind a hitelkínálatban jelentkező megszorításai maguk is hozzájárultak a gazdaság zsugorodásához, az is tény, hogy a bankrendszer *nettó* hitelállományának 8,4 százalékos csökkenését döntően a válság hatására felszaporodó hitelezési veszteségek idézték elő.

A válság nyomán eddig *nem történt jelentősebb kivonulás a magyar bankpiacról*. Bár időnként felbukkannak találgatások az esetleges piacelhagyókról, ténylegesen csupán két, fogyasztási hitelezésre szakosodott intézmény döntött úgy, hogy felhagy

37 Az ING banki, illetve a biztosítási és befektetési üzletágainak 2009 októberében bejelentett intézményi szétválására az Európai Bizottság versenyügyi hatósága ösztökélésére került sor, minthogy a konglomerátum 10 milliárd eurós állami támogatást és a 21 milliárdos jelzálog-portfóliójára garanciát kapott 2008 októberében.

itteni tevékenységével.³⁸ A külföldi tulajdonosok többsége ugyanakkor nem kívánja elhagyni a magyar piacot (és általában közép-kelet-európai piacokat), sőt a megemelkedett hitelezési veszteségek és céltartalékképzés miatt hiányzó tőke pótlásával sokuk tevékenység szerepet is vállalt a válságkezelésben. A jövőben azonban egyes anyabankok helyzete indokolhatja az erőforrások összpontosítását, és ennek érdekében egyes leányintézmények eladását. Erre szoríthatnak a várhatóan szigorodó bázeli tőkekövetelmények, aminek egy-egy bankra nézve akár több tízmilliárd eurós kihatása is lehet. A bankfelügyelet bázeli bizottságának még vita alatt álló konzultációs csomagja ugyanis – éppen a válságra reagálva – szigorítaná a tőkemegfelelési irányelveket (CRD), amivel jelentős mértékben növekedne a bankok tőkeszükséglete, és korlátozódna a hitelezési aktivitása.³⁹

Bár a válság eddig nem idézett elő nagy mozgásokat a magyar bankszektorban, a *piacszerkezetben* azért megfigyelhetők kisebb módosulások – jóllehet teljes körű banki beszámolók hiányában még nincs átfogó képünk ennek részleteiről. A legnagyobb bankok által közzétett pénzügyi beszámolók és a szektort összesítő 2009. évi adatok alapján a válság legnagyobb nyertesének az OTP látszik. A hitelintézet magyarországi „alaptevékenységének” (ami a kereskedelmi bank mellett felöleli a jelzálogbank, a lakástakarék-pénztár és a factoring leányvállalat tevékenységét is) piaci részesedése a 2008. évi 17-ről 20 százalékra nőtt – az ügyfélbetétekben elért 2,5 százalékpontos, az ügyfélhitelekben pedig 1,4 százalékpontos pozíciójavulás mellett. A többi nagybank vagy veszített pozíciójából, vagy csak a piacvezető bankénál kisebb mértékben nyert teret, bár a hitel- és betétpiacokon együttesen nőtt a részesedésük (6. táblázat).

Az OTP hazai alaptevékenységét adó csoportja 34 százalékkal növelte adózás utáni profitját 2009-ben, miközben a szektor összesített adózott eredménye 8 százalékkal csökkent. Ennek köszönhetően az üzleti bankszektor piacának egynegyedét birtokló hitelintézet a profittömeg háromnegyedét tudhatta magáénak a válság évében. A válság idején szokatlan profitnövelésben feltehetően a bank különleges piaci helyzete is szerepet játszott. A bank annak ellenére növelte 45 milliárd forinttal (133-ról 178 milliárdra) adózott eredményét, hogy bevételéből 72 milliárdot felemésztettek a már elkönyvelt és a jövőben várható hitelezési veszteségek miatti leírások és céltartalékok. A profitnövekmény a treasury üzletágban elért nettó kamatjövedelem 52 milliárd forintos többletéből származott, feltehetően nagyrészt az állampapírhozamokban a válság hatására végbement turbulenciának köszönhetően, amely 2009-ben

38 A brit HSBC-csoport fogyasztási hitelező cége 2009-ben döntött arról, hogy Magyarországon leállítja lakossági hitelezését és három éven belül megszünteti tevékenységét, a francia Crédit Agricole Consumer Finance leánycége, a 170 ezer magyar ügyféllel és 20 milliárd forintos hitelállománnyal rendelkező, a hazai áruhitelezési piac második legnagyobb szereplőjeként jegyzett Credigen Bank pedig 2010 tavaszán függesztette fel hitelezését (*Százezernyi ügyfelet, ...* 2010).

39 Lásd erről például BIS (2009a), De Larosière (2009), FSA (2009).

6. táblázat
A legnagyobb hazai bankok piaci részesedésének alakulása
a válság hatására (százalék)

A bank neve	Mérlegfőösszeg			Ügyfélhitel			Ügyfélbetét		
	2008	2009	változás*	2008	2009	változás*	2008	2009	változás*
OTP Core**	17,0	20,0	3,0	16,3	17,6	1,4	26,6	29,1	2,5
MKB	9,9	10,7	0,8	11,5	12,5	0,9	10,4	11,8	1,4
K&H	10,9	10,6	-0,4	8,6	8,6	-0,1	12,4	14,0	1,6
Erste	9,0	9,8	0,8	9,6	10,5	0,8	7,7	9,5	1,8
CIB	10,4	9,5	-0,9	13,0	13,4	0,4	11,3	13,1	1,8
Raiffeisen	8,8	8,2	-0,6	9,3	8,7	-0,6	12,4	11,0	-1,4
UniCredit	6,0	6,0	-0,1	6,2	5,9	-0,3	7,4	9,2	1,8
A hét legnagyobb bank együtt	72,0	74,8	2,8	74,5	77,2	2,7	88,2	97,7	9,5
Bankszektor összesen	100,0	100,0	0,0	100,0	100,0	0,0	100,0	100,0	0,0

* Százalékpont ** Az OTP Bank, OTP Jelzálogbank, OTP Lakástakarék-péztár és OTP Faktoring Zrt. konszolidált beszámolója szerint.

Forrás: A bankok közleményei és a PSZÁF nem teljes körű adatközlése alapján saját számítás. (2008-ra vonatkozóan ezért eltérő mutatóértékek szerepelnek, mint a korábbi táblázatokban, de a 2009-es mutatókkal való összehasonlításra alkalmasak.)

az egész magyar bankrendszerben jelentős nyereséget idézett elő.⁴⁰ Az üzleti bankszektor – PSZÁF által összesített – eredménykimutatásából látható, hogy 2009-ben 160 milliárd forinttal (140-ről 300 milliárdra) nőtt a pénzügyi és befektetési szolgáltatások eredménye, annak ellenére, hogy egyik összetevője, a devizaárfolyam-változásból származó profit 124 milliárd forinttal csökkent. A válsaggal és válságkezeléssel „megzavart” állampapírpiacra elérhető profitból azok a bankok részesedhettek a legnagyobb mértékben, amelyek kellő mennyiségű olcsó forrással rendelkeztek. Az alacsony kamatozású, látra szóló 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.

A banki pozícióváltozások vizsgálatából kiderült, hogy a válság rövid távon viszonylag kevésbé módosította a magyar bankszektor struktúráját és piaci erőviszo-

40 „A bankrendszer tőkepiaci kitétsége az aggregált mérlegfőösszeg 8-10 százalékát éri el, amelynek meghatározó részét az állampapírok állománya teszi ki. (...) Az állományok átértékelődéséből 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, 2010b, 48. o.)

7. táblázat
Az üzleti bankszektor* tulajdonosi szerkezetének alakulása
a jegyzett tőke alapján (százalék)

Tulajdonos	2005	2006	2007	2008	2009
Közvetlen belföldi tulajdon	12,99	14,50	12,28	12,39	12,58
ebből: közvetlen köztulajdon	0,92	0,85	0,08	0,08	0,08
Közvetlen külföldi tulajdon	80,87	79,47	81,97	86,44	85,99
Elsőbbségi, visszavásárolt és nem azonosított részvények	4,11	3,79	5,75	1,17	1,43
Összesen	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

* Részvénytársasági hitelintézetek az állami funkciókat betöltő állami MFB és az Eximbank nélkül.
Forrás: PSZÁF.

nyait. A legjelentősebb hatás az OTP-t érte: a piac egynegyedének birtokában a szektor eredményének háromnegyedét sikerült megszereznie 2009-ben, ami a saját tőke növekedésén keresztül erősíti a bank hitelezőképességét, és javítja a jövőbeli piaci pozícióját.

Mint bemutattuk, a magyar állam kevés olyan intézkedést hozott a pénzügyi szektorban, amely feléleszthette volna az *állami gondoskodás* ideáját a piaci szereplők körében. Sok nyugati országtól eltérően a hazai bankrendszerben a köztulajdon továbbra is a két állami funkciót betöltő, kizárólag állami tulajdonban lévő bankban, az MFB-ben és az Eximbankban koncentrálódik, miközben a versenyszféra üzleti bankszektorában a válság, illetve válságkezelés hatására sem jelent meg, illetve nőtt meg (vagy csak rövid időre, mint az FHB-nál) a közvetlen belföldi köztulajdon (7. táblázat).⁴¹

A nemzetközi szinten életbe léptetett banktámogató kormányzati programok azonban feltehetően a hazai bankrendszer tagjainak és ügyfeleinek magatartását sem hagyták érintetlenül: megerősítették őket abban a hitükben, hogy ha nagy baj van, az állam közbelép, és legalábbis a fontosabb pénzügyi intézetek bukását megakadályozza, illetve a bankszektor egészében megvédi a betéteseket. Ez az erkölcsi kockázatot – a tulajdonosokra és menedzsmentekre gyakorolt negatív hatásával – bizonyára felerősíti, és nem kedvez a pénzügyi szolgáltatásokat igénybe vevő ügyfelek felelős, a kockázatokat mérlegelő magatartásának sem.⁴²

41 A magyar bankok külföldi tulajdonosai között akadnak kisebb-nagyobb részben közösségi tulajdonban álló hitelintézetek (a legjelentősebb a már említett, bajor tartományi tulajdonban álló BLB, az MKB anyabankja), ezek azonban – kisebb gazdaságszervező erejük folytán – kevésbé befolyásolják a magyar leányok működését, mint a hazai állam vagy önkormányzat jelenléte (Király, 1998).

42 Ez a megállapítás nem mond ellent annak a megfigyelésnek, hogy a *válság* hatására a hitelfelvevők óvatosabbá váltak, részben a váratlan jövedelemcsökkenés (például munkahely elvesztése), részben a devizahiteleken elszenvedett árfolyamvesztések miatt.

A válság eddigi tapasztalatai, a Magyarországon és más országokban megfigyelhető reakciók, valamint a korábbi válságok tanulságai alapján még csak „puha” fel-tételezéseket tehetünk a magyar bankrendszerben *várható piaci és magatartási vál-tozásokra* vonatkozóan. A legfontosabb változást az jelentheti, hogy – a korábbi évek eszközoldali (a kihelyezések lehetséges üteméhez igazodó) expanziójával szemben – a jövőben a források, azon belül is főként az ügyfélforrások bővülési lehetősége ha-tározza meg a bankrendszer növekedését. Ezzel párhuzamosan folytatódik az anya-bankokban – a kockázaterzékenység erősödése miatt végbement stratégiaváltás ha-tására – a hitel/betét arány mérséklése, ami szintén fékezi a piacbővülést. Ugyancsak korlátozó tényező a tőkeáttétel csökkentésének kényszere, amelyet a banki kockázat-kezelés mellett a válságra adott reakcióként szigorodó szabályozás is felerősít a közel-jövőben. Ennek módja a bankok tőkehelyzetének megerősítése, továbbá a betétgyű-jtés erősítése és a hitelezés visszafogása. A magyar lakosság alacsony megtakarítási hajlandósága miatt ezek a változások fékezik a banki tevékenység bővülését, ami főként a betétek piacán erősíti a versenyt. A korábbiaknál lassabban szélesedő bank-piacon – részben az anyaintézmények körében bekövetkező felvásárlások-összeol-vadások, részben a hazai piacról történő kilépések nyomán – a piaci koncentráció erősödése várható. Ez azonban Magyarországon nem feltétlenül gyengíti a bankver-senyt, mivel éppen a piacvezető bankhoz történő felzárkózás lehetőségét javíthatja.

HIVATKOZÁSOK

- Adler, E.–Kavanagh, J.–Ugryumov, A.* (2010): State Aid to Banks in the Financial Crisis. The Past and the Future. *Journal of European Competition Law & Practice*, Vol. 1. No. 1 66–71. o.
- Ács Gábor* (2010): Nobel-díjasok az új pénzügyi rendről. *Figyelő*, február 18–24.
- Banai Ádám–Király Júlia–Nagy Márton* (2010): Az aranykor vége Magyarországon. „Külföldi” és „lokális” bankok – válság előtt és válság után. *Közgazdasági Szemle*, 57. évf. 2. sz. 105–131. o.
- BIS* (2009a): Revisions to the Basel II Market Risk Framework. *Basel Committee on Banking Supervision*, Bázél, január.
- BIS* (2009b): 79th Annual Report. *Bank for International Settlements*, Bázél, június.
- BIS* (2009c): An assessment of financial sector rescue programmes. *BIS Papers*, No. 48. július.
- Bleuel, H.-H.* (2009): The German Banking System and the Global Financial Crisis: Causes, Developments and Policy Responses. *Duesseldorf Working Papers in Applied Management and Economics*, No. 8., március.
- Brückner Gergely* (2009): Projekthitelezés. *Befagyasztva. Figyelő*, Melléklet, A ma-gyarországi bankok és a válság. május 21–27., 64–65. o.

- De Larosière, J.* (2009): The High-level Groups on Financial Supervision in the EU. De Larosière-report. Brüsszel, február 25.
- DBR* (2009): Global banking trends after the crisis. Deutsche Bank Research, Financial Market Special, EU Monitor 67, Frankfurt am Main, június 15., http://www.dbresearch.de/PROD/DBR_INTERNET_EN-PROD/PROD0000000000242788.pdf.
- EC* (2008): State aid: Commission gives guidance to Member States on measures for banks in crisis. European Commission, Brüsszel, október 13. <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/08/1495>.
- EC* (2009a): Economic Crisis in Europe: Causes, Consequences and Responses. European Commission, European Economy, 7/2009.
- EC* (2009b): DG Competition's review of guarantee and recapitalisation schemes in the financial sector in the current crisis. Augusztus 7., http://ec.europa.eu/competition/state_aid/legislation/review_of_schemes_en.pdf
- ECB* (2007): Financial Stability Report, 2007. június, www.ecb.int.
- ECB* (2008): EU Banking Structures, October 2008. European Central Bank, Frankfurt am Main, http://www.ecb.int/pub/pdf/other/eubankingstructures2008_en.pdf.
- Fenyő György–Várhegyi Éva* (2010): A válság hatása a bankszektorra. *Külgazdaság*, 3–4. sz.
- FHB* (2010): Az FHB Jelzálogbank Nyilvánosan Működő Részvénytársaság időközi vezetőségi beszámolója 2009. IV. negyedévre vonatkozóan. Budapest, február 16.
- FSA* (2009): The Turner Review. A regulatory response to the global banking crisis. Financial Services Authority, március, http://www.fsa.gov.uk/pubs/other/turner_review.pdf.
- Horváth Csilla–Krekó Judit–Naszódi Anna* (2004): Kamatátgyűrűzés Magyarországon. MNB, Budapest, február.
- IMF* (2009a): Global Financial Stability Report, 2009. október.
- IMF* (2009b): Policies to Address Banking Sector Weaknesses, 2009. október.
- Javaslatok a lakossági...* (2006): Javaslatok a lakossági bankszolgáltatások problémáinak kezelésére. Lakossági Pénzügyi Szolgáltatásokat Vizsgáló Szakértői Bizottság, kézirat, december, http://misc.meh.hu/letoltheto/Jelentes_bankbizottsag.pdf.
- Király Júlia* (1998): A bankprivatizáció mint lokális probléma. *Külgazdaság*, 4. sz.
- Király Júlia* (2008): Likviditás válságban (Lehman előtt – Lehman után). *Hitelintézeti Szemle*, 7. évf. 6. sz. 598–611. o., http://www.bankszovetseg.hu/anyag/feltoltott/HSZ6_kiraly_julia_598_611.pdf.
- Király Júlia–Nagy Márton* (2008): Jelzálogpiacok válságban: kockázatalapú verseny és tanulságok. *Hitelintézeti Szemle*, 7. évf. 5. sz. 450–482. o., http://www.bankszovetseg.hu/anyag/feltoltott/HSZ5_kiraly_nagy_450_482.pdf.
- Király Júlia–Nagy Márton–Szabó E. Viktor* (2008): Egy különleges eseménysorozat elemzése – a másodrendű jelzálogpiaci válság és (hazai) következményei. *Közgazdasági Szemle*, 45. évf. 7–8. sz. 573–621. o.

- Kohn, M.* (1998): Bank- és pénzügyek, pénzügyi piacok. Osiris Kiadó–Nemzetközi Bankárképző, Budapest.
- Lucket, D. G.* (1976): Money and Banking. McGraw-Hill, New York.
- Lyons, B.* (2009): Competition Policy, Bailouts and the Economic Crisis. School of Economics and the ESRC Centre for Competition Policy, University of East Anglia, CCP Working Paper, 09-4., <http://ssrn.com/abstract=1367688>.
- Merrill Lynch* (2008a): European Banks. A review of CEE exposures. Október 27.
- Merrill Lynch* (2008b): Global Economics. November 4.
- MNB* (2007): Jelentés a pénzügyi stabilitásról. Magyar Nemzeti Bank, Budapest, április.
- MNB* (2008): Jelentés a pénzügyi stabilitásról. Magyar Nemzeti Bank, Budapest, október.
- MNB* (2009a): Jelentés a pénzügyi stabilitásról. Magyar Nemzeti Bank, Budapest, április.
- MNB* (2009b): Jelentés a pénzügyi stabilitásról. Magyar Nemzeti Bank, Budapest, november.
- MNB* (2009c): Felmérés a hitelezési vezetők körében a bankok hitelezési gyakorlatának vizsgálatára. Magyar Nemzeti Bank, Budapest, augusztus.
- MNB* (2009d): Felmérés a hitelezési vezetők körében a bankok hitelezési gyakorlatának vizsgálatára. Magyar Nemzeti Bank, Budapest, november.
- MNB* (2010a): Felmérés a hitelezési vezetők körében a bankok hitelezési gyakorlatának vizsgálatára. Magyar Nemzeti Bank, Budapest, február.
- MNB* (2010b): Jelentés a pénzügyi stabilitásról. Magyar Nemzeti Bank, Budapest, április.
- Molnár József–Nagy Márton–Horváth Csilla* (2007): A Structural Empirical Analysis of Retail Banking Competition: the Case of Hungary. MNB Working Paper 2007/1., http://pdc.ceu.hu/archive/00004376/01/wp2007_1.pdf.
- Molyneaux, P.* (1999): Increasing concentration and competition in European banking. The end of anti-trust? EIB Papers, Vol. 4. No. 1. 127–136. o.
- Móré Csaba–Nagy Márton* (2004): Verseny a magyar bankpiacon, MNB Füzetek, 2004/9., http://www.mnb.hu/engine.aspx?page=mnbhu_mnbfuzetek&ContentID=5703.
- OTP* (2009a): OTP Bank Nyrt. 2008. évi éves jelentése. 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
- OTP* (2010): OTP Bank Nyrt. Tájékoztató a 2009. évi eredményről. március 2.
- OTP-bejelentés...* (2010): OTP-bejelentés: visszafizették az állami hitelt. Portfolio.hu, 2010. március 22., (<http://www.portfolio.hu/cikkek.tdp?h=14&k=2&i=130402>)
- Öcsi Béla–Somogyi Virág–Várhegyi Éva* (2008): Banki nyereségességi modell felállítása. A tanulmány a Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központ pályázatára készült. Pénzügykutató Zrt. – Nemzetközi Bankárképző Központ Zrt., Budapest. február, <http://www.gvh.hu/domain2/files/modules/module25/42347A30B3331847.PDF>.

- PSZÁF* (2010): A Felügyelet 2010. évi első kockázati jelentése. Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete, április.
- Papp Emília* (2009): A fékre léptek. HVG, január 10.
- Reuters* (2010): Bank Rescues Risk Skewing Competition, 2010. január 18.
- RZB* (2006): CEE Banking Sector Report. RZB Group, szeptember.
- RZB* (2008): CEE Banking Sector Report. RZB Group, szeptember.
- Smith, L.* (2010): Competition and the banking crisis. Parliament, 2010. január 13., <http://www.parliament.uk/commons/lib/research/briefings/snbt-05272.pdf>.
- Surányi György* (2008): A pénzügyi válság mechanizmusa a fejlett és a feltörekvő gazdaságokban. Hitelintézeti Szemle, 6. sz. 594–597. o., http://www.bankszovetseg.hu/anyag/feltoltott/HSZ6_suranyi_594-597.pdf.
- Százezernyi ügyfelet...* (2010): Százezernyi ügyfelet hagy itt a kivonuló bank. Napi Gazdaság, április 8.
- Várhegyi Éva* (2002): Bankvilág Magyarországon. Helikon Kiadó, Budapest.
- Várhegyi Éva* (2003): Bankverseny Magyarországon. Közgazdasági Szemle, 2003. december
- Várhegyi Éva* (2007): A magyar bankrendszer 20 év modernizáció után. Külgazdaság, 9–10. sz.
- Várhegyi Éva* (2008): Sebezhetőség és hitelexpanzió a mai válság fényében. Antal László könyvének érvényessége. Hitelintézeti Szemle, 6. sz. 656–664. o. http://www.bankszovetseg.hu/anyag/feltoltott/HSZ6_varhegyi_eva_656_664.pdf.
- Várhegyi Éva* (2009a): A hitelválság és a magyar bankrendszer. Fejlesztés és Finanszírozás, 1. sz.
- Várhegyi Éva* (2009b): Megkésített bankkódex, avagy az időhúzás ára. Élet és Irodalom, október 30.

Pásztor Sára

KÓDOLT KIFULLADÁS

Válság a gépjárműpiacon

2008 őszét követően a térség országai közül Magyarországon csökken tartósan a legnagyobb mértékben az új autók értékesítése. Ezt megelőzően 2000 és 2004 között az erőteljes vásárlásösztönzés (korszerű marketing- és banki finanszírozási módszerek) következtében a gépjármű-értékesítés dinamikusan növekedett, majd a változatlan feltételek ellenére lassú, monoton csökkenésbe fordult. 2009-ben az újautó-értékesítések száma az előző évi felére esett, ez a csökkenés azonban még jelentősebb lett volna a német roncsprogram és a forint gyengülése (ennek következtében a német autókereskedők magyarországi vásárlásai) nélkül. 2009-ben az európai országok többsége roncsprémium-programot indított a gépjárműszektor támogatására. Az értékesítési adatok növekedésében megmutatkozó eredmények átmenetinek, a negatív hatások (az autópiacon, így az árcentrum, az ár és értékarány, a vásárlói preferenciák összekuszálódása) tartósabbnak bizonyultak. A magyar piacon – roncsprogram nélkül – a válság idején és azt megelőzően is hasonló következményekkel járt a mesterségesen túlpörgetett vásárlás. A magyar márkakereskedői hálózat túlméretezett, a szűkülés jelei 2010 elején már látszanak, látványos modernizációja – amely a gyártók változó magatartásának a függvénye – azonban a válság utánra marad. A lakosság megtakarításaihoz, fizetőképességéhez képest az előző évtizedben eladósodott, ezért a gépjárműpiac fellendülésének a feltétele a foglalkoztatottság és a lakosság jövedelmi helyzetének tartós javulása.

A világgazdasági válság kíméletlenül érezte a hatását a globalizált autópiacon. Megroggyantak a nagy amerikai autógyártók, köztük a General Motors, amely hetven éven át vezette az eladási ranglistákat, és hosszú ideig meghatározó szerepet játszott a világ autóiparának fejlődésében. Társadalmi (és szakszervezeti) nyomásra az állam mentőövet nyújtott a detroiti hármaknak: a General Motorsnak, a Fordnak és a Chryslernek. Fennmaradásuk az 1973–1974. évi első olajárrobbanás óta halogatott szerkezetváltás – költséghatékony termelés és értékesítés – megvalósításától függ.

Európa autóipari és kereskedelmi kapacitásai már hosszú ideje jelentős mértékben kihasználatlanok. A legalább tíz éve tartó leépítési kísérletek azonban – főleg Németországban és Franciaországban – az erős ágazati szakszervezet és autóipari lobbija miatt sikertelenek. Az iparág a válságot megelőző évtizedben folyamatosan növelte kapacitásait és teljesítményét.

Kína és India autóipara napjainkban műszaki, biztonsági és esztétikai szempontból is képes az európai standardokat teljesíteni, és a szénhidrogéntől különböző

meghajtású autók fejlesztési versenyében maradéktalanul helytállni. Mind a két ország autóipara nagyságrenddel költséghatékonyabb nagy múltú társainál. A kínai és indiai gyártók és forgalmazók számára a gazdasági válság lehetőség a fejlett világ piacainak a meghódítására.

Az Egyesült Államokban 2007 novemberétől, majd a likviditási válság terjedésével a világ valamennyi országában 2008 kora ősztől jelentősen csökkent az autók iránti kereslet. Számos ország autócsere-programokkal igyekezett élénkíteni a vásárlói kedvet. Ezek a törekvések mindenütt csak átmeneti, a program időszakára korlátozódó sikereket hoztak.

A magyar gépjárműkereslet az ezredfordulót követően, főként a vásárlások erőteljes ösztönzése következtében dinamikusan növekedett, majd 2004 és 2005 táján megtorpant, és lassú, monoton csökkenésbe fordult. 2009-ben pedig beszakadt a piac. Gyakorlatilag egyik évről a másikra megfeleződött az új személygépkocsik és terepjárók együttes értékesítése: míg 2008-ban 158 ezer darabot adtak el, 2009-ben csupán 79 ezer 600 darabot. A forgalomba helyezett állomány még erőteljesebben – 152 ezerről 61 ezer darabra – esett vissza, azaz 40 százalékra zuhant (JATO Dynamics adatközlése).

Az általunk megkérdezett szakemberek szerint a magyar gépjármű-értékesítési hálózat három-négyszerese az indokoltnak. 2009-et, a válság első teljes évét még várakozásokon felüli mértékben éltek túl a kereskedők, de sokan elérték működésük határait, azaz változatlan vagy – ami valószínűbb – tovább csökkenő kereslet mellett 2010-ben az autókereskedők száma jelentősen (legalább 30-40 százalékkal) csökkenni fog. 2009-ben egyértelművé vált a kereskedők számára az is, hogy a magyar autópiacra nem lehet úgy folytatni a szakmát, mint a válság előtt.

Ebben a tanulmányban a márkakereskedői hálózat jellemzőinek részletes ismertetését a gépjárműpiac alakulásának adatai követik. Külön kitérünk a márkakereskedők érdekeltségi rendszerének és a hitelközvetítői jutalék túlsúlyossá válásának a következményeire, valamint a válság piacra és értékesítési hálózatra gyakorolt hatására. Végül összefoglaljuk a válság lecsengésének, a gépjárműpiac feléledésének lehetséges feltételeit és körülményeit.

A tanulmány megközelítése egyértelműen empirikus: autókereskedőkkel és a tágra értelmezett gépjármű-értékesítési szakma (importtal, finanszírozással és lízinggel foglalkozó) több képviselőjével készült interjúkra épül. A számszerű elemzésekhez az alapadatok közül az új gépjárművek értékesítésére, importjára és regisztrációjára vonatkozó adatsorokat a JATO Dynamics nemzetközi autóiipari piaci információs és adatközlő cég magyarországi részlege, a regisztrált használtgépjármű-importtal és tulajdonosváltásokkal kapcsolatos idősorokat pedig a hazai autóiipari adatokkal és értékelésekkel foglalkozó Datahouse Számítástechnikai Szolgáltató és Kereskedelmi Kft. közvetlenül és a kért szerkezetben bocsátotta a rendelkezésünkre. Emellett a napi sajtó információira is támaszkodtunk.

AZ ÉRTÉKESÍTÉSI HÁLÓZAT – AZ EXTENZÍV FEJLESZTÉSTŐL AZ ÁTRENDEZŐDÉSIG

Az indulás

A hazai gépjármű-kereskedelem a rendszerváltást követően nagy sebességgel alakult át. A gépjármű-behozatalt három állami vállalat bonyolította. A Mogürt a szocialista országokból, a Konzumex a fejlett országokból származó gépjárműveket importálta, az Interag a BMW gépkocsik behozatalára szakosodott, a kizárólagos hazai forgalmazó pedig a Merkur volt. A személygépkocsik hazai piacát a szocializmus egész története során permanens hiány jellemezte. A vevők előre fizettek, majd a kiutalásuk birtokában többéves várakozás után „kapták meg” az autójukat. Magyarországon akkoriban nem gyártottak személyautót, ám a hiányt nem ez, hanem a rendszer általános működésmódja okozta (Kornai, 1980).

A rendszerváltás, pontosabban a behozatal és a kereskedelem 1990 és 1992 közötti liberalizálása után jelentősen átalakultak az autópiacon termékpályák.¹ Az európai piacokra bevezetett járművek gyártói közvetlenül vagy regionális disztribútorokat közbeiktatva létrehozták a helyi nagykereskedelmi vállalataikat, importőrcegeiket (vagy másként: generálimportőröket, vezérképviselőket), amelyek a gyártók érdekeit maximálisan képviselik a gépjármű-értékesítési és szervizelési tevékenység során.² Ezzel egyidejűleg kezdetét vette a gépjármű-kiskereskedelmi, márkakereskedői hálózat kiépítése. Nemcsak az új, hanem a használtautó-kereskedők száma is rendkívül gyorsan szaporodott ezekben az években. A liberalizálás nyomán a magánszemélyek kereskedőkön keresztül, de közvetlenül is behozhattak gépjárműveket Nyugat-Európából. A rendszerváltáskor a magyar gépjárműpiacot mennyiség- és választékbeli hiány jellemezte, a vásárlók többsége elfogadható árú nyugati modelleket keresett. Különösen a kezdeti években mind a két csatornán keresztül nagy számban került be az országba (nagyon) használt autó, főleg a környező országokból. Fontos szerepet játszott ebben – a volumenében és összetételében is kielégítetlen (és a már említett hiány következtében elhalasztott) keresleten túl – a lakosság akkori, meglehetősen gyenge vásárlóképessége és a gépjárművásárlást finanszírozó megoldások hiánya, kezdetlegessége is.

A rendszerváltást követően az első generációs márkakereskedők többsége a korábban az autójavítás különböző területein önálló műhelyekkel rendelkező (lakatos, fényező, gumis) szakemberek közül került ki. A nemzetközi összehasonlításban

1 A szocialista rendszer autókereskedelméről, és az autópiacon átalakulásáról alapos és részletes elemzés olvasható Kapitány Zsuzsa könyvében (*Kapitány*, 1996).

2 A *tipikus* termékpálya új gépjármű értékesítéskor: gyártó–importőr–márkakereskedő–vásárló. Lehetséges azonban, hogy maga a *gyártó* (ritkán és nagy tételben) vagy az *importőr* közvetlenül (márkakereskedéseiben) értékesít, illetve márkakereskedés helyett a vásárló megbízottjaként a *közvetítő* (a kereskedők, piacok közötti árkülönbséget kihasználó arbitrázsőr) jár el. A használtautó-kereskedők másodlagos forgalmazók, akik közvetlenül importálnak (vagy exportálnak) is.

is nívós hazai márkakereskedések hálózatát ez a műszakilag rendkívül elkötelezett szakembergárda teremtette meg. Az importőröktől való szoros függés ebben az időszakban hasznos volt, a tanulási periódust, a modern kereskedői szakma elsajátítását jelentette a kereskedők számára. A generációváltást követően is sikeres autókereskedések egy része napjainkban is családi vállalkozás. Ezek több – és legalább egy nagy vagy prémiummárkás – telephellyel rendelkező kereskedések, amelyekre (szemben a korábbi időszakkal és a szakma lemaradótól, a szükséges megújulásra maradéktalanul nem képes részével) az utóbbi években már a modern vállalatirányítási, folyamatvezérlési módszerek jellemzők.

A gépkocsi-kereskedeleme a világon mindenhol a vegyes tulajdonosi szerkezet a jellemző, amelyben gyártók, befektetők, kereskedők is helyet kapnak. Magyarországon pénzügyi nagybefektetőként a Wallis-csoport már 1992-ben belépett a gépjárműüzletágba. Szakmai befektetők pedig mint az autógyárak – főként leányvállalati formában működtetett – importőrei/vezérképviselői jelentek meg,³ de több autókereskedés mögött kereskedelmi befektetők is álltak szakmai – igaz, nem gyártási, hanem értékesítési – háttérrel. Így például a német AVAG Holding (többek között a soroksári úti Autószalon Duna Kft.-nek a tulajdonosa), az 1991-ben német–magyar vegyes vállalként (mintegy 90 százalékos külföldi tulajdonrészrel) alapított Di-Fer Kft. (Érd), a száz százalékban osztrák kézben levő Pappas Kft. vagy a kizárólagos svájci tulajdonú Emil Frey Kft. Az említett és a hozzájuk hasonló cégek mindegyike széles (új és használt) autóválasztékkal, szervizzel és több telephellyel rendelkezik.

A hazai gépjármű-értékesítési hálózat az évezredfordulót követően túlméretezetté vált, és struktúrájában sem elég hatékony. Képtelen megszabadulni a rendszerváltást követően kialakult jellemzőitől: a kereskedések többsége az importőrök/gyártók által előírt *minimummal* (kereskedési és szerviztevékenységgel) indított, és sok cégből álló, elaprózott szerkezet jött létre. A belső piac a műszakilag és kereskedelmi szempontból is korszerűbb (lényegesen nagyobb és többfunkciós, például gyors-szerviz-kapacitással is rendelkező) autókereskedések létrejöttéhez és működtetéséhez szükséges akkumulációt egészen 2008-ig biztosította. Így a hálózat mennyiségi szinten tartása nem a forráshiánnyal, hanem sokkal inkább a *disztribúciós rendszer értékesítési struktúráját konzerváló* vonásaival magyarázható. Az importőrök ugyanis a kereskedések számának növelésével fokozták a versenyt – nemcsak a rendszerváltást közvetlenül követő években, de később is –, igaz, a műszaki színvonalból sem engedtek, időről időre komoly fejlesztési követelményeket támasztottak a meglévő vagy újonnan létesített szalonok⁴ tulajdonosai elé. A márkakereskedői szerződésben

3 A helyi disztribúciós tevékenységre hazai kereskedővel is szerződhet a gyártó. A magyarországi – gyári importjoggal rendelkező – gépjárműimportőrök többsége teljesen vagy részben külföldi tulajdonban van, azaz az importőr többnyire a gyártó cég közvetlen vagy közvetett leányvállalata.

4 A szakma az autókereskedés és az autószalon kifejezést azonos tartalommal használja, s nem alaptalanul. A legkisebb autókereskedésnek is teljesítenie kell a műszaki jellemzőkön túl az importőr/gyártó berendezésekre és látványra vonatkozó előírásait is.

minden kereskedéshez hozzárendelnek egy kizárólagos vagy elsődleges (földrajzilag természetes) ellátási körzetet. A sok apró kereskedés egyenként kis sugarú területet lát el. Szisztematikusan egyesíteni ezeket majdnem lehetetlen. Feltehetően ezért volt lassú a tulajdonosi struktúra koncentrációja.

A hálózat fejlesztésének ezt a *klasszikusan extenzív szakaszát* jól jellemzi, hogy az ország európai uniós csatlakozása után fél évvel (2004 novemberében) hatályossá vált új közösségi és magyar csoportmentességi rendelet kezdő időpontjában a mintegy ezer márkakereskedés közül csupán 20-30 volt alkalmas arra, hogy valóban *többmárkás kereskedésként* működjön.

Az átrendeződés

Az új csoportmentességi rendelettel a közösségi szabályalkotók célja az volt, hogy a gépjárműpiacon is teret nyissanak a modern kereskedési formáknak.

Az Európai Unióban a gépjárműszektorra 1985 óta vonatkoznak csoportmentességi rendeletek. A magyar csatlakozáskor hatályos 1400/2002/EK rendelet új jármű forgalmazására (az elsődleges piacra) vonatkozó rendelkezéseinek a lényeges elemeit, a kereskedési modellt a Bizottság 461/2010/EU (2010. május 27.) rendelete nem módosította. A gépjárműágazatra vonatkozó csoportmentességi rendelet kiemelt céljai közé tartozott, hogy növelje a kereskedők függetlenségét a gyártóktól. Ennek érdekében – többek között – deklarálta, hogy

- egy szalonban (térben elválasztottan és az alkalmazottak ruházatával megkülönböztetve) több márka és (2005-től) a kereskedők által behozott gépjárművek is értékesíthetők;
- a szállítóval köthető határozott idejű megállapodás időtartama legalább öt év (korábban két év volt), határozatlan idejű megállapodás esetén pedig a minimális felmondási idő két év;
- a kereskedések kizárólagos jelleggel foglalkozhatnak értékesítéssel, és nem kötelesek szervizt is működtetni (mint korábban), ugyanakkor független szervizek megszerezhetik a gyártók akkreditációját;
- a független műhelyek számára a műszakilag releváns információkhoz, az alkatrészekhez, a diagnosztikai és más berendezésekhez való hozzáférési lehetőségeket a gyártóknak biztosítaniuk kell;
- gyári alkatrészek használata – a gyártó által térített – előírt ellenőrzések, visszahívások és garanciális javítások esetében kötelező, egyébként a jármű tulajdonosa választhat az eredeti vagy más utángyártott alkatrésznek a beszerelése között, és garanciális időn belül is elvégezetheti független szervizben az említettek közé nem tartozó javításokat;
- a független szervizek és alkatrészgyártók versenyhelyzetének javítását célozza, hogy a gépjármű eladását követő szolgáltatások (javítás, szerviz, karbantartás) piacán 2010. június elsejétől a gyártóval (importőrrel) szerződött hivatalos szervizek

és alkatrészellátók piaci részesedése nem haladhatja meg a 30 százalékot – jelenleg minden márka esetében meghaladja –, ha a csoport automatikusan a csoportmentességi rendelet hatálya alá kíván tartozni.⁵

A márkafüggetlen kereskedésnek két típusa lehetséges. Az óriás szalon vagy néhány márka valamennyi modelljét és típusát kínálja, vagy egy jármű-kategóriából (sportkocsi, terepjáró, egyterű) valamennyi márka teljes választékát. Az autópályák (többmárkás szalonok) és az interneten keresztüli kereskedés elterjedését célozta a 2002. évi rendeletben az, hogy az értékesítésről leválaszthatóvá vált a szerviztevékenység. Ennek hiányában ugyanis a többmárkás szalonoknak márkánként kellene megfelelniük a tetemes költséggel járó szervizkövetelményeknek, az internetes gépjármű-vásárlás pedig lehetőségként sem vetődhetne fel.

Úgy tűnik, a szabályalkotók túlságosan is távlatosan gondolkodtak az új értékesítési szinterekről, vagy a 2002 óta eltelt idő nem volt elegendő a vásárlói szokások megváltozásához. Az európai vevők a világhálón csupán tájékozódnak az autókról, és változatlanul a szalonokban kötnek üzletet, s nem szoktak rá az autópályákban történő vásárlásra sem. Magyarországon is hasonló a helyzet. A négy Budapesten vagy vonzáskörzetében tervezett autópálya közül az egyik (Európa Autópálya) építésének a befejezése már öt éve késik, a másikat (budaörsi Autobahn) nem tudták feltölteni márkakereskedőkkel, a Csiki-Bege Autópálya a tulajdonos cég 2009-ben kezdődött felszámolása miatt áll üresen, a Cél Autópálya pedig nevet változtatott, és módosította profilját.

A csoportmentességi rendelet magyarországi alkalmazására – néhány ritka, például plázaépítő kivételtől eltekintve – a gépjármű-kereskedők *meglevő szalonjaik fejlesztésével* készültek, mert az importőr nélkül maradt európai unióbeli szalonok sokaságáról lehetett értesülni. A rendelet következtében a gyártóknak/importőröknek újra kellett kötniük a márkakereskedői szerződéseket, ami az európai uniós – a műszakilag nivótlan, elsősorban benzinkutak melletti, állandó épülettel sem feltétlenül rendelkező – kereskedőket veszélyeztette.⁶ Magyarországon ilyenek alig voltak, mert

5 Lásd a 19/2004. (II. 13.) kormányrendelet a gépjárműágazatban a vertikális megállapodások egyes csoportjainak a versenykorlátozás tilalma alól való mentesítéséről és a Bizottság 1400/2002/EK rendelete a Szerződés 81. cikke 3. bekezdésének gépjármű-forgalmazási és szervizmegállapodások egyes csoportjaira történő alkalmazásáról, illetve a Bizottság 461/2010/EU rendelete (2010. május 27.) az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke 3. bekezdésének a gépjármű-ágazatbeli vertikális megállapodások és összehangolt magatartások csoportjaira történő alkalmazásáról (*Új uniós versenyszabályok...*, 2010).

6 A legutóbbi csoportmentességi rendelet alapján is a gyártók privilégiuma maradt, hogy eldöntsék kereskedelmi hálózataikat vagy szelektív, vagy exkluzív rendszerben működtethetik. Előbbiben a gyártó mennyiségi vagy minőségi szempontok alapján maga választja ki a márkakereskedőket. *Mennyiségi* szempontok például a következők: kereskedők maximális száma, elvárt/vállalt minimális forgalom vagy minimális nyereség. A legelterjedtebb *minőségi* választási szempontok közé sorolható a bemutatóterem mérete, a beltér arculati elemeinek európai standardok szerinti alakítása, kötelezettségvállalás bemutató autók és a teljes modellválaszték tartására, valamint szakképzett és rendszeres továbbképzésben része-

az új gépjárműveket forgalmazó magyar márkakereskedői hálózat későn és a gyártók korszerű követelményeit teljesítve jött létre, korábbi időszakok műszaki maradványai nem terhelték. Ezért a szerződéseket szinte csak kivételes esetekben nem újították meg a gyártók vagy importőrök.

Az autópéldázák és a miniszalonok között nagy a távolság, és a kettő közötti autókereskedések alig találhatók meg a magyar piacon. A szalonok jelentős része ma sem képes egy márka teljes palettáját kínálni, és olyan kétmárkás kereskedések sem jelentek meg 2004 után a piacon, amelyek esetében a márkákat nem kapcsolja össze közös tulajdonosi háttér (mint például az Opel és a Daewoo vagy a Volkswagen, a Skoda és a Porsche márkák esetében).

„Az elmúlt években fokozatosan csökkent az autókereskedők száma a magyar piacon, bár az értékesítési egységek száma változatlan maradt, azaz tulajdonosi és tőkekoncentráció ment végbe.” (Csernátóny, 2008). A szektorban lezajlott tulajdonosi koncentrációnak ebből következően a legjellemzőbb útja a forgalmazott márkák számának a bővítése az egy tulajdonosi körhöz tartozó kereskedések számának a növelésével – úgy, hogy minden márkát (esetleg az azonos autógyártói körhöz tartozó tömegmárkákat) önállóan, külön márkaszalonban forgalmazzanak. Ez az út sok kötöttséget, kompromisszumot takar. A gazdasági válságot közvetlenül megelőző években több kereskedő impozáns – egy tulajdonosi körhöz tartozó – prémiummárka-szalonok építését is vállalta, és szaporodott az újonnan létesített, tömegmárkákat kínáló igényes szalonok száma is. A gépjármű-kereskedelemben már ekkor sem fértek meg jól egymás mellett a mini-autókereskedések és a korszerű nagyobbak, azonban ez az érdekellentét markánsan nem nyilvánult meg a – 2004 után lassan csökkenő, de még mindig – jelentős vásárlóerő miatt. A kisméretű szalonok tömege (különösen, ha banki jutalékfüggőségüket és az ettől nem független árrugalmasságukat is figyelembe vesszük) az általuk lefedett földrajzi körzetek miatt a vásárlóerő jelentős részét elszívta, nemcsak a korukat megelőzően alapított autópéldázák, hanem a nagyobb kereskedések elől is. Ugyanakkor a kicsik 2004 után is csak korlátozottan tudtak terjeszkedni a gyártók disztribúciós és ösztönzési rendszere miatt (ezzel később még részletesen foglalkozunk).

A gazdasági válság időszakában általában – egyes márkák esetében pedig különösen nagy, már-már ijesztő mértékű – kapacitásfelesleg keletkezett eszközökben és az alkalmazottakban is. A hazai gépjárműállomány korösszetétele alapján azonban a kereskedők jövője biztosított.

sülő értékesítők alkalmazására. *Exkluzív* rendszer esetén a gyártó kizárólagos jelleggel értékesítési területet vagy ügyfélkört rendel a kereskedőhöz.

A PIAC

A személygépkocsi-állomány jellemzői

A KSH adatai szerint 2002 és 2009 között 14,6 százalékkal, 384 ezer darabbal nőtt a magyarországi személygépkocsi-állomány, és 2009-ben meghaladta hárommilliót.⁷ Az időszakon belül egészen 2008-ig a 2003. évi (közel 150 ezres) kiugró értéktől eltekintve minden évben 43 ezer és 65 ezer darab között volt a növekmény. 2009-ben viszont az országos állomány közel 42 ezer darabbal csökkent az előző évhez képest. A teljes időszakban több mint 1 millió 660 ezer személygépkocsit helyeztek első alkalommal forgalomba.

A forgalomból *kivont* gépkocsik száma tehát közel 1,3 millió volt,⁸ a forgalomban levők *átlagéletkora* pedig a vizsgált hét év alatt 11,7 évről 10,8 évre mérséklődött. A 2009. évi piaci válság azonban nemcsak az országos állomány csökkenésében nyilvánult meg, hanem az átlagéletkort is azonnal kedvezőtlenül módosította.⁹

Az autót vásárlási és használati szokásokról sokat elárul az *1. táblázat*. Szakértők szerint egy autónál húszéves élettartammal lehet kalkulálni, azaz egy-egy márka átlagéletkora országos szinten 9 és 11 év között ingadozhat, de inkább az alsó értékhez közelebb. Ha az *1. táblázatban* szereplő márkák közül a Ladától eltekintünk,¹⁰ akkor is szembetűnő a gépkocsiállomány *polarizációja* öregedő és normális átlagéletkorú gyártmányokra. Előbbiek közé a Volkswagen és a volumenhordozó Opel márka, utóbbiba a piacvezető Suzuki, a Ford és a (a régi típusok forgalomban ragadása miatti hátrányát ledolgozó) Skoda tartozik.

A forgalomban levő állományt 2002-ben és 2009-ben is az Opel vezette 12–14 százalékkal (2009-ben, egyszeri alkalommal 2730 darabos csökkenést regisztráltak). Érdeemes a *2. táblázatban* megnézni a regisztrált gépjárművek számát, mert így az új és használt autók piaca együtt elemezhető, és nyomon követhető a tulajdonosváltások alakulása is.

A *2. táblázat* alapján célszerű kiemelni a következőket:

- a tulajdonosváltásokban a belföldön elsőként regisztrált (új és használt) gépkocsi aránya (a 2007-es minimális, 0,8 százalékos emelkedés kivételével) folya-

7 Érvényes forgalmi engedéllyel rendelkező, azaz közúti közlekedésre műszakilag alkalmas gépjárművek összessége.

8 Érvényes műszaki vizsga hiánya vagy egyéb – nem a jármű műszaki állapotára visszavezethető – ok miatt forgalmi engedéllyel nem rendelkező gépjárművek.

9 A gépkocsiállomány átlagéletkora, amely már 2005-ben alacsonyabb (10,5 év) volt a 2009. évinél, 2006-ban, valamint 2007-ben még tovább, 10,3 évre csökkent. Ehhez képest 2009-ben hirtelen majdnem fél évvel növekedett.

10 2009-ben még mindig meglepően magas a Lada gépkocsik száma (csupán 131 ezerre csökkent 295 ezerről, ez a gépkocsiállomány 4,4 százaléka, és a 8. legnagyobb számban használt autó – igaz, 2002-ben több mint 11 százalékos részesedéssel a 2. volt). Közel 50 ezer Trabant, és közel 32 ezer Wartburg van forgalomban – átlagéletkoruk márkánként 21,8 és 23,2 év közötti.

1. táblázat

A tíz leginkább keresett gépjárműgyártmány korösszetétele a forgalomban lévők száma szerinti sorrendben (ezer darab)

Márka	Forgalomban lévők		Először forgalomba helyezett**	Forgalomból kivont	Minimális életkor	A minimális életkor éve	Átlag-életkor, 2009
	2009	növekménye*					
Opel	431,3	122,8	191,3	68,5	8,7	2002	10,6
Suzuki	405,1	186,5	205,7	19,2	4,3	2002	7,9
Volkswagen	262,2	59,6	116,5	56,9	11,4	2002, 2003	12,2
Ford	226,4	78,5	131,4	52,9	9,2	2008	9,5
Renault	189,6	58,5	95,7	37,2	7,4	2002	9,3
Skoda	164,7	3,8	93,7	89,9	9,5	2008	9,8
Fiat	134,6	12,8	53,9	41,1	10,3	2004	11,4
Lada*	131,2	-163,9		163,9	17,3	2002	21,8
Toyota	120,8	65,4	77,8	12,4	6,7	2006	7,6
Peugeot	120,8	47,4	64,9	17,5	6,7	2004	8,7

*2002–2009 között **2003–2009 között ***Lásd a 10. lábjegyzetet.

Forrás: KSH Statad.

matosan csökkent a vizsgált időszakban. Ez a hazai személygépkocsi-állomány növekedésének és a piacra jellemző telítettségi szint közelítésének, elérésének a természetes következménye;

- a tulajdonosváltások¹¹ száma 2008-ban abszolút értékben kevéssé, minden más adatnál kisebb mértékben esett, 2009-ben pedig megegyezett az importált autók számának a csökkenésével (mintegy százezer darab). Ez azt is jelenti, hogy ebben az évben csupán az importeredetű autóvásárlások száma apasztotta a tulajdonosváltások számát, a használt gépjárművek importtal csökkentett belföldi forgalmán ez a mérséklődés már nem volt érzékelhető (mintegy 360 ezer, ami megegyezik a 2003-at követő évek átlagával);
- az utóbbi szám különösen azért figyelemre méltó, mert az újautó-vásárlások többsége egyben használtautó-értékesítést is generál. 2009-ben a nettó – import nélküli – tulajdonosváltási adatból mégsem hiányzik a 76 ezer darabos – attól nyilván elmaradó – első belföldi tulajdonostól vásárolt mennyiség. Ez azonban aligha a gazdasági válság által átlagos mértékben vagy még inkább sújtott használtautó-vevők vásárlási kedvének nehezen magyarázható növekedésére utal.

11 Életciklusa során egy gépjárműnek több tulajdonosa lehet. A tulajdonos többször változhat adásvétel vagy egyéb ok miatt.

2. táblázat
2002 és 2009 között regisztrált, importált személygépkocsik
és tulajdonváltások száma

Év	Összes regisztrált	Újként értékesített	Újként regisztrált	Használtként regisztrált	Használtként/összes regisztrált	Tulajdonosváltások száma
2002	236 987	172 423	171 306	65 681	27,7	500 628
2003	271 719	208 387	206 202	65 517	24,1	526 862
2004	251 827	207 669	209 341	42 486	16,9	615 114
2005	239 731	198 186	202 209	37 512	15,6	639 104
2006	196 513	189 087	180 050	16 463	8,4	564 628
2007	195 464	176 378	171 012	24 452	12,5	545 687
2008	176 457	158 030	152 884	23 573	13,4	538 038
2009	76 397	79 617	61 143	15 254	20,1	437 509
Összesen	1 645 096	1 389 777	1 354 148	290 948	17,7	4 367 570

Forrás: JATO Dynamics (újként értékesített és újként regisztrált), Datahouse (regisztrált használt import és a tulajdonosváltások száma)

Valószínűbb, hogy a korábbi években hitelből vásárolt autók nyomott árú kényyszerértékesítése is fellelhető a lehetséges magyarázatok között;

- a regisztrált használtautó-import aránya a Magyarországon első alkalommal forgalomba helyezett állományon belül egyes rendkívüli időszakoktól eltekintve 12 és 17 százalék között volt. A konszolidált autókerekelemnek természetes része a használt gépkocsik behozatala, ezek az adatok önmagukban nem utalnak import szerkezeti problémákra.

Az időszak elején az értékesített és a regisztrált új személygépkocsik száma általában egymás közelében mozgott, 2004-ben és 2005-ben a regisztráltak darabszáma néhány ezerrel magasabb volt, majd ezután minden évben jelentősen elmaradt az értékesített volumentől (2006: 9 ezer darab, 4,8 százalék; 2007: 5,4 ezer darab, 3,1 százalék; 2008: 5,1 ezer, 3,4 százalék). A két adat közötti különbség 2009-ben a legszembetűnőbb, 18,5 ezer darab, amit más európai uniós tagországok kedvezőbb adókönyezete és roncsprémium-programja magyaráz.

A gépkocsi-értékesítés és forgalomba helyezés a nyolcvanas és kilencvenes évek fordulójától kezdődően és az évezredforduló után is dinamikusan emelkedett 2003-ig (2001-re 55,2 ezerrel, 2002-re 24,3 ezerrel és 2003-ra 36,8 ezerrel), mindkettő 2005-től esett vissza érzékelhetően. 2003-ban és 2004-ben 208 ezer darab új autót adtak el, 2008-ig számuk minden évben 8 és 14 ezer között csökkent.

A 3. táblázat a népszerű márkák forgalmának alakulását mutatja 2002 és 2007 között (a válságperiódus számszerű elemzését lásd később). Erre az időszakra be-

3. táblázat
Népszerű autómárkák értékesítési adatai 2002 és 2007 között
(ezer darab)

Márka	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Fiat	7,5	9,2	8,5	5,4	5,7	5,3
Ford	7,7	10,5	13,9	17,4	19,2	17,6
Opel	22,6	23,3	27,1	24,1	23,8	21,5
Peugeot	12,1	14,5	13,7	9,5	8,2	7,5
Renault	17,1	19,8	19,4	12,0	9,9	7,1
Skoda	11,4	15,2	17,1	18,4	16,7	14,3
Suzuki	36,0	39,7	33,9	39,1	32,6	32,3
Volkswagen	13,1	14,8	15,7	15,7	16,1	15,2
Daewoo	7,7	11,6	11,2			
Chevrolet			3,4	10,4	8,7	7,9
Toyota	7,4	10,4	12,4	11,7	13,2	12,2
A 11 márka együtt az összes értékesítés százalékában	82,8	76,3	80,1	82,6	81,5	79,9

Forrás: JATO Dynamics.

érték a gépjármű-finanszírozási technikák, a kereskedők is elsajátították és hatékonyan alkalmazták a modern marketingfogásokat. Éppen ezért nem véletlen, hogy akkoriban az amerikai fogyasztási modellt a legerőteljesebben talán a gépkocsipiac sugallotta, és kampányszerűen tett új autók tulajdonosává, majd bedőlt hitelek adósaivá – roncsautók vásárlására és fenntartására sem feltétlenül képes – tömegeket is.

A 2004. évi megtorpanás és a 2004-ről 2005-re tapasztalt csökkenés érthető módon erőteljesebben nyilvánul meg a népszerű személygépkocsi-márkák értékesítésében: a visszaesés itt 12 600 darab, míg a teljes forgalomban csak 9500.

2005-ben a kifulladás a Fiat és főleg a két francia márka, a Peugeot és a Renault esetében érhető tetten (ezek a márkák a megelőző években igen kedveltek voltak). Együttes csökkenésük 35 százalékos volt, ami meghaladja a táblázatban szereplő valamennyi márka összesített 7,1 százalékos mérséklődését.

Az Opel-értékesítések is háromezer darabbal elmaradtak 2005-ben a 2004. évitől, de – a közös tulajdonos, a General Motors miatt azonos márkakereskedői hálózatban forgalmazott – Chevrolet felfutásával akkor ez kereskedői szinten még kiegyenlítődni látszott. Ez a siker azonban átmenetileg bizonyult, a magyar vásárlók elfordultak a koreai márkától.

A Suzuki – amely az Opelt figyelmen kívül hagyva, minden évben bármelyik másik két márka együttes forgalmát elérte vagy meghaladta – 2004-ben és 2005-

ben a trenddel szemben mozgott, így az összesített forgalomban tompította a változásokat. Értékesítése 2004-ben 5800 darabbal csökkent, majd 2005-ben újra megközelítette a 2003. évi csúcst. Ezek az ingadozások új típusok és egyre kedvezőbb finanszírozási konstrukciók piaci bevezetéséhez kötődtek. A Suzuki vonzónál vonzóbb konstrukciós ajánlataival és célzott időzítéseivel ebben a túlfűtött időszakban – utólag megállapítható – már-már legendásan élenjárt az eladásokban.

2006-ról 2007-re a táblázat szerint már a népszerű márkák körében is markáns csökkenés látszik (13,2 ezer darab), s ezt az összes többi tömegmárka együttesen hozta össze. Az egyes gyártmányokon belül ebben az időszakban az arányok a kiskategóriás autók javára tolódtak el, nem függetlenül a célcsoporttól. Ez azt is jelenti, hogy ezekben az években a kiskategóriás használt autók piaca megrendült, mint arról a későbbiekben részletesebben is szó lesz.

Fiskális csapdák – szűrkezőna (a szabályozás változásai)

Az autókereskedelem az új és a használt autók importját, belföldi forgalmazását egyaránt magában foglalja. A gépjármű-statisztikákból mégis hiányzik az importált és a hazai autótulajdonosok, üzembentartók által jellemzően hazai utakon használt gépkocsik egy része: azok, amelyeket nem belföldön helyeztek forgalomba, azaz nem itt regisztráltak. Ezek a gépjárművek a kereskedelem és a regisztráció szűrkezőnájához tartoznak, ahhoz a területhez, amelyet alapvetően fiskális szempontok, költségvetési kényszerek teremtettek és tartanak fenn: a regisztrációs adóból, valamint 2010-től a vagyoadóból, illetve – lényegesen kisebb arányban és kisebb abszolút értékben – az új járművek forgalmi adójából származó bevételekről van szó.

2004-ben a gépjárművek esetében a vámmal növelt beszerzési ár függvényében meghatározott fogyasztási adót tételes *regisztrációs adó* váltotta fel,¹² és 2005 elejétől a használt autók importját már 25 százalékos forgalmi adó is terheli. Részben e különadó, részben pedig a gépkocsi korára, használati fokára tekintet nélkül meghatározott regisztrációs adó diszkriminációs gyakorlata miatt az Európai Unió már 2005 őszén figyelmeztette Magyarországot.¹³ A regisztrációs adó mértéke és számítási módja napjainkig többször változott,¹⁴ összege ma már különösen az új vagy viszonylag nem régi kocsik esetében magas.

12 Addig a fogyasztási adó 1600 köbcentiméter alatt 10, afölött 20 százalék volt. A regisztrációs adóról szóló 2003. évi CX. törvény alapján az adó összegét a motor lökettérfogata, a használt üzemanyag típusa és a károsanyag-kibocsátási – európai normának megfeleltethető – előírások alapján számítják.

13 2006. január 1-jétől válaszul a kormány az úgynevezett *avultatással* egészítette ki az adó számítási módját.

14 Differenciáltabbá vált a hengerűrtartalom szerinti skála, a környezeti kategóriák száma is kettőről háromra, majd négyre növekedett, az avultatási időtartam 25-ről 20 évre csökkent, az együttható egyedi értékei pedig növekedtek. Majd 2007-től átalakult az adótábla struktúrája is, az 1996 előtt gyártott (Euro2-nél rosszabb károsanyag-kibocsátású) autók adója 60 százalékkal, míg a kedvezőbb kategóriába tartozóké csupán 6 százalékkal növekedett.

2009 vége, 2010 eleje óta valamennyi gépjármű-kereskedelemhez kapcsolódó érdek-képviseleti szervezet¹⁵ együtt lobbizik a regisztrációs adó maximalizálásáért gépkocsinként 1,2 millió forintban, valamint a 2010-től bevezetett, a nagy értékű személygépkocsikat sújtó vagyonadó¹⁶ eltörléséért. (A gépjárművekre kivetett *vagyonadó* egyértelműen tételes környezetvédelmi adó, bármilyen korrekciós lehetőség nélkül – miközben a regisztrációs adóban a környezetvédelmi adót a tulajdonosok egyszer már megfizették, vagy a jövőbeli vásárláskor azonnal megfizetik.)

A magyar regisztrációs adó a bevezetése előtt készített számítások szerint (amelyek a gépjármű-értékesítéshez kapcsolódó adókat vették figyelembe) európai összehasonlításban a középmezőnyhöz tartozott (*Szunyog*, 2003), majd a későbbi emelések miatt a *felső mezőnybe* került át. Önmagában a hazai regisztrációs adó mértéke elegendő ok a vásárlók egy részének Európai Unión belüli adóoptimalizációs törekvéseire. Ezek következménye, hogy a Magyarországon megvásárolt gépkocsik egy része szlovák rendszámmal fut a hazai utakon, mint ahogyan az is, hogy a magyarországi flottafinanszírozásban, autólizingben növekszik a német, szlovák bejegyzésű cégek szerepe. (Azt a gyakori jelenséget, hogy a magyar márkakereskedőtől vásárolt gépkocsit kedvezőbben adóztató országokban regisztráltatják, szakértők a Magyarországon elérhető magasabb árengedménnyel magyarázzák.)

A használtautó-kereskedelemben mindig magasabb a felső szegmensbe tartozók, azon belül a prémiummárkák aránya. Ebben a kategóriában az is gyakoribb, hogy új személygépkocsik nem a tipikus forgalmazási pályán (gyártó, importőr, majd márkakereskedő) jutnak el a vásárlókhoz. Az Audi, a BMW, a Mercedes és a Volvo esetében például 2004-től, a regisztrációs adó bevezetésétől 2009 végéig a regisztrált új autók száma összesen 11,8 ezer darabbal haladta meg az importált új autók számát. Különösen jelentős a különbség a Mercedes és a BMW márka esetében 2009 kivételével minden évben (*4. táblázat*). A tartós eltérés oka a szürkeimport. A vámhivatal csak akkor ad ki adóigazolást, ha az importált autók után a kereskedők vagy a tulajdonosok megbízásából a beszerzést bonyolító ügynökök megfizették a regisztrációs és a forgalmi adót. A forgalomba helyezéskor az adatok szerint mégis nagy számban csúsznak át az ügyintézésen az adóigazolással nem rendelkező vagy/és a reálisnál alacsonyabb árú gépjárművek. A regisztrációs adó (és a forgalmi adó) megfizetését tehát a határokon belül is ki lehet kerülni.

A szabályos feltételekkel importált, hazai márkakereskedőktől vásárolt és Szlovákiában forgalomba helyezett gépkocsik között is a prémiumkategóriába tartozók

15 MGE (Magyar Gépjárműimportőrök Egyesülete), Gémosz (Gépjármű Márkakereskedők Országos Szövetsége) és a használt autókereskedőket képviselő MGOE (Magyar Gépjármű-kereskedők Országos Szövetsége).

16 2010. január 1-jétől az 1991. évi LXXXII. törvényben meghatározott úgynevezett súlyadó mértékének megfelelő vagyonadót) kell fizetni a legalább 125 kilowattos, 170 lóerős teljesítményt elérő gépjárművek után.

4. táblázat

Prémiummárkák újonnan importált és első forgalomba helyezett, illetve használtan importált és első forgalomba helyezett darabszámjai

	Mercedes		BMW		Audi		Volvo	
	új	használt	új	használt	új	használt	új	használt
2004								
Új importált	1074		894		1352		1111	
Első forgalomba helyezett	1543	1936	1461	1838	1616	2107	1341	879
Eltérés	469		585		264		170	
2005								
Új importált	970		1358		1498		1078	
Első forgalomba helyezett	2053	2413	2447	2100	1998	1931	1546	893
Eltérés	1083		1089		500		468	
2006								
Új importált	1430		1458		1650		1246	
Első forgalomba helyezett	2101	912	2170	887	1930	856	1508	318
Eltérés	671		712		280		262	
2007								
Új importált	1646		1509		1726		1418	
Első forgalomba helyezett	2553	1654	2477	2592	2114	1584	1781	445
Eltérés	909		868		388		363	
2008								
Új importált	1944		1606		2050		1450	
Első forgalomba helyezett	2484	1831	2509	3401	2297	1860	1768	453
Eltérés	540		903		247		318	
2009								
Új importált	1051		1100		1156		1093	
Első forgalomba helyezett	1191	1350	1388	2538	1338	1238	1196	527
Eltérés	140		288		182		103	
Eltérés összes	3812		4445		1861		1684	

Forrás: JATO Dynamics (importált új és forgalomba helyezett új), Datahouse (forgalomba helyezett használt import).

aránya a legmagasabb.¹⁷ Úgy tűnik, részben korrigálásra szorul az a feltételezés, amely szerint a gépkocsivásárlás az alsó vásárlói kategóriákban túlzottan jövedelemfüggő, a felsőkben pedig gyakran presztízsszempontú. Pontosabb talán úgy fogalmaznunk, hogy az utóbbi szegmenshez sorolható vásárlók egy része (a prémiummárkás igényeiket szürkeimportból kielégítők) – a törvényteleniségektől sem visszariadva – árfüggő is. (A tipikus prémiumkategóriás gépkocsivásárló azonban valóban presztízsszempontokat követ, mint azt a kategória általános forgalmi trendjei igazolják.)

Az új és a használt autók értékesítésével foglalkozók között nincs éles határvonal. Ha másért nem, akkor azért nincs, mert a csereautók miatt minden, elsődlegesen új autó értékesítésére specializálódott kereskedő is működtet használtautó-telepet, és gyakran maguk is importálnak használt autókat. Az átjárás a másik oldalról sem ritka, új autókat is importálnak és értékesítenek (2009-ben a német roncsprogramhoz kapcsolódva például reexportáltak) eredetileg használtautó-kereskedelemben specializálódott kereskedők. A szalont, rendezett telepet üzemeltető újautó- és használtautó-kereskedők¹⁸ és a szabályosan működő (márka- és független) szervizek azonban a „bőrükön érzik” a bontott alkatrészekkel dolgozó, független szervizek és az autónepperek keresletelszívó hatását – a piac fehéredése számukra sokszor létkérdés.

Publikált adatok szerint (Csákó, 2005; Fojt, 2007; Körkép a... , 2010; Boros, 2010) a 2002-ben még közel százezer, 2003-ban 73 ezer darabos használtautó-behozatal 2006-ban érte el mélypontját, 19 ezer darabbal. Számottevően csak 2006-ról 2007-re emelkedett (22 ezerről 34 ezerre), 2009-ben 35 százalékkal (15,7 ezer darabra) csökkent, a 2008-as 24 ezerről. Ez a mérséklődés jelentősen elmaradt az újautó-értékesítés megfeleződésétől. A behozott és a forgalomba helyezett adatok között azokban az években voltak jelentős eltérések, amelyekben a legmagasabb és legalacsonyabb volt a használtautó-import. 2002-ben az importált haladta meg a – 2. táblázatban közt – regisztrált használt autók számát 35 ezerrel, és 2003-ban a 73 ezer darabos behozatal is arra utal, hogy a regisztrációs adó bevezetésére felkészültek („bepájloltak”) a kereskedők. 2004-ben viszont a regisztrált gépkocsik száma haladta meg jelentősen (23 ezerrel) az importáltakét. A használtautó-kereskedők érdekvédelmi szervezetének elnöke szerint 2007-ben behozataluk fele – a jelenlegi standardoknak megfelelő – Euro4-es környezetvédelmi kategóriába tartozott, Euro1-be vagy Euro2-be csak

17 Az adót a kereskedő a törvény szerint visszaigényli, ha az autót nem Magyarországon regisztráltatják. A prémiummárkákat értékesítő hazai szalonokban az eladók már évek óta rutinjelleggel kérdezik meg, hol akarja forgalomba helyezni a vásárló a kocsit, itthon vagy Szlovákiában.

18 A használtautó-kereskedők általában függetlenek. Használt-autókereskedelmi lánc a Weltautó, amely a Porsche Hungária Kft. hozott létre (hasonló Ausztriában, Csehországban, Romániában, Szlovákiában és Szlovéniában is működik), 54 kereskedésből áll. Maximum hatéves, szervizkönyvvel rendelkező, korábban Magyarországon forgalomba helyezett kocsik értékesítésekor egyéves garanciát nyújt, de kereskedik más gépkocsikkal is. Az AAA lánc (csehországi eredetű – átmenetileg holland székhelyű –, Közép-Európára szakosodott csoport) alig hároméves magyarországi működés után (miközben papírjait a budapesti és a prágai értéktőzsdére is bevezették) 2009-ben kivonult a magyar piacról is. Előtte „multiként” viselkedett, és agresszív árazásával számtalan használtautó-kereskedőt lehetlennített el.

mintegy 15 százaléka (Boda, 2007). Az import egy része tehát autóbontókba kerül, majd az arra alkalmas részegységek alkatrészként hasznosulnak.

A hazai gépjármű-kereskedelemnek szüksége van a viszonylag fiatal, lehetőleg Euro4-esnél nem rosszabb károsanyag-kibocsátású, használtautó-importra – nemcsak a magánvásárlók, hanem a lízing- és a flottapiac miatt is. Az európai uniós szabályozás azonban nem teszi lehetővé, hogy a hazai forgalomban jelen levő, öregebb gyártmányokkal megegyező adottságú kocsik importját megtiltsák a magyar hatóságok. Jelenleg a kereskedőkön múlik, hogy egyéni érdekeiket követve, a roncsautókat is behozzák-e az országba, vagy igazodnak a kor környezetvédelmi követelményeihez. Szakértők szerint néhány ezer használtautó-kereskedő található az országban, és 70-80 százalékuuk nepper (Csernátóny, 2008). Az utóbbiak értékesítési infrastruktúra nélkül, egyik pillanatról a másikra, a vásárlók pénzét kockáztatva működnek. Éppen ezért ők azok, akik minden válságot túlélnek.

A MÁRKAKERESKEDŐK ÉRDEKELTSÉGI RENDSZERE

A következőkben a kereskedői érdekeltségi rendszer jellemzőit, a hitelközvetítői jutalékok szakmai orientációt háttérbe szorító, torzító hatását, valamint az önerőt nélkülszerű és hosszú futamidejű finanszírozási konstrukciók buborékképzését, a mestersegesen felfuttatott kereslet kipukkadását, adósságválságba torkolását mutatjuk be.

Gyári érdekeltségi rendszer – állandó rosta

Az autóiipari kapacitásfelesleg és a gyártók közötti kiélezett verseny az értékesítési volumen állandó, kényszeres növelésével járt. Természetesen ez a nyomás a teljes kereskedői hálózatra nehezedik, a regionális elosztó és helyi értékesítési központokra (importőrökre) ugyanúgy, mint az autókereskedőkre. Bár a rendkívül magas kereskedői tervszámok az importőrök tervszámainak a lebontásai, érdekeltségi rendszerük azonban abban mindenképpen különbözik, hogy az importőröknek fix fizetésük is van, a kereskedők viszont bónuszrendszerben működnek. A bónusz gyártónként darabszámhoz vagy/és értékesítési árhoz kötött, változó mértékű: 3 és 8 százalék között mozog. A különbség nem jelentéktelen, ha figyelembe vesszük, hogy egy átlagos autó értéke 3–3,5 millió forint. És vannak az úgynevezett *marginagyoniütők*,¹⁹ azok a (főleg német) autógyártók, amelyek minimális, két százalék körüli hasznot hagynak a kereskedőknek.

A márkakereskedők pozícióját a bónuszrendszeren túl befolyásolják lényegesen

19 „A németek szó szerint így mondják. Ez tükörfordítás. Ilyen most ennél a csomagnál a konkurensünk, a Volkswagen is.” (Budapesti nagy és dinamikus fejlődő autókereskedő cég tulajdonosa.)

a készletfinanszírozás időbeli megosztásának a változásai.²⁰ Az importőrök, különösen a válság kezdete óta, igyekeznek a lehető legrövidebb ideig tárolni a kocsikat. Míg korábban 60–80 napos készlet szintet tartottak, 2008 vége óta maximum egyhavit, azaz legfeljebb néhány száz darabot. Egy Opel-kereskedő szerint: „Egyre inkább minden készletet a márkakereskedőkkel akarnak megfinanszíroztatni.” A disztribúciós szisztémát, a gyártók részéről érkező értékesítési nyomást és kényszert jól jellemzi, hogy az importőrök a gyártók által az éves tervükön felül pótlólag rájuk osztott mennyiségeket *gépi sorsolással* osztják tovább a kereskedők között.

Szakértők szerint a magyarországi kereskedelmi infrastruktúra évi 400–450 ezer autó értékesítéséhez elegendő, ez – mint szó volt róla – legalább a háromszorosa a szükségesnek. Publicitást néhány autókereskedő cég felszámolása vagy – vásárlói panaszok miatt – a felszámolás előtti ügye kapott, azok is az utóbbi három évben. Ezek közül a Suzuki Top, a Suzuki Ász, a már említett – a sokmárkás autópálya létesítésének egyik hazai úttörője – Csiki-Bege Kereskedőház és a soproni, osztrák tulajdonban lévő Opel Horvath talán a legismertebbek.

Az autószakma a legutóbbi időkhöz általában saját berkein belül oldotta meg a bukáskok kezelését. 2008 végéig ráfizetés nélkül ki lehetett szállni az üzletből úgy, hogy a szalonokat eladták más autókereskedőknek. Mindenki viszonylag gyorsan szembesül azzal, hogy tud-e tartósan teljesíteni, vagy sem, és minden azonos márkával kereskedő folyamatosan tisztában van a többiek teljesítményével is. Az importőrök ugyanis Budapestet és a vidéket eltérő követelmények szerint pontozzák, rangsorolják, és ebben a bontásban adják közre a kereskedők tervteljesítéseit. Ez a rendszer nem hagy kiskaput látszatteljesítmények értékelésére. Akik több perióduson keresztül elmaradnak a tervszámaitól, általában – a szakma kiforrott gyakorlata szerint – formálisan maguk kezdeményezik jogosítványaik visszaadását, és eladják szalonjait. A körön belül nyílt értékelési rendszerben 2008 végéig vevő és eladó többnyire még a problémák kezelhetetlenné válása előtt egymásra tudott találni.

A kereskedőkkel szembeni éves elvárás, amelyről importőr és márkakereskedő egyeztetést követően megállapodik, kettős: darabszám és ... a gépkocsi-értékesítés teljes – és nem a márka szerinti – országos várható számán alapuló részesezés szerinti. A bónuszrendszer negyedéves, fizetése száz százalékhöz közeli teljesítményhez kötődik. A nem teljesítőket az importőrök két kategóriába sorolják, vagy a 75 százalékosba, vagy az 50 százalékosba, s ilyenkor életbe lép a szakma által eszkalációnak nevezett mechanizmus: egyre részletesebb, egyre alaposabb intézkedési terveket kell a kereskedőknek kidolgozniuk. Az elmaradás az első negyedévben még tolerálható, a következőben már sokkal kevésbé, a következőben ... Egy idő után nincs következő.

20 A GM – a szokásos norma szerint – harminc napig vállalja a készletek finanszírozását (korábban a GMAC magyarországi részlege, tavaly nyár óta pedig a CIB közreműködésével), az Opel-kereskedők ezt igénybe veszik. Hasonlóan működött a Suzuki Merkantil Bankhoz kihelyezett kereskedő finanszírozása is.

A korábban a kereskedők közötti verseny fokozásában, a minél több egységből álló értékesítési hálózat létrejöttében érdekelt importőrök (mögöttük ténylegesen a gyártók) 2009-ben stratégiát váltottak: azóta a kereskedők számának a csökkenése nincs ellenükre. Az interjúk megerősítik azt a feltételezést, hogy a válság 2009-ben sokkal mélyebben rázta meg a szakmát, mint az kívülről látható. („*Sok az egyesülés, összevonás. 2008-ban hatvan Opel kereskedés volt az országban, 2010 végére jó, ha 35-40 maradt. Ez is szolid számítással jön ki*” – az egyik legrégebbi és legnagyobb autókereskedő.) Egy másik érintett ismert, korábban jó pozíciójú márkakereskedőket sorol, akik a közeljövőben kénytelenek kilépni a szakmából. A legveszélyeztetettebbek a csupán egyetlen értékesítési ponttal rendelkező kis cégek.

„Az autókereskedések zöme korlátozottan használható más célra. Az épületek értéke többnyire nulla. A telkek meg nem elég nagyok ahhoz, hogy többféle célra legyenek alkalmasak. S nem biztos, hogy jó helyen van az, ami jó helyen levőnek látszik. Autópályán nem lehet megfordulni, és az elhaladó forgalom is döngtet. Jó, ha sarkon van, és lassítani kell, mert akkor nem lehet nem észrevenni, nem szemlélődni. Az egyik budai kereskedést egy bank megvette volna, akkor nem adtam. Most legfeljebb kis Tescónak vennék meg, nagyon olcsón. Inkább kínlódom vele.” (Budapesti nagy és dinamikus fejlődő autókereskedő cég tulajdonosa.)

2007 óta üresen álló, funkciót váltó szalonokról olykor már lehetett hallani. Új fejlemény a szakma történetében, hogy 2009-ben az autószalonok száma számottevően, ezerről nyolcszázra csökkent. Ekkor a tulajdonosok már csak jelentős veszteség árán válthattak funkciót, vagy értékesíthették – gyakran más célra – a szalonjaikat. A publicitás majdnem teljes hiánya (a szakmára jellemző diszkréción túl) arra utal, hogy a tulajdonosok többsége nem halmozott fel jelentős külső tartozást, azaz nem rendelkeztek hosszú lejáratú vagy/és készletfinanszírozó hitelekkel (vagy rendezték azokat), és nem voltak kezelhetetlen adótartozásaik. Néhány nagy márkakereskedő azonban csőd miatt volt kénytelen bezárni egy vagy több szalonját, aminek nyomán összesen több mint tízezer alkalmazott veszítette el munkáját (Átverik a..., 2010).

Az autókereskedések mint hitelpontok

A gépjármű-finanszírozást a kilencvenes években még kockázatosnak tekintő bankok az ezredfordulót követően – a korábbi növekedési dinamikákat, a nyugat-európai fogyasztási trendeket és finanszírozási mintákat figyelembe véve – számottevően enyhítettek követelményeiken. Egyedi kockázatkezelés helyett a *kockázatporlasztás* előnyeit tartották szem előtt: az egyedi mérlegelés mellőzésével sokkal több hitelt lehet kihelyezni, így a tömegesség – és a kockázatkezelés költségeinek csökkentése – a bukások nagyobb száma ellenére magasabb nettó bevételt hoz. A pénzintézetek a magánszemélyek, továbbá a mikrovállalatok tömegszerű igényeinek gyors kielégítésére alkalmas standardizált finanszírozási konstrukciókat dolgoztak ki. A hitelek

közvetítőinek, a márkakereskedőknek az ügyfélszerzésért *jutalékot* fizettek, ennek átlagos mértéke az évtized első felében 6–8 százalék volt (alkalmanként magasabb jutalékokról is lehetett hallani), ráadásul részben előre folyósították a jutalékot. Az autóvásárlások finanszírozását a bankok általában leányvállalataikba szervezték ki. Ezek a bankcsoporttagok az autókereskedők számára egyedi elbírálás mellett forgóeszközhitel-kereteket is nyitottak.

A közvetítói jutalékok mértéke és összege a tömegautóknál akár többszörösen meghaladta a minimális szintre leszorított kereskedői bónuszokét. 2004-ben a Suzuki-eladások közel felét lefedve, a piac legnagyobb finanszírozójának számító Merkantil Bank éves beszámolója szerint az autókereskedőknek fizetett jutalék átlagos összege 98 400 forintra nőtt a 2003. évi 87 300 forintról. Ez a beszámoló alapján, autónként átlagosan 1,57 millió forintos finanszírozást figyelembe véve 6,3 százalékos jutalékkal egyenlő. Az autókereskedők egy része – miután az európai uniós normák erre lehetőséget kínáltak – tevékenységét az értékesítésre redukálta, és az eladásért járó bónusz mellett a hiteljutalékra összpontosította figyelmét. Ezzel ők az „egy lábbon állást” választották. Ha a készletfinanszírozást és esetleg jelentős fejlesztéseiket is bankhitel igénybevételével oldották meg, akkor szinte biztosan ők váltak a gazdasági válság – vagy már az azt megelőző, a gépjárműpiaci kereslet monoton csökkenésével jellemezhető időszak – tipikus áldozataivá.

Míg 2000-ben 133 ezer új autó talált gazdára, 2003-ban és 2004-ben évenként 208 ezer, ezután pedig – mint láttuk – 2008-ig évente 8 és 14 ezer darab között csökkent az értékesítés. A beragadt hitelek (visszavett autók) aránya az évtized elején alacsony volt, ami akkor igazolta a tömegszerűséghez, a kockázatporlasztási technikához fűzött banki várakozásokat.²¹ Ezután a finanszírozók a gyártókkal karöltve egyre vonzóbb feltételeket kínáltak: nullaszázalékos vagy ahhoz közeli önerő,²² tízéves futamidő, devizahitel alacsony teljeshiteldíj-mutatóval, halasztott konstrukciójú törlesztés, az importőrök által kezdeményezett országos használtautó-beszámítási akciók, ingyen extrák. A gépjárműpiacnak, a vásárlókért és a kereskedések forgóeszköz-szükségletének a felosztásért folytatott harc intenzitását mi sem jellemzi jobban, mint hogy a szektort belülről jól ismerő szakértő szerint „*az első hat lízingcégből hat éve egy fillér nyereség sincs*”.

Mindenesetre 2003-ban és 2004-ben a finanszírozási és kereskedői csomagok min-

21 A Merkantil Bank 2004. december 31-én 160 031 élő szerződéssel rendelkezett, és évközben 2878 autót vett vissza. Ez a jelentéktelennek semmiképpen nem nevezhető adat azonban az állomány 1,8 százaléka volt csupán (Merkantil Bank 2004. évi beszámolója).

22 „Nagy kárt okoztak azok a dílerok, akik a 20 százalékos saját erővel annak idején megemelték az autók tényleges árát. Ezt a bank nem tudta kontrollálni. Számvitelileg hogyan tüntették ezt el? Sztornózták, gondolom.” (Stabil pozíciójú, nagyon jelentős kereskedő) Nyilvánvaló, hogy nem Suzukik értékesítésével foglalkozik a nyilatkozó. A Suzukiknál nem csak a nullaszázalékos saját erős konstrukció nem volt ritka, de megessett, hogy azonnal készpénzhez is jutott a márkát választó vásárló (pl.: iskolakezdés megkönnyítése – a reklámok szerint – grátisz százezer forinttal). Persze benzinutalványokból és más ajándékokból a többi márkánál sem volt hiány.

den tömegmárka forgalmát felfelé nyomták (3. táblázat). Egyes márkatársításokkal, marketingfogásokkal és egyre attraktívabb hitelkonstrukciókkal a következő évekre is tarthatónak tűnt az addigi trend. Ez a feltételezés nem teljesült ugyan, mégis egészen 2008 májusáig sokkal több autót értékesítettek a márkakereskedők, mint amennyit keresletfokozó fogások nélkül lehetett volna. Ha igaz az a szakmán belül általánosan elfogadottnak tekinthető megállapítás, hogy a magyar piac legfeljebb 120–140 ezer autó felvételére lett volna képes évente, akkor 2005 és 2008 között még legalább további 160–180 ezer új autó értékesítése ennek az eladói és finanszírozói nyomásnak köszönhető. A hitelek utáni pótlólagos jutalékbevétel erre az állományra minimális feltételekkel (autónként kétmillió forintos átlagos hitelállománnyal és hatszázalékos jutalékkal) számolva is, ebben az időszakban összesen 19,2 és 21,6 milliárd forint között lehetett. A szakma által a hitelek után ténylegesen realizált jutalékbevétel becslésekor ehhez 2005 és 2008 között további legalább 57,6 milliárd forintot kell még hozzáadni (az említettek feltételeket figyelembe véve, évente 120 ezer gépjárművel számolva). Tehát az új autók eladása után kapott hiteljutalék négy év alatt összesen legalább 80 milliárd (évi mintegy 20 milliárd) forint volt, s akkor még nem szóltunk a használt és egyéb gépjárművek után fizetett jutalékokról. (Egy szakértő szerint 2008-ban a hitelek utáni összes jutalékbevétel elérte a 60 milliárd forintot.) Nem csoda, hogy sok márkakereskedő megszedült, és feladták az autósszakma értékesítésen túli területeit (például szerviz, alkatrész-értékesítés, karosszéria- és lakatosmunkák).

A gépjárművásárlás nem nélkülözheti a külső – hitelintézeti, pénzintézeti – finanszírozást. Ez valamennyi szereplő (gyártó, értékesítési lánc, vásárló és finanszírozó) érdeke. Itt azonban nagyfokú aránytévésztés, illúzióeltérés is történt, elsősorban a bankok és a gépjárműgyártók részéről. Ez sem magyarázza azt, hogy miért nem értelmezték helyesen a nyugat-európai trendek magyarországi érvényesülését. Különösen azért nem, mert a 2004. évi megtorpanásra nem a kereslet visszafogásával, hanem annak még intenzívebb ösztönzésével reagáltak.

A bukott autóhitelek számáról különböző adatok keringenek, évenként több tízezerről, egyes években pedig százazerről is hallani lehetett. Az értékesítések összetétele alapján – a bankok által visszavett autók jellemzően kiskategóriájúak – nagyon óvatosan feltételezhető, hogy az értékesítési és hitelezési boom kezdetétől 2009 végéig teljes állományuk meghaladja a kétszázezer darabot. Sőt, ennél lényegesen magasabb is lehet, de a kölcsönök tízéves futamideje miatt nem mutatható ki az átütémezések száma. A kedvezményes hitelkonstrukciók révén olyan társadalmi rétegek is új autóhoz jutottak, amelyek enélkül legfeljebb néhány százezer forintos használt autó megvásárlására lettek volna képesek. Az ilyen vevők nem jelentéktelen részét a fizetési fegyelme, a pénzügyi normái miatt felelőtlenség volt autótulajdonossá tenni, és a hitelek már korai szakaszban bebuktak.

A közhiedelemmel ellentétben a devizaárfolyam-ingadozások (a 2007 eleji nem tartós 275 euró/forint közeli kiugráson túl) súlyos problémává csak 2009 elején váltak, amikor az euró árfolyama 300 forint körül mozgott, március végén 310-hez közelített. (Ebben az időben az euró és svájci frank árfolyammozgása még nem

szakadt el egymástól.) A devizában denominált hitelek összege 2009 első öt hónapjában akár jelentősen növekedhetett, irreális mértékben meghaladva az autók aktuális piaci árát. Ekkor a finanszírozói és kereskedői nyomással korábban új autó tulajdonosává tett, de a válság, illetve a forint gyengülése miatt fizetéképtelenné váló ügyfeleiktől a finanszírozók tömegesen vették vissza a gépkocsikat. Az árverezés utáni hitelmaradék törlesztései pedig sokszor még hosszan terhelik a volt autótulajdonosokat.²³

A VÁLSÁG IDŐSZAKA

2009 – a piac beszakadt

2008-ról 2009-re – mint az a 2. táblázatból látható – az értékesített új autók száma 78,4 ezer darabbal, a forgalomba helyezetteké 91,7 ezer darabbal csökkent. Az értékesített személygépkocsiból 18,4 ezer darabot, 23,6 százalékot nem Magyarországon helyeztek forgalomba. 2009-ben a Suzuki kivételével már nem volt olyan márka, amelynek az értékesítése meghaladta a tízezret, a forgalomba helyezettek közül pedig egyik sem érte a 8000 darabot (5. táblázat).

5. táblázat

Értékesítési és forgalomba helyezési adatok (a 2008-ban tízezer darab eladást meghaladó márkák)

Márka	Forgalomba helyezés			Nagykereskedelmi értékesítés		
	2008	2009	csökkenés	2008	2009	csökkenés
Suzuki	24 591	7954	16 637	26 824	13 599	13 225
Opel	17 941	6581	11 360	17 612	7 507	10 105
Ford	17 374	7777	9 597	16 823	8 492	8 331
Skoda	10 735	3338	7 397	11 501	5 105	6 396
Volkswagen	10 731	4711	6 020	13 851	7 228	6 623
Toyota	10 083	3757	6 326	10 025	5 485	4 540

Forrás: JATO Dynamics.

²³ A nem fizetők bekerülnek a központi hitelnyilvántartó rendszerbe, öt évig kereskedelmi bankoktól nem jutnak hitelhez, egyéb következményekről nem is szólva.

A legnépszerűbb hat márka értékesített darabszáma 2008-ról 2009-re 51 százalékkal (majdnem ötvenezerrel), a forgalomba helyezettek száma pedig 71 százalékkal csökkent. 2008-ban az értékesített darabszám közel hat százalékát (96,6 ezerből 5,2 ezret), 2009-ben pedig 28,1 százalékát (47,4 ezer darabból 13,3 ezret) nem Magyarországon helyezték forgalomba. A Suzuki hazai kereskedelmi hálózatba került állományának is közel 42 százaléka került külföldre 2009-ben. A magyar autókereskedők minimális, a gyári árakat nem vagy alig meghaladó haszonnal dolgoztak. Ezt és a gyenge forintot használták ki azok a külföldi kereskedők, akik a roncsprogramokba bejelentkező ügyfelek igényét magyarországi (és minden bizonnyal lengyelországi) vásárlásokkal elégítették ki. Az Opel – a gyártók és kereskedők versengésében – a németországi autócseraprogram során az állami támogatáshoz nem társított más márkák által kínált exkluzív kedvezményeket, a magyarországi reexport aránya ezért meglepően alacsony. Valószínű ugyanakkor, hogy ez az alacsony mennyiség néhány kereskedőnél összpontosult.

2009 első felében a nyugat-európai (főként német) roncsprogramokhoz kapcsolódó gépkocsixport egyszeri hatásként növelte a magyar kereskedelmi hálózat értékesítési volumenét (6. táblázat).

6. táblázat

A tíz leginkább keresett típusból eladott mennyiség, 2008, 2009

Sorszám	Márka	Darab	Sorszám	Márka	Darab
2008			2009		
1.	Suzuki Swift	8684	1.	Ford Focus	3304
2.	Suzuki Sx4	8499	2.	Suzuki Sx4	2996
3.	Opel Astra Classic	6329	3.	Opel Astra	2504
4.	Ford Focus	5868	4.	Suzuki Swift	2441
5.	Suzuki Splash	5046	5.	Suzuki Splash	2200
6.	Skoda Octavia	4779	6.	Skoda Octavia	2027
7.	Skoda Fabia	4584	7.	Ford Fiesta	1590
8.	Ford Fiesta	4176	8.	Opel Astra Classic	1526
9.	Opel Corsa	3131	9.	Renault Megane	1416
10.	Volkswagen Golf	2202	10.	Volkswagen Golf	1327

Forrás: JATO Dynamics.

A modellek között 2009-ben több a középkategóriás: míg 2008-ban a legnépszerűbb tíz modell fele kis- vagy miniautó volt, addig a következő évben már csak a 30 százalékuk. (A Skoda Fabia és az Opel Corsa teljesen kiesett az élmezőnyből). 2009-ben ugyanis a márkakereskedőknek az importőrök által támogatott készletkiszárazási

akciói, árkedvezményei főleg középkategóriájú autókra vonatkoztak. Míg korábban a három évnél fiatalabb használt kisautók árbázisa zilálódott szét, 2009-ben a középkategóriáét is sikerült az akciókkal összezavarni.

Restriktív finanszírozás vagy/és vásárlóhiány

2008 utolsó hónapjaiban – a pénzügyi válság magyarországi kirobbanásakor – a kereskedelmi bankok többsége vagy azonnal saját magához vonta újra a gépjármű-finanszírozást, és ezzel gyakorlatilag kivonult ebből az üzletágból, vagy keményen megnyeste leányvállalata jogosítványait. Ezzel nagyon sok kereskedő számára egyik napról a másikra megoldatlanná vált a készletfinanszírozás, a szalon feltöltése autókkal. A pénzügyi intézetek legkésőbb 2009. január 1-jén érvényesítették a PSZÁF előírásait (a hitelfutamidő csökkentése 96 hónapra, 20 százalékos önerő, a jövedelemigazolás visszaállítása és maximum negyedévenkénti tőketörlesztés, kamatfizetés), mert e nélkül a teljes hitelösszegre tőketartalékot kellett volna képezniük. Az autóvásárlásra – mint a lakásvételre, a hitelkártyákra és más áruhitelfajtákra – ösztönző reklámfolyamnak vége szakadt, a hirdetések, ha nem is tűntek el a bankok honlapjairól, visszafogottá váltak.

„Észrevette, hogy Merkantil Car nincs már, csak Merkantil Bank? ... A K&H hat évig volt a partnerünk. A KBC, a belga tulajdonos októberben a válság kirobbanásakor utasította a bankot: azonnal kivonulni a gépkocsi-finanszírozásból. Az itteni munkatársak nem értették, mosakodtak. Milliárd fölött volt a vásárlófinanszírozás nálunk. Ápriliséig haladékat is kaptunk, hogy rendezzük. Még kedvezményt is adtak. A Budapest Bank autófinanszírozása azóta nyereséges, mióta minden más banki finanszírozó kivonult. Tudja a vezetője, mit csinál.” (Nagy, alkuképes autókereskedő.)

A bankok a rövid lejáratú hitelezés elől 2009-ben sem zárkóztak el, de a megszigorított feltételeket teljesítő cégek, ha tehették, inkább más módon kezelték likviditáshiányukat. Ha más nem, az aktuális kamatmértékek a hitelfelvétel megfontolására készítették őket.

„... akartunk 500 millió forint hitelt. Körbefutottunk. Adtak volna, de mindegyik bank elképesztően drága. Egy külfölditől vettünk fel, 5 százalékos felárral. Jól jártunk a 300 euró/forinttal, és törlesztéskor 270 körül volt az árfolyam.” (Egy hitelképes autókereskedő.)

A kereslet mérséklődését 2009 elején a kereskedők és érdekképviseleti szerveik – mint mindenki más a gazdaságban – a hitelcsapok bezáródásával indokolták. A prémiummárkájú gépkocsik értékesítését az első félévben inkább fokozta, mint mérsékelte az, ami a pénzügyi szférában történt. A kiemelt négy márka (Mercedes, BMW, Audi és Volvo) új importja éves szinten is csak 37,4 százalékkal csökkent, lényegesen kevésbé, mint a tömegmárkáké.

„2009 júniusáig még szaladt a szekér. A bankok összeomlásától félve – ha tudná, kik és hányan érdeklődtek erről nálam is – sokan kivették a pénzüket, és vettek egy jó autót. Legalább élvezem, gondolták. Mert a drága autóknál a vevők is tudják, hogy szó sincs vagyonszerzésről, értékmegőrzésről. Azoknál az élvezet a lényeg. Aztán hatalmas bezuhanás a második félévben.” (Prémiummárkát is értékesítő kereskedő.)

A tömegmárkák értékesítési adatait 2009 első félévében még az alacsony euróárfolyamon kiszámlázott készletkisöprési akciók és a német roncsprogram magyarországi leágazásai „kozmetikázták”. Amikor a kereskedők a nyár közepi, ötszázalékos áfa-emelés előtt az előrehozott keresletnek halvány jeleivel sem találkoztak, akkor vették tudomásul, hogy a hazai piacról elsősorban és mindenekelőtt a vásárlók hiányoznak.

Az autókereskedők szerint egyébként a készpénzes vásárlók aránya változatlan, 30 százalék volt 2009-ben is, nem csökkent a korábbi évekhez képest. De ez a vásárlói réteg, illetve arány a lélegzetvételhez sem elegendő, és ilyenkor elmarad a hitelközvetítői jutalék is. Mennyi hiányzott 2009-ben ezen a címen a kereskedők zsebéből? Nagyon sok: a már említett 2008-as 60 milliárd forintról 2009-ben 17 milliárdra csökkent a hiteljutalékok összege.

2010 közepétől a bankok kötelesek minden ügyfelükre hitelezhetőségi limitet megállapítani. Forintkölcshöz ennek összegéig, euróban denominált hitelt a 80 százalékáig, más devizában pedig a 60 százalékáig nyújthatnak. A gépjárművásárlást finanszírozó hitelnél az arányok alacsonyabbak (75, 60, illetve 45 százalék), a fedezet értékéhez igazodva.

„Nem buktunk a válság alatt. ... Nagyon erős az adóminősítésünk. És késelem esetén az ötödik napon sms-ben figyelmeztetjük az ügyfelet, a 7. napon telefonos és írásos figyelmeztetés, egy hónapon belül kétszer ezt megismételjük. 45 napos késelem esetén felmondjuk a hitelt. A válság hatása abban is megmutatkozik, hogy eddig egy év körüli hiteleket kellett felmondanunk, mára ez két év körüliekre módosult.” (Nagy, 2009-ben is eredményesen működő autófinanszírozó.)

A banki ügyfelek védelmét szolgálja az is, hogy 2010-től az ügynöki jutalékok nyilvánosak. Az ügynök – aki személyesen találkozik az esetleges autóvásárlóval és hitelfelvevővel, azaz akinek mind a két terméket (az autót és a hitelt) eladja – a szerződéskötéskor köteles partnere tudomására hozni a finanszírozótól neki járó jutalék mértékét. Az ügynököknek már a közeljövőben vizsgával is meg kell erősíteniük pénzügyi jártasságukat.

Roncsprogram-kezdeményezések és az európai programok hatásai

A magyar gépjármű érdek-képviselői szervezetek – a Gémosz (Gépjármű-kereskedők Országos Szövetsége), az MGE (Magyar Gépjárműimportőrök Egyesülete) és a Magyar Lízing Szövetség – 2009 elején húszezer darab tíz évnél idősebb autó cseréjének

1500 eurós támogatását javasolták legfeljebb 1600 köbcentiméteres, kis fogyasztású, környezetbarát modellekre. (A támogatás felét a szakma, másik felét az állam állta volna.). A kormány arra hivatkozva utasította el a kezdeményezést, hogy a csere csak előre hozott vásárlásokat eredményezne, miközben a túlfejlesztett kereskedői és szervizhálózat leépítése elkerülhetetlen, támogatással sem menthető meg. 2010 elején a Magyar Gépjárműimportőrök Egyesülete más partnerekkel (Magyarországi Gépjárműgyártók Szövetségével és a Magyarországi Járműalkatrész-gyártók Szövetségével) újabb roncsprogramot javasolt – tízezer forgalomban levő kétütemű autó kiváltását négyüteműekkel – ismét eredménytelenül.

Az európai roncsprogramok hatásai olykor közvetlenül, de közvetve mindenképpen hatnak a hazai autópiacon, az értékesítési hálózatra, a magyarországi autó- és alkatrészgyártókra. A német programban például mind a két oldalon – a már említett új autózállításokon túl – csereautók exportjával is részt vettek magyar kereskedők. Az Európa más országaiban megtapasztalt hatások egy része pedig a magyar roncsprogram esetén is jelentkezett volna, ha lett volna ilyen konstrukció.

Az európai programokat értékelve, az *előnyök* között említhető meg, hogy a kereslet a kisebb fogyasztású és korszerűbb autók irányába mozdul el, a gépkocsialomány intenzívebben „zöldült, zöldül”, mint programok nélkül. Egyszeri, de számottevő pozitívum az is, hogy a felhalmozódott készletek felszámolhatókká válnak, a készletezési költségek – és ezzel a likviditási feszültségek – jelentősen csökkennek.

Minden más, a roncsprogramoknak tulajdonított kedvező hatás (tömeges elbocsátás helyett lassú fokozatos leépítés, felkészülés a program utáni keresletszegény időszakra) *átmeneti jellegű*, legfeljebb lélegzetvételnyi könnyebbséghez juttatta, juttatja az érintetteket. Ezek a hatások az *autógyártással rendelkező* országokban, kisebb mértékben az autó-alkatrészgyártóknál, valamint a kereskedői és szervizhálózatban minden országban jelentkezhetnek, ha egyéb feltételek nem semlegesítik azokat.

A roncsprogramoknak a gépjárműszektor szempontjából talán kevésbé specifikus, sokkal inkább össztársadalmi szinten jelentkező *negatív hatásai* közé sorolható, hogy ezek a kezdeményezések nem feltétlenül a kívánatos irányba *rendezik át a fogyasztási szerkezetet*, más ágazatoktól vonhatják el a lakossági fizetőképes keresletet. Ráadásul a vonzóan alacsony gépkocsiárak miatt a vásárlók egy része eladósodik, és emiatt növekedhet az *egyéni csődök* száma. A programok kifizetését követő keresletcsökkenés miatt pedig drasztikusan csökkenni fog az autópiacon foglalkoztatottak száma.

A használt autók forgalmazása a járműgyártás és -kereskedelem szerves tartozéka, normális körülmények között az új autókéval egyenrangú része. A roncsprémiumok azonban kizárólag az autógyártók és alkalmazottaik pillanatnyi érdekeit tartották szem előtt, ezért a *használtautó-kereskedelem* a programok *azonnali és fő vesztesévé* vált.

Minden társadalomban vannak olyan csoportok, amelyek – ha nem bolygatják meg lényegesen az autópiacon – tipikusan használt járműveket vásárolnak. Ezeknek az a része, amelyiket anyagi megfontolások vezérelnek, egyértelműen *árfüggő*, tehát döntéshozatala során az ár/érték arányt szinte kizárólagos szempontként kezeli.

Ez a vásárlói szegmens a roncsprogram keretében a használt helyett új autóra váltott. Szakértők szerint az ilyen megfontolásból vásárlók száma jelentős volt, arányuk a németországi roncsprogramban a Volkswagen-csoport szerint a jelentkezők mintegy 50 százaléka (*Az autóvásárlási kedv...*, 2009). Közülük valószínűleg sokan a csere során *előre hozták* a vásárlásaikat. Ezzel pedig a program hosszú időre kivonta őket a használt autók vevőköréből. A forgalomkiesés ezen a piacon hatványozottan jelentkezik a használt autók nagyobb fluktuációja miatt. Nemcsak az a baj, hogy a roncsprogram bizonyos kategóriákban elszívta a keresletet a használtautó-piacok elől – ez is gondot okoz, mert az adminisztratív beavatkozás miatt a kereskedők eladatlan készleteken elszenvedett és finanszírozási költségekkel növelt egyszeri árvesztésege jelentős (a készletezési, készletfinanszírozási problémák az új autókról a régiekre helyeződtek át). Emellett a használt autók árképzése is teljesen szétesett az új autók ármeghatározási centrumot jelentő árbázisának²⁴ felborítása miatt.

A programok árkedvezményei betagozódtak az *új autók árstruktúrájába*, amely az európai költségszerkezetben tartósan fenntarthatatlan. A cserébe bevont kis- és alsóközép-kategóriás autók ugyanis a piacok regenerálódása után is csak rendkívül nyomott árakon lesznek értékesíthetők. Így a roncsprogramok listaárai többek között eltüntetik a kereskedői árréseket is. A kereskedők ugyanis típustól függetlenül egymás árcsökkentéseire azonnal reagálva, a gyártók listaáraiból adnak még további kedvezményeket. Egy intenzív, kormány által támogatott kampány után a gyártók sem tudják a listaárak kedvezményeit visszavenni, például a szokásos „ránccfelvarrással” – a karosszéria kisebb módosításával a típus új modelljének nevezve ugyanazt az autót. Ezután a vásárlók csak komoly engedménnyel hajlandók autót venni akkor is, ha már nem jár hozzá állami támogatás. 2010 első hónapjainak tapasztalatai azt bizonyítják, hogy az autógyártók kiszolgálják ezt a vásárlói igényt. A programok által létrehozott anomáliákat csak jelentős költségcsökkentéssel lehet megoldani.

Mindehhez hozzátehetjük, hogy az újautó-piac is később stabilizálódik, mert a kereslet előrehozása miatt a program lezárása után az értékesített mennyiség ismét esik. Ráadásul a roncsprogramok nettó keresleti hatásai lényegesen alacsonyabbak, mint a kiterjedtségük, ugyanis az így értékesített gépkocsik egy részét prémium nélkül is megvásárolták volna. Szakértők szerint a nemzeti roncsprogramok határfoka még így is 33–50 százalék, azaz a program keretében megvásárolt autóknak a fele-harmada egyébként nem kelt volna el – a piaci kereslet tehát jelentősen nőtt. Az ál-

24 Árbázisként használható az az ár, amelynek a változása tendenciájában tartós, nem ingadozik kiszámíthatatlanul, a hasonló kategóriájú termékek között érvényesíti a használati és élvezeti érték (műszaki paraméterek, dizájn és egyéb kényelmi szolgáltatások) szerinti eltéréseket, elegendő árrést – a tevékenysége reprodukálásán túl a korszerűsítésekhez, fejlesztésekhez, valamint normális mértékű nyereséget – biztosít a kereskedőnek, és a fogyasztó számára megfizethető. A használt autók árcentruma az azonos típusú új autók bruttó ára, amelyet használati fok (kor, futott kilométer, tárolási mód, jellemzően használt terep, vezető korához társítható vezetési stílus, értékcsökkentő karambol stb.) szerint mérsékelnek. Az így kapott ár tehát kifejezi az új és használt autók közötti használati és élvezeti érték közötti különbségeket, elegendő árrést biztosít a kereskedőnek, és a vásárló számára is elfogadható.

lami beavatkozásnak ez a formája elkényelmesíti a gyártókat, amelyek működőképes üzleti modell kimunkálása helyett a felfokozott kereslet kielégítésére és fenntartására koncentrálnak – és ez a hatás sem szűnik meg az állam által támogatott programok kifutásával.

A roncsprogramok meghirdetésével a nagy autógyártási hagyományokkal rendelkező európai országok kormányai olyan lavinát indítottak el, amely szándékaiktól a lehető legmesszebb áll. Az Egyesült Államokban az autóiipar kormányzati szanálása sokkal közvetlenebb védelmet nyújtott a General Motors és a Ford számára azzal, hogy versenyképessé próbálta formálni a két konszernt. Ezzel szemben az európai kormányok beavatkozásaikkal gyilkos árversenyt szabadítottak a piacokra, és ezzel a gépjárműgyártásra. Az alkalmazkodás kikényszerítése, a felesleges kapacitások rendezett lebontása helyett megspórolták a kínai, indiai gyártók számára a piacfogalási költségek egy részét, azaz amúgy sem jelentéktelen költségelőnyüket ezzel is fokozták. Ne legyenek kétségeink: az európai autógyártók közül csak azok maradnak életképesek, amelyek Európában, az európai piacon a kínai és az indiai befektetők költségversenyét állva válnak versenyképesekké!²⁵ A váltás egyébként időszerű, hiszen a költségcsökkentés, a túlméretezett európai autóiipari, valamint beszállítói és kereskedelmi kapacitások másként biztosan nem számolhatók fel.

Válságkezelés és várakozások

A 2009. évi magyarországi autóiipari fejlemények alapján már az sem meglepő, hogy a szakma elitjéhez tartozó kereskedők sem lehetnek maradéktalanul biztosak a túlélésben. Jelentősek a felesleges kapacitásaik, ugyanakkor vigyázniuk kell arra, hogy egy-egy telephely vagy szalon akár átmeneti bezárása ne ártson hírnevüknek. Éppen ezért erre az egyébként racionális lépésre eddig nem is vállalkozott közülük senki. A legfrissebb európai és magyarországi adatok alapján arra sincs biztosíték, hogy 2010-ben nem feleződik-e meg újra a piac. „Azt mondom, hogy aki ma nem vesztegességgel zárja az esztendő, az egy előrelépés” – fogalmazta meg a szakma 2009-es eredményességi maximumát a Schiller Autóház tulajdonosa és ügyvezetője (*Tipold*, 2010).

A kereskedői hálózat változatlanul vagy még inkább széthúz. Az akciók során „szinte megbolondulnak”, kiszimatolják a másik márka árajánlatát, és alámennek, „*ha török, ha szakad*” (budapesti nagy és dinamikus fejlődő autókereskedő cég tulajdonosa). Az erősebbek közül viszont olyanok is, akik korábban soha sem ültek le egy asztalhoz,

²⁵ Az Egyesült Államokban a GM a szanálás során kénytelen volt kötelezettséget vállalni arra, hogy munkaköltségei nem haladják meg a japán cégekéét. (Az Egyesült Államokban gyártják az ott eladott autók 55 százalékát kitevő japán, német és dél-koreai gépkocsik kétharmadát, és itt működik a 2008-ban és 2009-ben a legtöbb autót értékesítő Toyota legnagyobb gyára is.)

A telephelyek megválasztásakor *költségoldalról* a munkaköltségek közötti különbségek az elsődlegesek, de nem lehet eltekinteni a többi – volumen, piacszerzési stb. – szemponttól. A kínai és indiai gyártók munkaköltségeinek a szintje a betelepülésüket követően Európában az itteni szinttől marad el (szakszervezet nélkül vagy gyengébb szakszervezettel működnek), s nem vezethető le az anyaországból.

újabbán már képesek megtárgyalni egy-egy közös problémájukat, és az importőrrel szemben együtt képviselni azt.

Egyébként pedig nincsenek csodák. Ha az új autók értékesítése és a bevétel csökken, akkor a kiadás- és költségcsökkentés, valamint – főként – a szervizkapacitások intenzívebb kihasználása érdekében a használtautó-értékesítés súlyát célszerű növelni. A márkakereskedők egy része rendszeresen maga is hoz be használt autót európai uniós országokból. Megfelelő kapcsolatrendszer és nagy darabszámú szállítmány mellett, elfogadható áron, kedvező portfóliót tudnak elérni. A válságot fegyelmezetten kezelő kereskedőkre jellemző a szigorú monitoring minden üzletágban, a teljesítmények, a kötelezettségek és a kinnlevőségek, követelések szoros követése.

„Stratégiánk? Minden egyes céget külön-külön nyereségesen működtetni, vagy legalább nullaszaldósan tartani. Csodakonstrukciót már nem tudok kitalálni, ez maradt. Kitaposom a tökéletes munkát az emberekből, ha elbocsátok valakit, azért teszem, mert lop. A költségfelfaragás kemény, de még mindig elviselhetőbb. Kevesebbért kell többet dolgozniuk a kollégáknak. Havonta csak azt nézem, a cégek közül melyik van pirosban, és melyik zöldben. Ha pirosban van, két hónap múlva becsukom a boltot – és ezt tudják a kollégák is, így dolgoznak. Ha lefelé átlépnék a nullát, akkor már nem monoton csökkengetne a teljesítményük, akkor már zuhanna. Ezt nem várom meg. Akkor csődvédelmet kérnék. ... Én nagyon bíztam mindig a kereskedelemben.” (Budapesti nagy és dinamikus fejlődő autókereskedő cég tulajdonosa.)

„...plusz nullában zárunk [2009-ben]. A kabátot még szűkebbre kell vennünk ... nem volt beruházási hitelünk, egészen augusztusig [amikor az M3-as budapesti bevezető szakasza melletti autócentrumot, a Csiki-Bege cégcsoport teherautó-üzletágát vásárolta meg a Schiller-csoport – Boros (2009)] ... Azt nem szabad megengedni, hogy a napi működést hitelből finanszírozzuk. Vagy addig kell karcsúsítani, amíg egyensúlyba kerülünk, vagy addig kell menni előre, amíg nem tudja eltartani magát a szervezet. 2006-ban laposabbá tettük a szervezetet ... »felfaragás« a tavalyi évben volt, amikor is a megváltozott piaci körülmények miatt még karcsúbbá kellett tenni a szervezetet. ... heti jelentésben az eladási számokra koncentrálnunk, az eladott munkaórákra, anyagokra és egyéb hatékonysági mutatókra. A havi riport pénzügyi szemléletű, ott a cégek pénzügyi működését monitorozzuk” (Tipold, 2010).

Az utóbbi idézet arra is bizonyíték, hogy a jó pozíciójú (kedvező elhelyezkedésű, nagy kapacitású és jelentős profilbővítést is lehetővé tevő) autócentrumok a gazdasági válság idején is szakmai befektetőre találhatnak, illetve azt mutatják, a jelenlegi rendkívüli körülmények között különösen szoros gazdálkodást folytató kereskedők a válság ellenére is vásárolnak, ha a felkínált kereskedés adottságai találkoznak fejlesztési elképzelésükkel.

Ritka kivételtől eltekintve azonban a több márkáértékesítésére – a múltban túlzott eladósodás nélkül – berendezkedett kereskedők a napi gondjaik intézésén túl

leginkább kívárnak, figyelik az importőrök magatartás-változását. Bizonyos jelekből arra következtetnek, hogy már formálódik azoknak a márkakereskedőknek a listája, akikre a válság után is számítanak. (Az egyik nagy autókereskedés egyik tagvállalatának csődközeli állapotában – a tulajdonos számára korábban elképzelhetetlen módon – a bónusz és az árrés tekintetében is engedett az importőr, és ezzel átsegitte a kritikus időszakon.) A kereskedők nem lepődnének meg azon sem, ha az importőrök/gyártók modellt váltanának. Az európai uniós csoportmentességi rendelet alapján a gyártó dönthet úgy, hogy a szelektív mennyiségi forgalmazási rendet tisztán alkalmazza, azaz közvetlenül meghatározza a kereskedelmi és szervizhálózat tagjainak a számát. Ez megfelel a következő idézet szerinti első modellnek.

„Szerintem két modell képzelhető el. Az egyik: egy-egy márkával egy-egy nagykereskedés foglalkozik, tiszta profillal, nagy ellátási körzettel. A gyártó vállalja, hogy nem telepít rá egy csomó másik kereskedést. Vagy, mint Moszkvában, egy kisebb városrésznyi területen, amelyet minden oldalról utca határol, épít egy hatalmas kereskedést, egy nagy szervizzel, és 9-10 nagy márkát bevisz önálló, egymástól elkülönített elegáns szalonokba. Az utca meg az épület közé nagy, rengeteg autónak elég parkolóhelyet kell kialakítani. Nem »futottak még« márkákról beszélek, hanem stabil, nagy márkákról. Én ezt ide megterveztettem, de még korai volna megcsinálni. Önállóan egy bank se vállalkozna a finanszírozására, de szindikált alapon sem vállalnák most be.” (Budapesti nagy és dinamikus fejlődő autókereskedő cég tulajdonosa.)

A második modellből pedig az is nyilvánvaló, hogy a kereskedők nem temetik, hanem a jövő hatékony értékesítési színterének tekintik az autópályákat, egy-egy ízlésüknek megfelelő centrum építésébe akár hatalmas összegeket is szívesen invesztálnának megfelelő körülmények között.

Az egyéni stratégiák természetesen különbözők. Az idézett kereskedővel szemben egy másik, nem kevésbé tőkeerős vállalkozó változatlanul a tömegmárkákban látja a jövőt, s ahogy a múltban nem nyitott a prémiummárkák felé, a jövőben sem szándékozik.

A magyar tulajdonosokra amellet, hogy az üzlet irányításában közvetlenül részt vesznek, jellemző az is, hogy szalonjaik egy-egy földrajzi körzetre koncentrálódnak. Éppen ez a területi koncentráció a magyarázat arra, hogy miért értenek egyet a perspektivikusnak tekinthető, akár tömegmárkákat, akár nagy márkákat forgalmazó kereskedők a stratégia egy elemében: célszerű lehet a jövőben *egy helyre összevonni* a működésüket. Ez azt is jelenti, hogy a tulajdonosi koncentrációnak a korábbi útja már nem járható a számukra.

A magyarországi gépjárműpiacon több olyan kereskedő működik, akik jelentős összegű tőkét halmoztak fel az autóértékesítésből és más befektetéseik révén, a szakmai jövőjüket ebben az üzletágban képzelik el. Vállalkozásaik közvetlen szakmai irányítását kivétel nélkül elkerülhetetlennek tartják. Ezért korlátozták a múltban is a terjeszkedésüket, ezért nem törekedtek például regionális vagy országos szintű

lefedettség elérésére. Minden bizonnyal tisztában voltak az ágazat hazai és európai túlméretezettségével, a szakma kockázataival is.

KÖVETKEZTETÉSEK

A likviditási válságként induló világgazdasági válság azonnal megnyilvánult a gépjárműpiac világméretű összezsugorodásában. 2009-ben a magyar autópiac is beszakadt: az értékesített gépkocsik száma megfeleződött. Ennek azonban csak egyik oka a válság, a másik pedig az, hogy az ezredfordulót követő vásárlások alakulását rendkívül magas, mesterségesen táplált dinamika jellemezte. A gépjárműkereslet visszaesése, a 2009-ben – nem reexport céllal – vásárolt autók nagyon alacsony száma egyértelműen a válságnak tudható be, a korábban túlfűtött piac csak a zuhanás mértékében játszott jelentős szerepet. A gépjármű-értékesítési hálózat akkumulációs képessége a rendszerváltás és a válság közötti időszakban folyamatosan, az ezredfordulót követően pedig különösen kiváló volt, ezért a hirtelen lefékeződés miatti veszteség- és veszélyeztetettségérzés is hatványozottabb ebben a szektorban, mint a kevésbé dinamikus ágazatokban.

A fejlett világ fogyasztási modelljéhez való felzárkózás vonzó perspektívája, valamint az ottaninál lényegesen alacsonyabb magyarországi gépjárműsűrűség egyszerre jelentett igényt a vásárlók részéről és lehetőséget az autógyártók és a finanszírozók számára a gépjárműeladások és a banki kihelyezések felpörgetésére. Célszerű hangsúlyozni, hogy a keresletfokozás eszközei (jelentős gyártói/kereskedői kedvezmény, olcsó, hosszú futamidejű, minimális vagy nulla önrésszel, esetleg halasztott törlesztéssel nyújtott devizahitelek) nem különböztek a nyugat-európai országokban alkalmazottaktól (eltekintve attól a lényeges különbségtől, hogy Magyarországon nem az euró a törvényes fizetési eszköz). Mégis a telített piacokon kis határfokon alkalmazott stimulátorok képesek voltak megbolondítani, túlfuttatni, és idő előtt megbénítani egy nemrég még hiánnyal küszködő piacot, mint azt Közép-Kelet-Európában legnyilvánvalóbban a magyar példa mutatja.

A keresletöztönző konstrukciók – az autóeladások mennyiségére gyakorolt, súlyos negatív társadalmi következményekkel is járó hatás mellett – megakadályozták az autópiac funkcionális működését. A válság előtti túlfűtött időszakban a kis- és alsóközép-kategóriájú autók, a válság kezdete óta pedig a kereskedői kiárusítások, akciók következtében a középkategóriájú autók árbázisa szétzilálódott. Az új autók folyamatos akcióival nemcsak a hazai használtautó-piac, de – talán a presztízmárkák kivételével – a teljes autópiac elvesztette az árcentrumát. A hazai gépjárművek korösszetételének elemzése éppen arra világított rá, hogy az árcentrumot csak kor szerint strukturált és reálisan árazott használtautó-piac tudja karbantartani. Az autómatuszálemeket új autókkal biztosan nem lehet száműzni a forgalomból, legfeljebb fiatalabb, kisebb fogyasztású, nem drága használt autók-

kal helyettesíthetők, ha megfelelő hatósági előírások és szankciók is ebbe az irányba terelik a tulajdonosaikat.

Nem kívánatos viszont az elavult, majdnem roncsautók behozatala. Ez nem feltétlenül a regisztrációs adóval szorítható vissza, hanem inkább úgy, hogy szigorú normák (gyakori vizsgáztatás, magas műszaki előírások stb.) kényszerítik rá a nagyon öreg és a nagyon környezetszennyező autók tulajdonosait arra, hogy járműveiket vonják ki a forgalomból. A szürkeimport is radikálisan mérséklődne, ha nem lehetne „elintézni” az irreálisan alacsony árú gépjárművek forgalomba helyezését a kötelező adók meg nem fizetése nélkül. És bármennyire kiváló adótárgy is a gépkocsi, vagy/és nehezen nélkülözhető a regisztrációs adóból származó költségvetési bevétel, célszerű lenne fokozatosan az európai uniós országok átlagára mérsékelni a gépjármű vásárlásához tapadó adók hazai szintjét.

Az ezredforduló után a magyar autószektor a prémiumprogramokhoz hasonlóan viselkedett, új autókhoz juttatott olyan társadalmi rétegeket, amelyek a vásárlásöszönző konstrukciók hiányában legfeljebb sokkal olcsóbb használt autók vásárlására lettek volna képesek. Nekik is és a piacnak is szerencsésebb lett volna, ha a fizetőképességük szerinti korlátokon belül maradtak volna. A válság hatásai azonban szélesebb csoportokat is elértek, tömegesen dőltek be autóhitelek (miután a forint gyengülése következtében összegük jelentősen megemelkedett). Ráadásul a legtöbb esetben a kényszerű értékesítés nem fedezi a hitel összegét, ezért a volt tulajdonosok törlesztési kötelezettsége fennmarad.

A KSH adatai szerint a magyar lakosság lakásberuházási kiadásainak összege 2000 és 2007 között 2,28-szorosára emelkedett, a száz háztartásra jutó személygépkocsi száma ugyanezen időszak alatt 39-ről 56-ra, 1,44-szeresére növekedett. Tegyük mindehhez hozzá, hogy jelenleg mindössze a munkaképes lakosság 54,4 százaléka aktív dolgozó. A háztartások nem jelentéktelen részét tehát komoly összegű lakás- és gépkocsihitelek terhelik. Amikor az MNB 2009 végén drasztikusan – indokolatlanul és túlzóan – szigorítani akart a jelzáloghitelezés feltételein, a magyar bankok arra hívtakoztak, hogy Magyarországon a hitelezés volumene csak a GDP 70 százalékához közelít, miközben az európai uniós átlag 196 százalék. Arról nem tettek említést, hogy a betételhelyezések nagysága közötti különbség is hasonló (55-tel szemben 174 százalék), és a szintbeli differenciák következményei nem elhanyagolhatók (különösen akkor, ha a magyar eladósodottságot és megtakarítási hányadot egy heterogén közösség átlagához viszonyítjuk). A környező országokban, például Szlovákiában vagy Csehországban messze nem ilyen fokú a háztartások eladósodottsága, a német roncsprogram pedig – a kereslet általános élénkítésén túl – kifejezetten a lakosság túlzott megtakarítási hajlandóságán akart lazítani. A magyar háztartások eladósodottsági szintje, a munkanélküliek aránya és a munkahely elvesztésétől való félelem az egyik fontos, ha nem a legfontosabb oka annak, hogy 2009-ben a magyar gépjárműkereslet nemzetközi összehasonlításban is szokatlan mértékben zuhant vissza, és jelenleg sem látszanak az élénkülés jelei. Válság idején a vásárlók reakciója nemcsak a múlttól függ, legalább annyira vagy még inkább a jövővel kapcsolatos várakozásaiktól.

A válság növeli a gépjárművásárlásra és -cserére esélytelenné válók számát, és elriasztja a bizonytalankodókat, a keresletüket átütemezők, későbbre halasztók népes táborát is. A magyar gazdaság helyzete és kilátásai szempontjából nézve a lakosság reakciói normálisak, nem túlzottak. Éppen ezért feltételezhető, hogy a 2009. évi értékesítési adatok aligha lettek volna magasabbak, ha a piacot nem telítették volna túl a megelőző hét-nyolc évben. Talán inkább a kilábalás hossza szempontjából lehet utólag is jelentősége annak, hogy a piacot még közvetlenül a válság előtt mesterségesen kifulladásztották.

Az érzékelhető gazdasági növekedés nem elegendő a gépjárművek iránti kereslet emelkedésének a beindításához, ehhez a foglalkoztatottságnak kell kétséget kizáróan és tartósan, azaz legalább három-négy negyedéven keresztül növekednie. Míg a magyar gépjárműpiacon a válság éveiben egy keresletösztönzési csomag aligha tudná a lakosságot vásárlásra bírni, a stabilan javuló foglalkoztatottság és az elhalasztott kereslet együtt látványos növekedést produkálhat. Ez azt is jelenti azonban, hogy 2011 első félévében még biztosan nem számíthatunk a trend megfordulására. A kereslet reális szerkezete azt kívánja, hogy a növekedés az új és a használt autókra egyaránt vonatkozzon, és a vásárlók tényleges fizetőképességük függvényében vásárlhassanak.

A válság egyik legfontosabb tanulsága az, hogy az európai uniós térben szabadabban lehet mozogni, tájékozódni még a gépkocsivásárlás, forgalomba helyezés, lízing- vagy bérletflottaügyek terén is. A kereskedők természetesen dönthetnek úgy, hogy ők helyben maradnak, és függetlenként, azaz legfeljebb alkalmi jelleggel lépnek ki a nemzetközi színtérre: nem társulnak sem hálózathoz, sem befektetői csoporthoz, de a vásárlóknak egyre nagyobb része képes európai uniós szinten feltérképezni a kínálatot.

Az európai autóipar vajúdása hosszabb lesz, és bármennyire kényszeríti is rá a válság a korszerűsödésre a magyar gépjármű-kereskedelmi hálózatot, viselnie kell ennek a gyötrelmes átalakulásnak a következményeit. Mindenekelőtt aligha lesz képes a túlzott mértékű gyártói nyomás alól szabadulni addig, amíg a kontinens autógyártási kapacitása nem kerül a keresletnek megfelelő egyensúlyi állapot közelébe. Az európai gyártók megvívják még egymással, más kontinensek (Egyesült Államok és Japán) tradicionális gyártóival és a feltörekvő államok, főleg Kína és India ugrásra kész autóiparával a háborújukat. Hogy marad-e fenn, és ha igen, hány és melyik európai autógyár, és milyen tulajdonosi körrel, vagy mi lesz például a General Motors sorsa – csupa olyan izgalmas kérdés, amelyekre jó lenne, ha nemcsak egy nagyon hosszúra nyúló válság után kaphatnánk választ. Hogy végül a kínai és az indiai autóipar és befektetők nyernek, ahhoz már ma sem férhet kétség. Ami nem kalkulálható, az a közbenső lépcsők sűrűsége és hossza. Már csak azért sem, mert ezt a stratégiai játékot nem kispályások játsszák.

HIVATKOZÁSOK

- Átverik a...* (2010): Átverik a magyar autósokat Szabadföld, május 25., <http://www.szabadfold.hu/cikk?25312=25312&cikk>.
- Az autóvásárlási kedv...* (2009): Az autóvásárlási kedv nem áll vissza a válság előtti szintre. Tranzitportál, augusztus 6., <http://tranzitonline.eu/2/gazdasag/hirek/2009-08-06/az-autovasarlasi-kedv-nem-all-vissza-a-valsag-elotti-szintre>.
- Boda András* (2007): Használt autó: nő az importkedv. Hogyan kell, és megéri-e egyáltalán behozni a megálmodott modellt? Népszabadság, augusztus 15., <http://www.nol.hu/archivum/archiv-460519>.
- Boros Jenő* (2009): Kísértetkastély lett az autócsodák palotájából. Népszabadság, szeptember 10., http://www.nol.hu/auto/20090910-kiseretkastely lett_az_autocso dak_palotajabol.
- Boros Jenő* (2010): Használt autót is inkább készpénzért. Csökkent a szürkeimport, kisebb lett a forgási sebesség. Népszabadság, április 21., http://nol.hu/auto/20100421-hasznaltat_is_inkabb_keszpenzert.
- Csákó Attila* (2005): A használt autók importja elsorvadt Magyar Nemzet, június 7., <http://mn.mno.hu/portal/288553>.
- Csernátony Csaba* (2008): Csődhullám jöhet az autópiacon, Origo, október 2., <http://www.origo.hu/uzletinegyed/valsag/20081002-autopiac-csod-szalon-bezaras-johet-fizeteskeptelen-ugyfelek-gablini.html>.
- Elhulló autókereskedők...* (2004): Elhulló autókereskedők. Átrendeződik a gépjárműpiac. Index, augusztus 30., <http://index.hu/gazdasag/magyar/auto040830//>.
- Első fecske már...* (2010): Az első fecske már megjelent: roncsprogramot indíthatnak az autógyártók. Tőzsdefórum, február 26.
- Észtországban a legolcsóbb...* (2005): Észtországban a legolcsóbb az új autó. Index, március 9., <http://index.hu/gazdasag/vilag/ujavto7022/>.
- Fojt Attila* (2007): Luxusautókat még megéri használtan behozni, Origo, február 16., <http://www.origo.hu/vendegszoba/automotor/20070215fojt.html>.
- Hatalmas profitot ért el...* (2010): Hatalmas profitot ért a német autóipar állami segítséggel. HVG.hu december 31., http://hvg.hu/cegauto/20091231_nemet_autoipar.
- Kapitány Zsuzsa* (1996): Fogyasztói magatartás az autópiacon. MTA Közgazdaságtudományi Intézet–Aula Könyvkiadó, Budapest.
- Koncz Dávid* (2009): Tizenegy éves mélyponton a magyar autópiacon. Origo, február 9., <http://www.origo.hu/auto/20090209-melyponton-a-magyar-autopiac.html?pIdx=1>.
- Kornai János* (1980): A hiány, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó. Budapest.
- Körkép a...* (2010): Körkép a használtautó-piacról. Autószektor, február 18. Interjúorozat, 2 rész. http://www.autoszektor.hu/Interju/Korkep_a_hasznaltauto-piacrol2.html
- Nagy érdeklődés Ausztriában...* (2009): Nagy érdeklődés Ausztriában a roncsprémium iránt. HVG.hu. július 8., http://hvg.hu/gazdasag/20090708_roncspremium_ausztria.

- PWC (2009): A magyarországi személygépkocsi-kereskedések piaci felmérése, 2009. PricewaterhouseCoopers, http://www.pwc.com/hu_HU/hu/publications/assets/pwc_car_dealer_survey_hu.pdf
- Roncsprémium: a felpörgetett kereslet visszaüt (2009) Hvg.hu augusztus 7.
- Szunyog Zoltán (2003): Gépjárműadók változása. Autótechnika, 10. sz. 65—67. o., <http://autotechnika.hu/uploads/files/archiv/2003/10/65-67.pdf>.
- Tipold István (2010): Interjú Schiller Gáborral, a Schiller csoport tulajdonosával és vezetőjével, Autószekektor, január 15., http://www.autoszekektor.hu/Interju/Interju_Schiller_Gaborral.html.
- Új uniós versenyszabályok... (2010): Új uniós versenyszabályok a gépjárműpiac szereplőire vonatkozóan. A Bizottság május 27-én közzétette új csoportmentességi rendeletét. június, 3., <http://www.jogiforum.hu/hirek/23165>.

Antalóczy Katalin–Sass Magdolna

VÁLSÁGKEZELÉS ELŐREMENEKÜLÉSSEL

A válság hatása a versenyre a magyarországi autóiipari beszállítói piacokon

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.

A magyarországi autóiipar – ami elsősorban beszállítókból áll – 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 a kapacitás növelése is azáltal, hogy több vállalat stratégiai partnerségi kapcsolatot alakít ki egymással.

Az autóiipari ágazatba tartozó vállalatok (a márkaneveket birtokló nagy autógyártó cégek és beszállítóik) 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 csődközeli 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 (költségsökkentés, elbocsátások, nem stratégiai leányvállalatok eladása). Felpörgött a szerkezetváltás, a konszolidáció is, megszaporodtak 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 feltárjuk a hazai autóiipari beszállítói piacon végbemenő változások jellemzőit, elsősorban a versenyhelyzet alakulása szempontjából. 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 beszéltünk az ITDH Hungary és a Magyar Járműalkatrész-gyártók Szövetsége (Majosz) szakértőivel is.¹ A cégek között volt kis- és nagyméretű, külföldi és hazai tulajdonban levő, a beszállítói hierarchia különböző szintjein álló vállalat.

AZ AUTÓIPARI ÁGAZAT, A BESZÁLLÍTÓI HÁLÓZATOK JELLEMZŐI

Globális jellegzetességek – szereplők, piacszerkezet, verseny

Az autóiipari 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.

1 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.

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 lábon állás), a változások rugalmas kezelése, megfelelő logisztikai színvonal (éppen időre – *just in time* – szállítás), kedvező árszint, folyamatos árcsökkenés 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 autóipari alkatrészgyártás mellett az elektronikai, a műanyagipari, a könnyűipari (például autótüléshuzatok gyártása), a mérnöki szolgáltatások terén is bőséggel találunk az autóiparhoz kapcsolódó céget. Több olyan vállalat is van, amelyik nemcsak az autóiparnak szállít be. Éppen ezért az autóipari beszállítást mint tevékenységi kört, illetve a piaci szereplőket *statisztikailag nagyon nehéz körülhatárolni, jellemezni*, és nehézségekbe ütközik az autóipari 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 beszállítóik 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 Magyarországgal 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.

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 Vauxhall-lal, az Opelrel és a Saabbal (ez utóbbiak azután százszázalékos tulajdonába kerültek). A Ford felvásárolta a Jaguárt, a Volvo stratégiai szövetségre lépett a Mazdával. 2000-ben a General Motors megvette a Fiat 20 százalékát, a Daimler-Chrysler 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 (*1. táblázat*). 1998-ban volt továbbá ebben a körben egy autóiipari beszállítói is, a Robert Bosch, amely azonban 2008-ban már kiesett innen.

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

1. táblázat
Nagy autógyártók az UNCTAD TOP 100 nem pénzügyi
transznacionális vállalatok listáján

Rang-sor*	Vállalat	Ország	Rang-sor*	Vállalat	Ország
1998			2008		
2.	General Motors	Egyesült Államok	6.	Toyota	Japán
5.	Ford	Egyesült Államok	9.	Ford	Egyesült Államok
6.	Toyota	Japán	13.	Volkswagen Group	Németország
9.	DaimlerChrysler	Németország	21.	BMW	Németország
11.	Volkswagen Group	Németország	23.	Honda	Japán
18.	Honda	Japán	30.	Nissan	Japán
21.	Renault	Franciaország	31.	General Motors	Egyesült Államok
24.	Mitsubishi	Japán	36.	Mitsubishi	Japán
25.	Nissan	Japán	38.	Fiat	Olaszország
43.	Peugeot	Franciaország	49.	Renault	Franciaország
50.	Fiat	Olaszország	54.	Volvo	Svédország
83.	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.

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 autóiparát többek között a közösségi beszállítás arányának, környezetvédelmi és minőségi jellemzőknek az előírásával, vámvédelemmel. Az egységes belső piac megvalósításából is kimaradt az autókerekedelem (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 autóipari 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

2. táblázat

Autóipari nagybefektetések támogatása az 1990-es évek első felében

Ország	Év	Befektető	Állami	Vállalati	Foglalkoztatottak száma	Egy munkahelyre jutó támogatás (dollár)
			támogatás	beruházás		
			(millió 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).

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 5. autó OECD-n kívüli országban készült (OECD, 2009). Más bontásban, részben prognózisokra építve Lepsényi (2010) is hasonló tendenciákat mutat ki az autóipari alkatrészgyártásban (3. táblázat). Ez az átrendeződés egyben fordulat az alacsony termelési költségű országok javára.

3. táblázat

Az autóipari alkatrészgyártás regionális megoszlása (százalék)

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 autóösszeszereléssel, később átállt bizonyos stratégiai részegységek gyártására, ezért a 4. táblázatban nem szerepel.) Később a többi közép-kelet-európai ország vonzóbb

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	barnamezős**	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.

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.

Magyarország az integrátor (első körös) beszállítók számára lett vonzó, amelyek a három nagy autógyártó után települtek be. Így többek között a „legkedveltebb” beszállító, a Robert Bosch, (*Legkedveltebb beszállító...*, 2010), a Knorr-Bremse, a Continental (5. táblázat).

Az iparági szerkezet elvileg lehetőséget nyújt a hazai cégeknek, 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 egyedülként – 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 autógyártók...*, 2008). Szerepet játszott a viszonylag magas helyi beszállítói részesedésben az is, 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.² 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 beszállítótá válni.³

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 játssza az egyik legnagyobb szerepet.

2 A gyártott autók számának tervezett jelentős növelése több olyan japán beszállítót is magyarországi beruházásra indított, amelyik addig nem 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 licenct 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.

3 Több vállalatvezető szerint három-négy év múlva nyílna lehetőség 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.

5. táblázat
A legnagyobb autóiipari beszállítók Magyarországon 2008-ban

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

Forrás: Figyelő Trend (2010).

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 foglalkoztatott-

ság alapján a hetedikek voltunk az OECD-rangsorban, az összes ipari alkalmazottnak mintegy hét, a teljes foglalkoztatott létszám nem egészen két százalékát adta az autóipar (az adatok forrása: *OECD*, 2009).

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 autóelektronikát 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 foglalkoztatottaknak nagyjából a felével.

Heterogenitás és verseny a hazai autóipari beszállítói ágazatban – interjúink 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 első körös, a másinak második körös, a harmadiknak pedig harmadik körös beszállítója. 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 első körös beszállítói pozíciót elérni, de az 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 felölhelheti a közös tervezést vagy a részvételt a kutatás-fejlesztési feladatokban. Ez a Suzuki első körös 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 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 elsősorban 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 vállalatnak szállít be, hányadik körbe tartozik, hány lábon áll (például egymástól erősen eltérő ágazatokkal is kapcsolatban van-e), azaz hogy kivel versenyez elsősorban.

A *multinacionális cégek hazai leányvállalatai* számára a verseny fő színtere a többi leányvállalat. A magyarországi telephelyek általában az alacsony költségszintűek közé tartoznak, így egyikük elsősorban egy mexikói és egy kínai gyárral versenyez.

A bonyolultabb gyártás esetében volt, hogy nyugat-európai társvállalatokkal versenyeztek – és nyertek el sikeresen egy-egy projektet. (Fontos megemlíteni, hogy egyik interjúalanyunk szerint a nemzetközi nagyvállalatok igyekeznek a termelés egy részét politikai okok miatt Nyugat-Európában tartani, akár magasabb költséget is vállalva.) Egy másik hazai cégnek elsősorban a cseh leányvállalat a versenytársa – az ukrainai telephely még nem konkurens, mert az túlnyomórészt az élőlátás-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 előállító leánycég pedig a magas szállítási költség miatt nem közvetlen versenytárs. Végül a negyedik multinál a magyar szállító 2006-tól gyors növekedésnek indult, és a 60 telephely közül az első nyolcba került, meghatározó pozíciót víva ki a multinacionális cégen belül. Itt is elsősorban kontinensenként szerveződik a tevékenység, így a magyarnál valamivel olcsóbb kínai telephely nem jön számításba versenytársként.

Természetesen a multik leányvállalatai egymással is versenyeznek 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.

A magyar tulajdonban levő vállalatok számára is eltérő a versenytársak köre az ágazattól, a vállalat méretétől és a beszállított terméktől függően. Az egyszerűbb vagy standardizált termékeket gyártók számára a régiós (elsősorban lengyel, szlovák, esetleg román) versenytársak mellett egyre erősebb az indiaiak, kínaiak felől érkező versenynyomás. Az összetettebb termékek esetében inkább nyugat-európaiak a versenytársaik. A fajlagos szállítási költség erőteljesen befolyásolja a riválisok körét, sokszor kizárva az ázsiai cégeket. Emellett fontos a termelési láncban elfoglalt 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. Sajnos, a Suzuki első körös magyar tulajdonban levő kisebb beszállítóinál ez kevésbé érvényesül.

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 tova gyűrűztek 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-országcsoporthoz (Brazília, Oroszország, India, Kína) ugyanakkor legfeljebb lassult a növekedés, de például a kínai piac hihetetlenül növekedett.

A földrajzilag többnyire koncentrált foglalkoztatás és a tova gyűrűző hatások miatt szinte minden ország *állami válságkezelő intézkedéseket vezetett be* az autógyártásban. Mindkét alapvető módszer, az autóeladások támogatása és az autógyártás közvetlen támogatása hat a piacszerkezetre és a versenyre, s hatásuk tova gyűrűzik a beszállítókhöz 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.⁴ Valamennyi esetben az volt a lényeg, hogy a kormány segítette az új, környezetbarát autó megvásárlását, amennyiben a vevő a roncsautóra 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.).

Az autógyártás támogatásának fő formái a kormányzati kölcsönök, garanciavállalások, kezességek, adókönyvitések 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

4 Például: Ausztria, Kanada, Csehország, Dánia, Franciaország, Németország, Görögország, Olaszország, Japán, Korea, Luxemburg, Hollandia, Norvégia, Portugália, Szlovákia, Spanyolország, Svédország, Egyesült Királyság, Egyesült Államok.

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 konvertálták a GM-ben. Az Egyesült Államok ezen kívül ötmilliárd dollárt fordított az autóiipari beszállítók támogatására (OECD–WTO–UNCTAD, 2009).

Ezek mögött a hatalmas támogatások mögött természetesen meghúzódik az ágazat lobbijereje és egyes 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 költségtakarékossági intézkedéseket. Egy újabb, érdekes módszer, ami inkább átrendeződésként: leányvállalatok részvénypakettjei cserélnek gazdát, 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 autóiipari krízis képe is V alakot mutat. 2007-ben kezdett csökkenni a gyártás és az értékesítés, 2008 őszétől zuhanást lehetett megfigyelni (6. táblázat), 2010-ben ez a tendencia megfordult, és várhatóan globálisan is növekedik az ágazat.

6. táblázat

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 az idei év 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 tízszeres 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 „bumeránghatás” 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 vállalatonként 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 továbbgyűrűzik a beszállítókhöz is – a támogatott nagy autógyártók partnerei maguk is kedvezményezett helyzetbe kerülnek.

A termelőknek nyújtott támogatás konzerválhatja a korábbi szerkezetet, elodáztatja 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.⁵

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 (7. táblázat). Az Index internetes lap

7. táblázat

Átlagos foglalkoztatotti létszám egyes autóipari alágazatokban,
2008–2010 (fő)

Ágazat (TEÁOR '08-szám)	2008. 1. negyedév	2009. 1. negyedév	2010. 1. negyedév	2010. I. név/ 2008 I. név (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.

⁵ Lásd erről részletesen *Pásztor Sára* tanulmányát a kötetben.

elbocsátásszámlálója szerint is 2008-ban a legnagyobb elbocsátásokra az autóiipari cégek kényszerültek Magyarországon (*Indexen a válság...*, 2008). *Rupp Herbert* szerint a „stabil” foglalkoztatottnak mindössze az 5-6 százalékát küldték el, inkább a bérelt dolgozóktól váltak meg.

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 autóiipari beszállításhoz köthető ágazatokban általában *csökkent*. Jelentős kivétel azonban például a villamos motorok, áramfejlesztők, akkumulátor-szárakelemek, 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 autóiipari 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). De ez sok esetben csak a rövid távú túléléshez volt elegendő. Egyik beszélgetőpartnerünk környezetében több olyan vállalat van, amelyik nyereség nélkül vállalt el megrendeléseket, ami nem tartható hosszabb távon.

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 néhányukat éppen legfontosabb vagy egyetlen partnerük válságkezelő lépései döntötték be a 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 is megmaradtak.

8. táblázat
A visszaesés mértéke a felkeresett cégeknél

Sor-szám	Ellenőrző tulajdonos	Méret	Hányadik körös beszállító?	A válság hatása
1.	külföldi	nagy	2–4.	A megrendelések körülbelül 30 százalékos visszaesése 2008 októberében; 1400 fő foglalkoztatott 2008-ban, 1000 2009-ben, 1300 2010-ben
2.	külföldi	nagy	1–2.	A megrendelések körülbelül 30 százalékos visszaesése, foglalkoztatottak száma 2008 közepén 3400, 2009: 2600 (főleg kölcsönzött munkaerő elbocsátása, helyettesítés), 2010: 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, jelenleg 82 fő.
5.	magyar	kicsi	1. (egyedi)	Gyakorlatilag nullára esett a megrendelés 2008 és 2009 szeptembere között, 2010 szeptemberétől nagyjából visszaesett 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 most 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, most 35-40 százaléka a 2008. évinek, a másik nagyjából visszaállt a 2008. évi szintre). Válság előtt 105, jelenleg 70 alkalmazott
10.	magyar	közepes	1–2.	50 százalékos rendeléscsökkenés 2008-ban, 15 százalékos létszámcsökkentés, négynapos munkahét, mára nagyjából visszaállt a 2008. évi szintre.
11.	külföldi	közepes	1–2	Minimális megrendéscsökkenés, néhány fős létszámcsökkentés, mára 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 százalékos körüli létszámcsökkentés 2009-re, azóta visszaállt a 2008. évi szint.

Megjegyzés: a beszállítói körnél dölten szedve a domináns kategória (ha van ilyen).

A megnövekedett árnyomás – az iparág sajátos szerveződése, a nemzetközi értéklán-cok 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, amely 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 munkacserőt, 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.

Két olyan tényezőt említettek elsősorban a kisebb méretű, kevésbé tőkeerős magyar kézben lévő vállalatok, ami *jelentős többletköltséget* okozott számukra a válság alatt. 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 a 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, de ennek olyan magas a költsége, hogy sokan nem engedhetik meg maguknak.

A válságra adott következő, a sikeres cégeknél közösnek tekinthető válasz a *belső szervezet*, a *termelés-szervezés* 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 mozgásterét 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 lett egyértelmű sok olyan egyszemélyi irányítás alatt levő, gyorsan növekedő cég számára is, ahol 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 termelés-szervezés 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 nagyon a határon 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 átvészelné a válságot, amelyek *több lábon álltak*. A válságra adott válaszok közül az egyik leggyakoribb módszer a diverzifikáció erősítése, mégpedig a szó legtagabb értelmében. A 9. táblázat szerint ez jelentheti a tevékenységek, termékek palettájának színesítését vagy a megrendelők számának és ágazati hovatartozásának differenciálását is.

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 élőmunkát 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 helyzetben.

A *több ágazathoz kapcsolódás* vagy *többféle termék gyártása* is segíti a cégek alkalmazkodását. Az egyik magyar kézben lévő vállalat három részlegről 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 minőség-ellenőrző gépeket készít. A válság előtt elsősorban autóiipari és elektronikai cégeknek értékesítettek, de azóta „betörték” a nyomdaiparba is, ami segítette őket a válság túlélésében. A felkeresett vállalatok közül kettő is a légiiparhoz, űriparhoz próbál csatlakozni szállítóként – jórészt a válság hatására. 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

9. táblázat

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 első körös Suzuki-beszállító volt, most a válság hatására egy másik első körös Suzuki-beszállítónak is értékesít második körösként
8.	magyar	nagy	1–2–3.	Két különböző, erősen eltérő divízió; a válság hatására további diverzifikáció a megrendelők területén: új autóiipari 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: orvosműszergyártás (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 autóiipari alkatrész beszállítása (átvétellel, tönkrement külföldi beszállítóktól)

Megjegyzés: a beszállítói körnél dőlten szedve a domináns kategória (ha van ilyen).

üzleti ciklusokat mutató, kevésbé konjunktúraérzékeny repülőgépiparnak is beszállítója, gyakorlatilag nem érezte meg a válságot.

Végül a több lában álláshoz is kapcsolódik az a felkeresett vállalatok jelentős részére jellemző törekvés, hogy egyre *összetettebb termékeket, szolgáltatásokat* nyújtsanak a vevőnek – részben mintegy „magukhoz kötve” azt. (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 autóipari 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 – első sorban élők munkát 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 meginterjúvált cégek között is voltak olyanok, amelyekről 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 megrendelőket 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.⁶

Új piacokra kilépni – és a régiókat 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 keresztül 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 ennyiert 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 beszállítóhoz fűződő kapcsolat, és ez nem változott a válság hatására sem. Előfordul, hogy a kooperáció szűkítésének máshol tapasztalt tendenciájával szemben most igyekeznek a korabbinál is több tevékenységet „delegálni”, főleg az első körös beszállítókhöz. Valószínűsíthetően folyik

6 A Roland Berger szerint az elmúlt két évben 340 autóipari beszállító cég került csőd közeli helyzetbe, majd felszámolásra, ebből 75 Németországban (*Erőteljes konszolidációs nyomás...*, 2010).

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, fejlesztőtémérnökökkel. A második elem több kapcsolódó funkció, tevékenység „beépítése”, mert ilyenkor – ahogyan egyik interjúalanyunk fogalmazott – „nem kell a megrendelőnek három helyre mennie, elintézhet itt mindent”. Így jelent meg a sikeres válságkezelőknél a saját szerszámkészítés, sokszor külön szerszámgyártó üzem vagy részleg felállításával.⁷ Az egyik megkérdezett vállalatnál hőkezelő üzem működik. Néhányan saját kis K + F-részleget alapítottak, ahol fejlesztőtémérnökök 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 végzik, 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.⁸ Az egyik vállalatvezető szerint a nyugat-európai versenytárs cégek sem mind törekszenek összetettebb termelésre. Ahogyan egyik interjúalanyunk fogalmazott: „a többlétszolgáltatást 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 pozícióért 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

7 A legtöbb esetben már a válság előtt, de volt olyan vállalat is, ahol csak 2008 végén nyitották meg a szerszámkészítő részleget.

8 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.

ki (gépek kölcsönadása, nagy megrendelések esetén egymás kiségitése), amelynek nincsen a versenyt korlátozó hatásuk. A másik magyar, száz alkalmazottal dolgozó középvállalat 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 foglalkoztattal rendelkeznek, ennek fele mérnök. Ez a kvázi stratégiai szövetség megnövelte a termékek komplexitását és a vállalható megrendelés nagyságot.⁹ 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 előhívott. 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.

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 folyamodtak 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,¹⁰ 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 árbevételrel.

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

9 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 fejlesztő részlege.

10 Az egyik esetben nem részletezhető politikai okok miatt nem nyílt lehetőség pályázásra.

felvásárlásával 2002-ben létrejött kisebb, jelenleg 100 főt foglalkoztató vállalat, amely a befektetéshez nem kapott szubvenciót, de a vizsgált időszakban 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 millió 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 kétfélmillió forint, a külföldi esetében 400 ezer forint.

Összességében az interjúttal 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 kereslet-növelő 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. A verseny 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 „újrászerveződési” 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 hálóba, 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 adottság 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, fejlesztőréteg 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 meghatározása, amelyek elősegítik a sikeres alkalmazkodást a válság körülményei között is. Ezek közül a legfontosabbak:

- költségcsökkentés;
- modern vállalatszerkezeti, termelés-szervezési módszerek bevezetése, alkalmazása;
- magas hozzáadott értéket jelentő többlétszolgáltatások nyújtására való képesség;
- diverzifikáció – több lábbon állás (sok megrendelőnek szállítás, akár több ágazatba is, többfajta termék előállítás);
- 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 váltó 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, többlétszolgáltatások) végzésére. Itt is szerepet kaphatnak a sikeres magyar beszállítók.

Gazdaságpolitikai szempontból fontos, hogy felgyorsulhat a többletet adni nem

képes, csak az olcsó munkaerőre, élőlőmunkára 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/
- Antalóczy Katalin–Sass Magdolna* (2000): Működőtöke-áramlások, befektetői motívációk 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.
- 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/.
- 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*, 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.* Commission 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*, 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. Világgazdaság 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 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.
- 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 autóiipari beszállító. Napi Gazdaság, július 21., http://index.hu/gazdasag/magyar/2009/07/21/nalunk_fejleszt_az_egyik_nagy_autoipari_beszallito/.
- 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.
- 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, E.–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 autóiiparában – 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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. 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.

Szabó Márton

VÁLSÁGOK EGYMÁSRA TORLÓDÁSA

Versenyhelyzet és válság a tejpiacon, 2008–2009

A fogyasztói tej piaca sokszereplős, dinamikus, kemény verseny piac, 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 kilábalást a két korábban kezdődött krízisből: a tartós magyar tejjgazdasági válságból és a nemzetközi tejipari 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 tejjgazdaságnak 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.

A tanulmány egy élelmiszer-ipari termék, a fogyasztói tej piacával foglalkozik. Az alapanyag – a nyerstej, 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 Termékintézet, a Tejipari Egyesülés, az Agrárgazdasági Kutatóintézet és a GfK adatait. Nagymértékben támaszkodtunk a tejtermelőkkel, feldolgozókkal, üzletláncokkal és csomagolóanyag-gyártókkal folytatott, összesen 12 interjúra. Az utóbbiak bevonását az indokolta, hogy nagy áttekintéssel rendelkeznek vevőik, a tejipari cégek piacairól.

A TERMÉK ÉS A PIAC JELLEMZŐI

A fogyasztói tej és a piac sajátosságai

A tej homogén terméknek *tűnik*, de a szakma többféle szempont szerint is csoportosítja a tejfajtákat. A különbségek nemcsak a fogyasztók, hanem a kereskedők számára is fontosak az ízek és az eltarthatóság jellegzetességei miatt.

Temékcsoportok. Újra egyre gyakrabban találkozhatunk a *házi nyerstejjel*, amelyet ma már inkább bolti automatákból vagy mozgó tejeskocsikból (*BociMobil*) árusítanak. Ez frissen fejt tej, amelyet semmilyen technológiával nem dolgoztak fel, illetve nem kezeltek. A boltokban kapható tej a *hőkezelés módja szerint* lehet pasztörözött, amit 15–20 másodpercig 75 Celsius-fokra melegítenek – erre a tejre is megengedett a *friss tej* elnevezés használata. Hűtve 3–10 napig fogyasztható. A hétköznapi köznyelvben *tartós tejnek* nevezett másik nagy körbe tartozik a magas hőfokon kezelt, ultrapasztörözött (*Ultra High Temperature, UHT*) tej.¹ E sajátos technológia segítségével 2-3 másodpercig legalább 135 Celsius-fokra hevítik, tartósítószer, adalékanyagot – a közhiedelemmel ellentétben – nem tesznek hozzá, és szobahőmérsékleten is 3–6 hónapig eltartható. Ehhez a szegmenshez csatlakozott az utóbbi időben, a ma még kevésbé ismert, meghosszabbított eltarthatóságú (*Extended Shelf Life, ESL*) tej, amelyet csak 0,1 másodpercig melegítenek fel 100–134 Celsius-fokra. Fogyaszthatóság és élvezeti tulajdonságok szempontjából a pasztörözött és a tartós tej között helyezkedik el, hűtve 14–21 napig fogyasztható.

Vannak ezen kívül *speciális*, a funkcionális élelmiszerek közé tartozó, vitaminokkal és ásványi anyagokkal dúsított, illetve laktózmentes tejek, továbbá biotejek, amelyek azonban együtt is szűk piacot alkotnak Magyarországon.

A másik csoportosítási szempont a *zsírtartalom*, ami alapján megkülönböztetünk teljes (legalább 3,5 százalékos) zsírtartalmú tejet, amelynek ezt a jellemzőjét a fejes után nem változtatták meg; a zsírszegény 1,5–1,8 százalékos tejet, valamint a sovány tejet 0,5 százalék alatti zsírtartalommal. A *csomagolás módja* szerint pedig többretegű kartondobozba (ultrapasztörözött/tartós tej) és kartondobozba csomagolt, valamint zacskós, kancsós és palackos tejek léteznek – utóbbiak csomagolása műanyagból készült.

A piac sajátosságai. A fogyasztói tej számos olyan sajátosságot mutat, amelyek más termékek jellemzőitől eltérnek, és ebből adódóan *piaca is egyedi szabályok szerint működik* – igaz, ez valószínűleg többé-kevésbé minden piacra áll. A sajátosságok közül a következőket érdemes kiemelni:

- a legalapvetőbb élelmiszerek közé tartozik;

¹ Tanulmányunkban a magas hőfokon kezelt, ultrapasztörözött (*Ultra High Temperature, UHT*) tejet a köznyelvben elterjedt tartós tej elnevezéssel illetjük.

- homogén, tömegcikk (*commodity*) jellegű, generikus termék, amelyet nehéz a versenytársak hasonló termékeitől megkülönböztetni, márkázni;
- alacsony hozzáadottérték-tartalmú cikk;
- keresletének jövedelemrugalmassága igen alacsony;²
- kereslete árrugalmas;
- a mezőgazdasági termelés és az agrárjövedelmek szerkezetében betöltött jelentős szerepe miatt alapanyaga, a nyerstej 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;
- az európai uniós piacsabályozás liberalizációs lépései után, több hónapos fogyaszthatósági idejével a hűtés nélkül is tárolható ultrapasztőrözött („tartós”) tej a pillanatnyi nyerstejfelesleg levezetésére alkalmas puffer terméké vált, amelynek piacán különlegesen éles a verseny, és az érintett piac több ország területére kiterjed.

A magyar piac mérete és szegmensei

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.

Ezen a piacon nincsenek állandó fogyasztói preferenciák: van ugyan egy-egy vásárlói szegmens, amely egyetlen termékfajtaéhoz ragaszkodik – például a kartondobozos friss tejhez – de a többség nem formahű és nem is márkahű. Ugyanaz a vevő

2 Az átlagos egy főre jutó tejfogyasztásbeli különbség a legmagasabb és a legalacsonyabb jövedelmi decilis között a KSH 2008. évi háztartás-statisztikai adatai alapján mindössze 1,57-szeres. Ennél alacsonyabb, illetve ehhez hasonló csak a burgonya (1,15), a cukor (1,25), a tojás (1,67), illetve a jövedelem növekedésével csökkenő fogyasztású kenyér (0,72) jövedelemrugalmassága. A skála másik végén található a jövedelemrugalmas cikkek: gyümölcslevek (3,17), joghurt, kefir, tejföl (3,30), citrusfélék (4,39), eper, málna, ribizli (7,00), szőlő (8,33).

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 Terméktanács-, Tejipari Egyesülés-, GfK-adatok alapján saját számítás.

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 tartósítószeret tartalmaz. (Ezért ma már a gyártók „hosszan friss tejnek” nevezik.)

A piac alapvetően egységes jellege ellenére az egyes tejfajták iránti kereslet nem változatlan. A változásokat jórészt az egymáshoz viszonyított árak, emellett az egészséges táplálkozással kapcsolatos fogyasztói megfontolások irányítják. A legfontosabb *differenciáló tényező a csomagolás*, ami az eltarthatósággal is szorosan összefügg. A műanyag palackos és a „műanyag kancsós” tej is kis szegmens. Az előbbi bővülését a magas ár akadályozza, míg az utóbbi piaca az olcsóság miatt bővül, elsősorban a tradicionális, vidéki fogyasztók körében. A „tartós” tejet a fogyasztók elsősorban praktikus okokból keresik, azért, mert hűtés nélkül is hónapokig eltartható, de forralt íze miatt sokan elutasítják. Jelentős vonzereje a viszonylag alacsony ár, 2009-ben a GfK ConsumerScan³ adatai szerint már 50 százalékot meghaladó részesedésű

3 Fogyasztói panel, amelyben a háztartások és egyének vásárlási viselkedését regisztrálja a GfK. Átfogja szinte az összes napi fogyasztási cikk vásárlását. A háztartások egy napló segítségével regisztrálják vásárlásaikat.

a csomagolt tejek között, és aránya várhatóan tovább nő. A közelmúlt innovációja, a kartondobozos friss, meghosszabbított eltarthatóságú (ESL) tej: a fogyaszthatósági idő jelentős növelésével a friss tejnél inkább megfelel a vevők, de talán még inkább a kiskereskedelem igényeinek – erősen felfutóban van, ma már minden jelentős gyártó alkalmazza a technológiát. A felmérések szerint nem a tartós tejtől, hanem a friss tejtől hódít el fogyasztókat.

Ezzel szemben a zacskós tej piaca zsugorodik, de valószínűleg nem csökken tovább, mert vannak vásárlók, akik kitartanak mellette. Egyszerű megjelenése miatt sokan a legolcsóbb tejnek gondolják, pedig a tartós tej ára tartósan alacsonyabb, és 2007–2009 között a kartondobozos friss tej is olcsóbb volt 5-10 forinttal. A zacskós kiszérés viszonylagos drágaságának oka a gyártók kis hatékonysága. Ezt a terméket ugyanis főleg olyan kis tejjüzemek gyártják helyi piacokra (tehát nem kerül multinacionális láncokba), amelyeknek nincsen forrásuk a drágább kartondobozos friss, meghosszabbított tartósságú (ESL) vagy „tartós” (UHT) tej gyártási technológiáinak adaptálására. A magas ár a vásárlás helyével is összefügghet: jellemzően nagy a részesedése az aprófalvas régiókban, illetve olyan területeken, amelyeket a külföldi üzletláncok nem tartottak beruházásra érdemesnek, ahol ezért az árverseny gyenge. A zacskós csomagolás túlélését segítheti, hogy számos üzem ma már ESL-technológiával gyártja – még ha ezt nem is deklarálják – így 5 nap helyett 15 napig fogyasztható.

Végül a kimért tejet az ipari feldolgozók tisztességtelen versenytársnak tartják, mert szerintük az eladók nagyrészt számla nélkül árusítják a forralás nélkül higiéniai kockázatokat hordozó terméket. A gyárak nehezményezik azt is, hogy az agrárkormányzat a termelői közvetlen értékesítés elősegítése címén 50 százalékos beruházási támogatást ad a tejautomaták és a házhoz szállítást végző tejeskocsik vásárlásához. A kimért tej vevőköre korlátozott, mert a nyerstej ízét nem mindenki szereti. Vonzerejét a „természetesség” imázsa, a nyerstej eredeti (átlagosan 3,7 százalékos) zsírtartalmának megőrzése, valamint olcsósága adja: 2007 és 2009 között a KSH adatai szerint ára 7-19 százalékkal volt alacsonyabb a dobozos, illetve a zacskós tejénél.

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.

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).

A trendtől számottevő eltérést hozott azonban 2007, a tej világpiacon árröbbedésének 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.

A csomagoláson kívül a piac differenciálódik a *feldolgozó* és a *kereskedelmi márkák*⁴ 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, generikus 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 szerepe az európai uniós csatlakozás után megugrott, a tejfogyasztás 0,3 százalékaról 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 közép-kelet-európai piacon méreténél, vásárlóerejénél és földrajzi helyzeténél fogva Németország központi helyet foglal el. Hatalmas mennyiségű tejet exportál Olaszországba (2009-ben 875 millió kilogramm), miközben sok tejet fogad Csehországból (446 millió kilogramm), Ausztriából (200 millió kilogramm) és Lengyelországból (112 millió kilogramm) (Forrás: UN ComTrade.) A magyar piacra érkező, összesen 132 millió kilogrammos fogyasztótej-import mennyisége ehhez viszonyítva eltörpül, mégis jelentős zavarokat okoz. (2009-ben a két fő beszállító Csehország és Szlovákia volt 46, illetve 38 millió kilogrammal. Forrás: KSH Tájékoztatási adatbázis.)

A behozatal előretörésének fő oka az *alacsony ár*. Mennyiségét ma már aligha lehet visszaszorítani – a magyar tejágazat versenyképessége ugyanis gyenge.⁵ 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 az utóbbiak egy része ma már multinacionális cégek tulajdonában van.

4 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 láncra (például Tesco Gazdaságos), más esetekben nem (például a Lidl saját márkája a Pílos). 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.).

5 Ennek okait A magyar tejgazdaság tartós válsága című alfejezet tárgyalja részletesen.

A fogyasztói tej magyarországi gyártóinak nehézségei innen erednek. Az egységes európai piacon pillanatnyi feleslegként jelentkező nyerstejet, amelyet – természetesen késztermékek formájában – a holland, dán és 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 nyerstejet megveszik, és ebből a gazdaságosan nem értékesíthető mennyiséget feldolgozás, illetve csomagolás után gyakorlatilag bármilyen, 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 piaca a szokványos szabályok szerint működne, bizonyos értelemben tehát félreértik a piacot.

A fogyasztók jelentős része kételkedik a külföldről származó termék minőségében, noha a veszélyeket a tej esetében eddig semmilyen vizsgálat nem igazolta. Az utóbbi években a termelői érdekképviseletek 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 frissiséget sokan a hazai eredettel azonosítják. Az üzletláncok számára a magyar beszerzési források általában biztonságosabbak, mert a gyártók ismertek, bejárattott a beszerzési rendszer, ritka a meglepetés.

Az import előnye ezzel szemben mindkét fél számára az, hogy 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 nyerstejtermelőkből, 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 nyerstej közös értékesítésére, a felvásárlókkal szembeni alku-pozíció javítására több termelői szervezet alakult. Nagyságával kiemelkedik közülük az Alföldi Tej, amely 2009-ben az összes hazai tejtermelés 21 százalékát fogta át. A nyerstej 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 árbevételének 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* (lásd még *A magyar tejjgazdaság tartós válsága* című alfejezetet). 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 termékstruktúra átalakítása, a termékkála szűkítése miatt drasztikusan csökkentek. Kisebbségi mértékben, de szintén visszaesett a Bongrain tulajdonában álló Pannontej és Veszprémtej árbevétele. A nagy külföldi cégek közül egyedül a gyümölcsjoghurtokat és desszertkészítményeket gyártó Danone tudta folyamatosan növelni eladásait.

A tejipari termékkálának a fogyasztói tej döntő fontosságú eleme: Magyarországon az összes feldolgozott tej 31 százaléka. (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 termékcsoporthoz messze elmarad tőle, így a savanyított készítmények (tejföl, gyümölcsjoghurt), a desszertkészítmények (például Túró Rudi) és ízesített tejszínek (mint kakaós tej) is.

A Danone, valamint a Veszprémtej és a Pannontej kivételével a nagy tejipari cégek mindegyike jelen van a fogyasztói tej piacán is, és a középvállalatok közül is csak a sajtgyártásra szakosodott Köröstej, Óvártej, Szarvasi Mozzarella és ERU hiányzik onnan. A fogyasztói tej piacának „nehézsúlyú” versenyzői a 100 millió literes éves termelést megközelítő Alföldi Tej és a Sole-MiZo, 13-14 százalékos piaci részesedéssel. 30 millió liter körüli termeléssel és 4 százalékos részesedéssel közepes mé-

retű szereplő a Minna, a Naszálytej és a Tolnatej. Kisebb, de fontos gyártó a Kuntej, a Fino-Food és a Jásztej 10-15 millió literes termeléssel és 2 százalékos piaci részesedéssel. Végül további körülbelül 25 cég zárja a sort, együttesen 11,7 százalékos súllyal (3. táblázat).

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 magyarországi piacon, 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 fogyasztói tej 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 nyerstejárrekord időszaka-kára esett, és valószínűleg ezért nem tudta tartani termelésének szintjét. Eladásai 2009-ben alaposan visszaestek, de a cég továbbra is jelentős 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 egy 2003-ban nyerstej-értékesítésre – alkuszövetkezetként, illetve termelői csoportként – alakult szervezet vett meg 4,2 milliárd forintos állami hitel segítségével. Az így létrejött – a magyar tejipar egyedi jelensége – 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 nyerstejexportja 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 készletszint – 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.).

3. táblázat
A fogyasztói tej piacának hazai főszereplői

Cég	Székhely, illetve központi üzem	Nettó árbevétel, 2008 (milliárd forint)	Összes feldolgozott tej, 2009 (millió liter)	Belföldi eladások fogyasztói tejből, 2009 (millió liter)
Alföldi Tej	Székesfehérvár	35,0	200	95
Sole-MiZo	Szeged	43,1	230	90
Minna	Miskolc	14,2	60	30
Naszálytej	Vác	5,8	35	30
Tolnatej	Szekszárd	16,9	135	30
Kuntej	Tiszafüred	5,5	40	15
Fino-Food	Kaposvár	3,7	25	15
Jásztej	Jászapáti	3,1	20	10
Drávatej	Barcs	2,4	12	5
Friesland-Campina	Debrecen	36,5	90	5
Többi hazai cég (köülbelül 25)				65
Import				116
Kimért tej				185
Összesen			1200	691

Forrás: sajtócikkek, boltlátogatások, becslés és saját számítás.

A magyar élelmiszer-kiskereskedelmet már több mint egy évtizede a láncba szervezett modern bolttípusok (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

A fogyasztói tej gyártására fordított tej az összes feldolgozott tej százalékában	Részesedés a fogyasztói tej piacán, 2009 (százalék)	A fogyasztói tej típusai	A fogyasztói tej gyártói márkái	Üzletláncok, amelyek részére a cég kereskedelmi márkát gyárt
48	13,7	kancsós, palackos, kartondobozos friss, tartós	Alföldi Parmalat	Spar, Kaisers, Interspar, Tesco, Lidl, Profi, Cora, Match
39	13,0	kartondobozos friss, tartós, bio, laktózmentes	MiZo, Sole, Farmer Biofarm (bio)	CBA, Lidl, Reál, Auchan, Tesco
50	4,3	zacskós, tartós, kartondobozos friss	Minna, Dini	Aldi, Penny Market
86	4,3	zacskós, tartós, kartondobozos friss, bio, laktózmentes	Fittej, Magic (LM), Zöldfarm (bio)	
22	4,3	zacskós, kartondobozos friss	Tolle	Aldi, Tesco
37	2,2	zacskós, kartondobozos friss	Kunsági	Tesco
56	2,2	zacskós, kartondobozos friss	Fino	Lidl
50	1,4	zacskós, kartondobozos friss	Jásztej	CBA
58	0,7	zacskós, kancsós, kartondobozos friss	Dráva	
5	0,7	kartondobozos friss, tartós (import)	Milli	
	9,6			
	16,8			
	26,8			
	100,0			

2006 óta változatlanul 14-14 százalékos (GfK ConsumerScan 2009. évi adatai). A fogyasztóitej-eladások is hasonlóan oszlanak meg bolttípusok 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) a 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 a piacnak még számottevő mértékben át kell rendeződnie.

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 megrendelésért. 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 nyerstej árának utóbbi évekbeli ingadozásai miatt újabban rövidebb időszakokra, egyes esetekben pedig lejárat nélkül kötik. Sok kapcsolatban a lánc bármikor „kilstázhatja” 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.⁶ Egyes vélemények szerint a láncok magas fokú eladósodottságuk, valamint a már említett gyenge hatékonyság miatt kényszerülnek a magas árrések alkalmazására.

6 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 tejet 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.

A szabályozási keret

A tejtermelők a világ legtöbb országában és különösen a fejlettebbekben számottevő támogatásban részesülnek a mezőgazdasági jövedelem képzésében betöltött súlyuk, a tevékenység tőkeigényessége 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 adófizetőkől a tejtermelőkhoz irányuló jövedelemtranszferek az ágazati bruttó termelési érték 30 százalékát teszik ki (*OECD, 2005*).⁷

A tejj piac szabályozására az Európai Unió kiterjedt eszközrendszert 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 intervenciók felvásárlása, a termelési kvóták, a termelőknek adott közvetlen támogatások és az európai uniós piaci támogatások (például a tejpor takarmányozási célú felhasználásának támogatása).

A Európai Közösségben 1984-ben vezették be a nemzeti termelési, illetve értékesítési kvóták rendszerét, miután sorozatosan kudarcot vallottak a termelés korlátozására, illetve a költséges intervenciók 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 árait. A kvótarendszer sikeresen kordában tartotta a közös agrárpolitika (KAP) tejj piaci 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 kvótaév a korábbiaknál is határozottabban igazolta, hogy az európai uniós tejtermelés szintjét ma már nem a kvóta, hanem a piaci kereslet határolja be. A 2009/2010. kvótaévben a tejértékesítés az európai uniós összkvótától 4,2 százalékkal maradt el, jelezve azt is, hogy a piaci zavarokat, az árcsökkenést semmiképpen sem okozhatta a korábban elhatározott fokozatos, évi egyszázalékos kvótaemelés.

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 tejj piac szabályozásában a legutóbbi jelentős változást a 2003. évi luxemburgi reform hozta. Főbb elemei a vaj intervenciók árának 25 százalékos, a sovány tejpor intervenciók árának 15 százalékos csökkentése; a termelőket így ért árveszteség részleges, mintegy 60 százalékos kompenzációja a régi tagországokban közvetlen

⁷ Az OECD 2004-re közölt utoljára adatot a termékenkénti támogatásokra, mert kritikákat kapott, hogy az összes támogatást nem lehet pontosan termékekre szétbontani.

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

A közös agrárpolitika a piacsabályozásban 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 nyerstej termelői árának tíz százalékát. A kvótatámogatás nagysága közel azonos a régi tagországok termelői által az intervenciók árak csökkentése fejében kapott támogatással, így tehát a magyar termelők nincsenek versenyhátrányban velük szemben. Tetemes versenyelőnyt élveznek viszont a legtöbb közép-kelet-európai tagország termelőivel szemben, akik lényegesen alacsonyabb nemzeti támogatást kapnak (Szabó, 2009).

Az agyonszabályozott nyerstejpiaccal ellentétben a tejtermékpiacok 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 tejszériai protekciónizmus 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 verseny piac, 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 reáljövedelmek 2007 óta tartó csökkenésével a fogyasztók árérzékenysége fokozódott, amit a 2008-ban kibontakozó válság tovább erősített. Ezt még az olyan szupermarketláncok is érzik, mint a Spar és a Kaisers, amelyek vevőköre pedig hagyományosan kevésbé figyeli az árcédulákat. Az árverseny 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 frissességet, 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 terméksajátosságok 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.

A márkázást, a saját terméknek a versenytársakétól való megkülönböztetését egyes gyártók, mint például a Sole-MiZo új csomagolás, új színek bevezetésével próbálják elérni. Külföldi tapasztalatok alapján sikeres lehet egy-egy „regionális sztár” eladása, amivel itthon a kaposvári Fino-Food próbálkozik („100 százalékosan somogyi tej”). A Németországban alkalmazott, a környezetvédelmi és állatjóléti szempontokra figyelő vásárlókra építő marketingmegoldások („Csak szénát eszik az a tehén, amelyik ezt a tejet adja”), illetve a frissességet garantáló szlogenek („Garantáljuk, hogy egy nappal a fejés után már a boltban van a tej”) gondos ellenőrzést és fogyasztói

bizalmat feltételeznek. A márkázást itthon mindenekelőtt persze a mérsékelt vásárlóerő és a magas reklámköltségek akadályozzák.

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 nemzeti színű 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: vitaminnal, ásványi anyagokkal (kalcium, szelén stb.), omega 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 sajátosságaiából adódóan valódi innovációra kevés lehetőség és kevés példa van. A technikai újítások jelentős része a nagy csomagolóanyag-gyártók közvetítésével érkezik a magyar piacra, a dobozgyártók a tejipari innováció egyik fő hajtóerejét adják például a kényelmes kiöntést szolgáló csavaros dobozakupakok 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. Kihaszíthatatlan 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 versenysztratégiái

A piaci szereplők versenysztratégiái részben a *motivációk miatt térnek el egymástól*. Ebből a szempontból különbségeket okoz a termék fontossága, a fogyasztói tejnek a cégek termékszerkezetében betöltött súlya.

A Naszálytej a felvásárolt alapanyag több mint 80 százalékából fogyasztói tejet készít, de legalább a feléből a piacvezető Alföldi Tej, továbbá a közepes méretű Minna és a kisebb Fino-Food, Jásztej, Drávatej is (3. táblázat). A második legnagyobb fogyasztóitej-gyártó, a Sole-MiZo és a kis szereplő Kuntej esetében sem lényegesen kisebb az arány, nagyjából 40 százalékos. A nagy sajtgyártó Tolnatej esetében viszont lényegesen alacsonyabb – nem beszélve a Friesland Campináról, amely termékszerkezetét néhány évvel korábban alaposan racionalizálta, a feldolgozást felénél kevesebbre csökkentette, és ma már csak a legjövődelműbb termékekre összpontosít (pötytös Túrú Rudi, kaukázusi kefir, desszertkészítmények stb.). A fogyasztói tej a vállalat

számára ma már csak marginális termék, a magyarországi gyártást a tartós tejnek a cég nemzetközi hálózatából érkező importja is meghaladja. A legnagyobb tejipari cégek közül a Bongrain-csoport (Pannontej és Veszprémtelj) a specializáció jegyében teljesen felhagyott a fogyasztói tej gyártásával, a magas hozzáadottérték-tartalmú termékekre összpontosító Danone pedig sohasem készített fogyasztói tejet.

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 Tej uraló termelői tulajdon és érdek. Ennek megfelelően a minél magasabb nyereséjérfizetés célja a cég piaci viselkedését is erősen befolyásolja. Néhány feldolgozó azért futtatta fel termelését, mert tulajdonosaik hitelből vették meg a céget, és a nagy árbevételeire 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 költségvető stratégia követéséhez hiányzik a megfelelő üzemméret (az Alföldi Tej és talán a Sole-MiZo kivételével), a megkülönböztető stratégia általában igen költséges (reklám), a szegmensstratégia akadályá pedig a 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*.

A jelentősebb hazai gyártók mindegyike készít kartondobozos friss tejet (3. táblázat). Emellett tartós tejet is gyárt az Alföldi Tej, a Sole-MiZo, a Minna és a Naszálytej – a Friesland pedig külföldi gyárából importálja azt. Az alacsonyabb presztízsű zacskós tej nem szerepel a piacvezető Alföldi Tej és a második Sole-MiZo kínálatában, a többiekében igen (a Friesland kivételével). A kevésbé jelentős csomagolási szegmensek közül a műanyag palackos tejet csak az Alföldi Tej gyártja, a kancsós tejet az Alföldi Tej mellett a Drávatej is. Végül bio- és laktózmentes tejet csak a Sole-MiZo és a Naszálytej készít.

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 úröket. 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 (4. táblázat).

A gyártói márkák többsége valószínűleg nyereséges – szemben a gyártók számára veszteséges kereskedelmi márkákkal, amelyek viszont az általános költségek jelentős részét viselik. Az árresek nyomottak. 2006 januárja és 2010 márciusa között a feldolgozó árres literenként 44 forintról 52 forintra emelkedett – bár 2009-ben néhány hó-

4. táblázat

A fogyasztói tej* gyártásának jövedelmezősége, 2000–2008
(forint/liter)

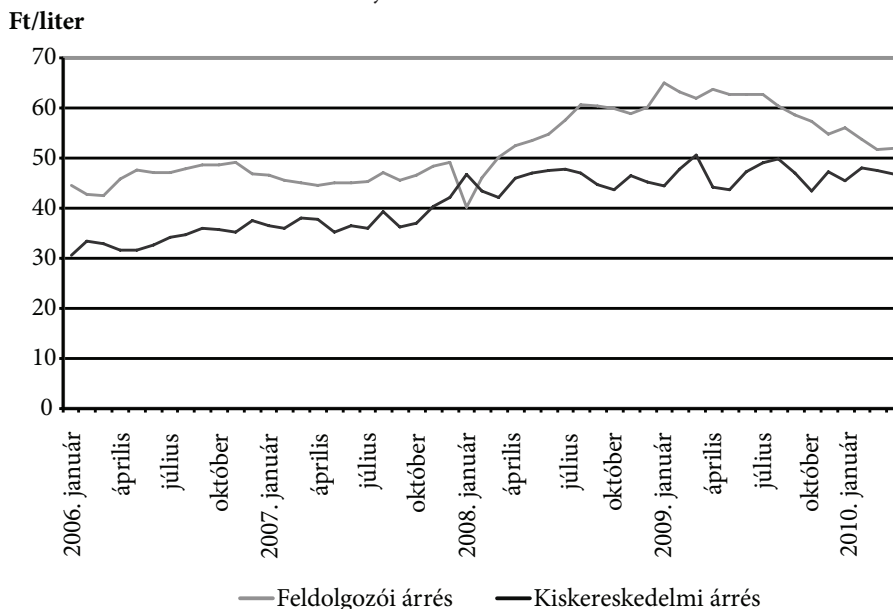
Év	Önköltség	Árbevétel	Támogatás	Összes bevétel	Eredmény	Bevételarányos eredmény (százalék)
2000	86,6	88,3	4,5	92,8	6,2	6,7
2001	102,7	104,2	4,7	108,9	6,2	5,7
2002	107,4	112,6	5,2	117,8	10,4	8,8
2003	109,2	112,8	5,2	118,0	8,8	7,5
2004	103,6	110,0	4	114,0	10,4	9,1
2005	105,7	99,2		99,2	-6,5	-6,6
2006	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

*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 (2000–2008).

1. ábra
A fogyasztói tej feldolgozói és kiskereskedelmi árrése
2006. január–2010. március



Forrás: KSH Tájékoztatási Adatbázis és AKI Piaci Információk: <https://pair.aki.gov.hu/pair-public/general/home.do?lang=hu>.

5. táblázat
A tejtermelők részesedése a fogyasztói tej kiskereskedelmi árából,
2000–2009 (forint/liter)

Év	Nyerstej 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 Tájékoztatási adatbázisa alapján saját számítás.

napig a 60 forintot is meghaladta –, miközben a kiskereskedelmi árrés szinte egyetlenesen emelkedett a kezdeti 30 forintról 47 forintra (1. ábra). Három és egynegyed év alatt a feldolgozó árrés tehát 18 százalékkal, a kiskereskedelmi árrés 57 százalékkal nőtt – míg a nyerstej termelői ára csak 5 százalékkal. A válságok nagy nyertese tehát a kiskereskedelem volt, azon belül is nyilván elsősorban az üzletláncok.

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 (5. táblázat). A csökkenés nem írható a gazdasági válság számlájára.

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 (6. táblázat).

6. táblázat

A tartós tej fázisárai néhány országban, 2009
(százalék, forgalmi adó nélkül)

Ország	Mezőgazdasági termelői ár	Feldolgozó 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 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 tejpiacon 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 kárvallottja 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.⁸ A világpiaci, 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,⁹ 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 esetekben – domináns piaci helyzetek fennállásának hiányában – nem igényelnek versenyhatósági beavatkozást.

Bár jelentős az előrelépés, *transzparencia* tekintetében a magyar tejpiac alaposan elmarad például a német piactól, ahol a hannoveri és a kempteni árutózsde vaj-, sajt- és tejporjegyzései, valamint az azokra épülő ár-előrejelzések 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.

Piactorzító tényező a *szürkegazdaság*, 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 mozgástér kihasználása. A kisboltokat 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,

8 Lásd erről Popovics–Tóth (2006) és Bakucs–Falkowski–Fertő (2009) tanulmányát is.

9 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.

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 diszkréten figyelmeztették ugyan, de az ügyet nem hozták 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 forintos *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.¹⁰ 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 termékcímkéket.

Az *információs hiányosságok* szélesebb körben is érvényesülnek, olyannyira, hogy a versennyel kapcsolatos problémák nagy része ebbe a kategóriába sorolható.

A fogyasztókban *súlyos tévhit*ek 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 feldolgozók a tejet vízzel hígítják, hogy a házi tej a legegészségesebb, hogy a pasztörözéssel, illetve az ultrapasztörözéssel 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

10 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 pékáruira vonatkozó áfa-csökkenés értékének, az utóbbi tehát nem volt több egyszerű PR-akciónál.

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 áraik 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 elárasztotta 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 ömlesztnek 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 tartós válsága

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 szarvasmarha-tartó 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 nyerstej, 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 Tájékoztatási 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 (1. táblázat). A 2008/2009-es uniós tejválság így egy évek óta zsugorodó, súlyos strukturális problémákkal küszködő magyar tejágazatot ért el.

A hazai *tejtermelés versenyképessége mérsékelt*. A tehenészetek többsége európai összehasonlításban is drágán termel, miközben az EU átlagos költségszintje is magas a világ vezető és felfutó exportőreihez, Új-Zélandhoz vagy Argentínához viszonyítva. A magas hazai költségszint 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.¹¹ 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 folyamatok automatizálása, gyenge az energiahatékonyság, magas az anyagfelhasználás (Szabó, 2009).

A magyar tejipar válságának egyik *tünete a külföldi tőke menekülése*: aránya az összes tejpári jegyzett tőkéjében 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

11 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.

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 üzemeikben 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 támogatáspolitikai 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 nyerstej 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 százalékat, és közvetlenül áremelő hatása volt, mert csak abban az esetben utalták át a feldolgozóknak, ha azok legalább a kormányzat által megállapított, évről évre emelkedő irányarat kifizették a termelőnek. Így azután a nyerstej 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, Lengyelországé 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 tejkassza¹² tett nyereségessé. A csatlakozás előtt ezeket a támogatásokat meg kellett szüntetni, a korábbi felduzzasztott export alapanyagtömege pedig feleslegként jelentkezett a piacon,

12 A Tej Termék Tanács 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.

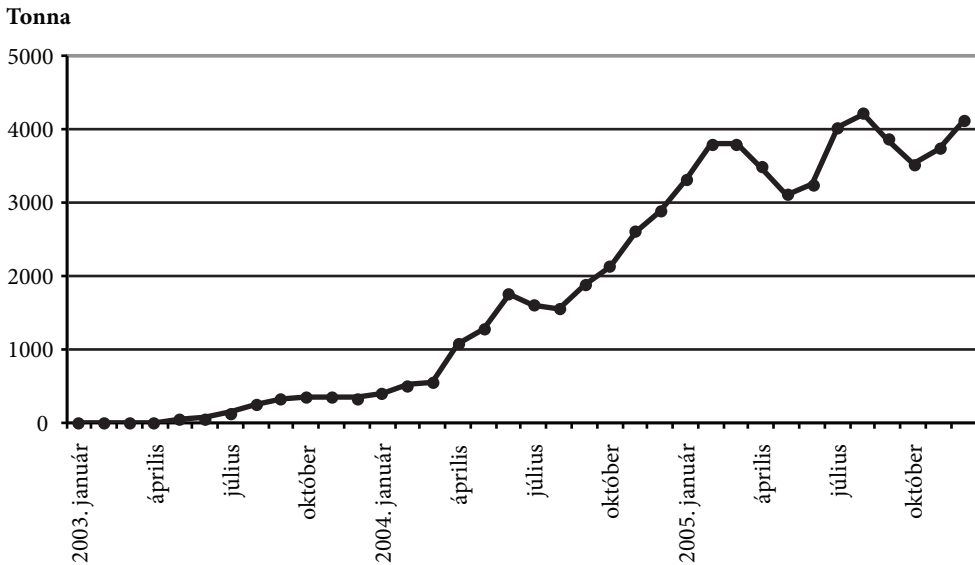
és lenyomta a tej felvásárlási árat, amely 2003 végén 72 forintról 62 forintra esett (KSH Tájékoztatási adatbázis).

A csatlakozás előtt követett támogatáspolitiká 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 évekkal korábban meg kellett volna indulnia. Így nagy számban maradtak a termelésben olyan tehéntartók – főként kistermelők –, akik potenciálisan nem versenyképesek.

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 dinamikusan növekedett (2. ábra).

2. ábra

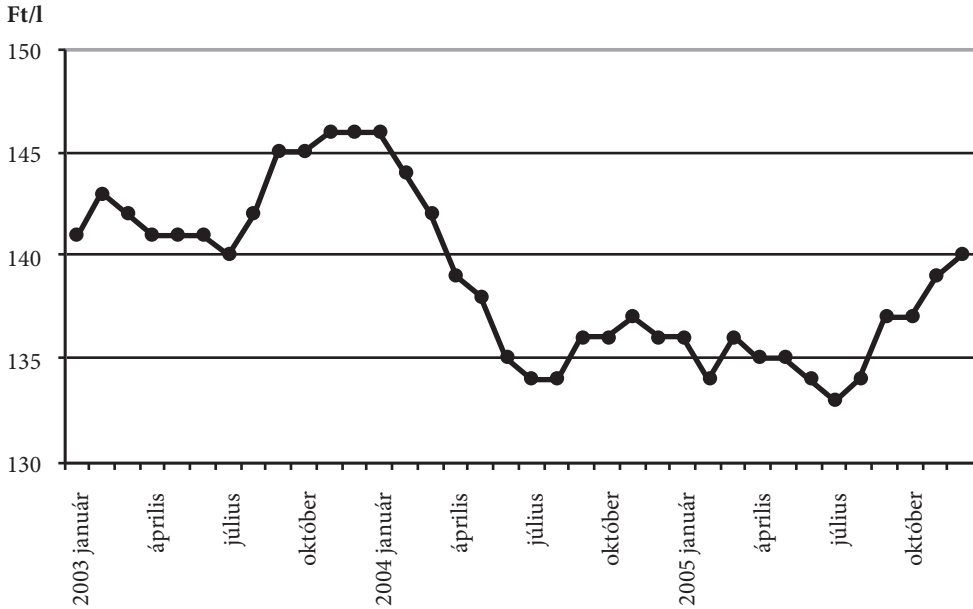
A fogyasztóitej-import havi mennyisége, 2003. január–2005. december
(háromhavi mozgó átlag)



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 (3. ábra).

3. ábra

A tej fogyasztói ára (áfa nélkül) 2003. január–2005. december



A 2008–2009. évi tejiaci 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 tejtermékárak a szokottnál is nagyobb kilengéseket mutattak: 2007 az árrobbanás éve volt, majd 2008-ban zuhanni kezdtek az árak, és egészen 2009 derekéig 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 tejtermékárak az egekbe szöktek, és hamarosan követték azokat a nyerstej árai 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 nyerstej magas árai-

tól 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 intervenciós ár szintje határozta meg a tej termelői árát, amire az intervenciós árak csökkentése óta nem volt példa. A sovány tejpor raktárkészleteinek nagysága 2009 őszén elérte az éves termelés 26 százalékát. (A vaj- és tejporkészletek nagysága az európai uniós éves nyerstejtermelés 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. Meghosszabították a vaj magántárolásának támogatási periódusát is. A Bizottság előrehozta az éves támogatások kifizetését, ellenezte viszont, hogy újból bevezessék a sovány tejpor állati takarmányként való felhasználásának támogatását, mert a megbízatásának végén járó főbiztos hű akart maradni az általa végig képviselt, fokozatos liberalizációt követő vonalhoz.

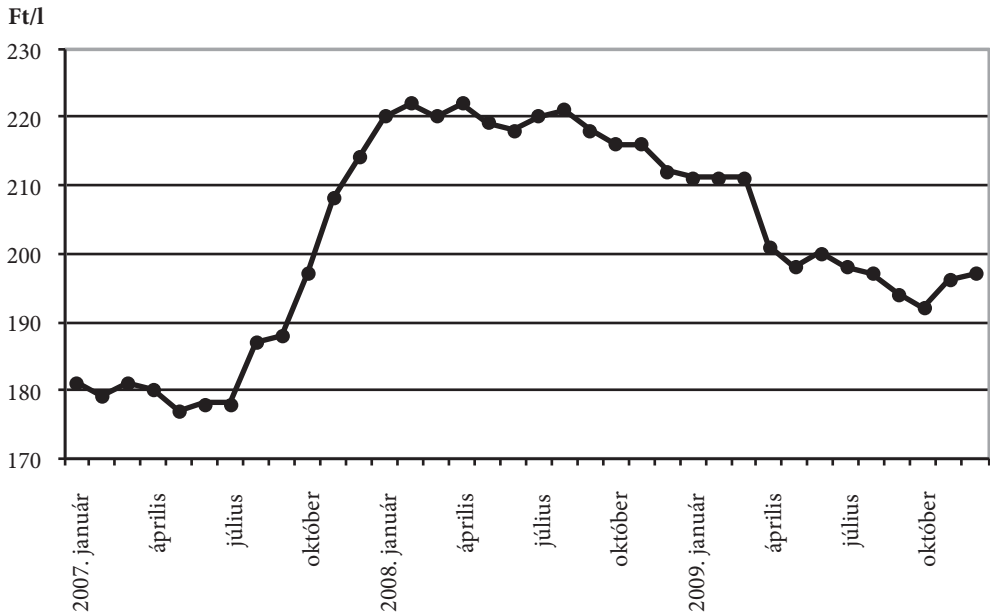
A korábban eldöntött kvótaemelés felfüggesztését követelő tejtermelők nyomásának az Európai Bizottság keményen ellenállt, de 2009 októberében – hangsúlyozva, hogy a közösségi kasszában több forrás már nincsen – döntés született a tejtermelők likviditási gondjainak kezelésére egy 280 millió eurós tejalap 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 gazdaság-élénkítő 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 világpiacon árak kedvező alakulása miatt az év novemberében a Európai Bizottság újra nullára csökkentette az export-támogatás mértékét.

A tejpiacon 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 legtöbbje.

4. ábra

A 2,8 százalékos zsírtartalmú tej fogyasztói ára,
2007. január–2009. december (forint/liter)



A 2008–2009. évi tejkészlet Magyarországon

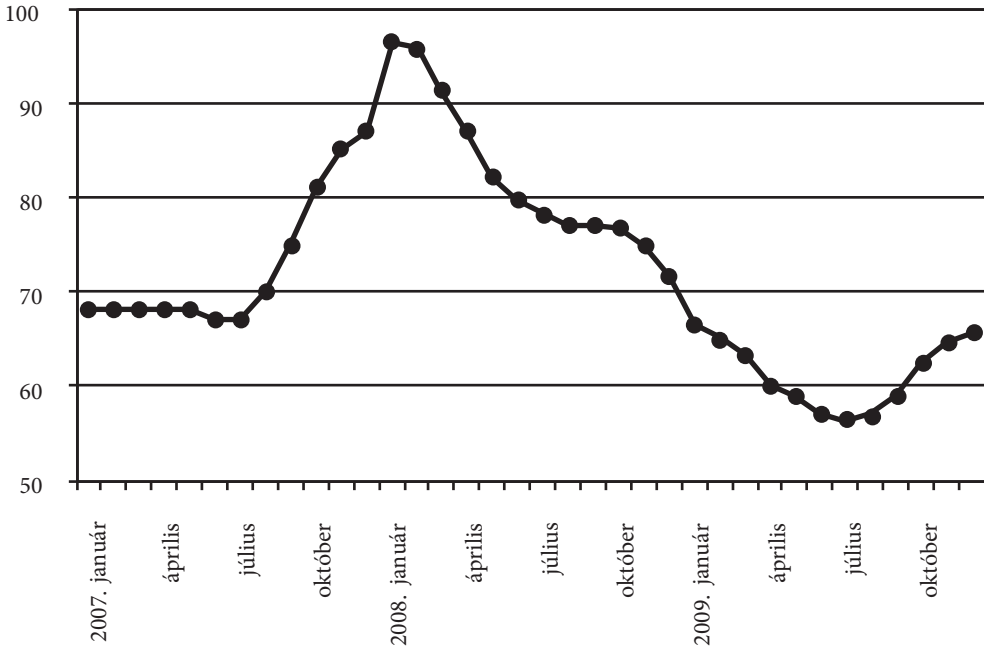
Az élelmiszeripart a recesszió általában kevésbé érintette, mint a konjunktúraérzékeny ágazatokat: a háztartások fogyasztása ezen a területen nem halasztható, a vásárlásokat a folyó jövedelemből finanszírozzák.

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 tejiaci 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* (1. táblázat), mert a vásárlóerő csökkent ugyan, a termék árai azonban lényegesen alacsonyabbak voltak, mint 2008-ban. Márpedig, mint tudjuk, a fogyasztói tej kereslete természeténél fogva inkább ár rugalmas, mint jövedelem rugalmas.

A fogyasztói tej *kiskereskedelmi ára* 2007 augusztusában a 180 forint körüli szintről nőni kezdett, és 2008 januárjában elérte a 220 forintot (4. ábra). Augusztusig ezen a szinten maradt, majd több mint egy évig folyamatosan csökkent, és 2009 októberében már csak 192 forint volt. Ekkor újra emelkedni kezdett.

5. ábra
A nyerstej termelői ára, 2007. január–2009. december
(forint/liter)



Az európai piacba integrálódott magyar nyerstejpiac az árak az európai uniós trendet követték. A tej termelői ára addigi stabil, 67 forintos szintjéről 2007 júliusában kezdett meredeken emelkedni (5. ábra). 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 nyerstej másfélszerezésére ugrott árának hatására a termelők – az általában tízszázalékos kötbért is vállalva inkább – kiléptek a szerződéses felvásárlási kapcsolatokból, és terméküket 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, az opportunisták, azaz a pillanatnyi lehetőségeket akár a szerződések felrúgása árán is kihasználó magatartás is.

A nyerstej árának az árboom előtti szint alá csökkenésével 2008 végén a dolgok helyreálltak, a kapcsolatok vissza- vagy inkább újrarendeződtek. Ma már ismét a szerződéses felvásárlás az uralkodó, az azonnali piaci értékesítés és beszerzés viszsza- szorult.

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 megállapodások 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 megregulálásából 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 azok 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 *tejtermékeket sújtotta a legkeményebben* – vagy legalábbis ebben a körben volt a lehangosabb az elégedetlenség, amely 2009-ben petíciókban, demonstrációkban is megnyilvánult.

A tejgazdaság 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 koncentráltta. Ezekkel az intézkedésekkel literenként 15-16 forinttal tudta emelni a tehenészetek bevételeit, de a pénz csak 2010 végén, illetve 2011 elején jut el a termelőkhez. Ez az összeg a 8,30 forintos kvótaátogatással, 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 emeli a termelői bevételeket. A magyar „átlagtermelő” azonban 2008 közepétől 2010 derekáig veszteségesen gazdálkodott, illetve gazdálkodik. Emiatt sokan felhagytak a termeléssel, vagy teheneik egy részét vágóhídra küldték, üszőiket eladták.

Az elégedetlenségnek még a jobbára nagyüzemeket tömörítő és az utóbbi évek agrárkormányzatához általában lojális Mezőgazdasági Szövetkezők és Termelők Országos Szövetsége is hangot adott.

2008. decemberi közleményük megállapítja, hogy a gazdaságok többsége az önköltségi ár alatt kénytelen értékesíteni, miközben a termelői ár folyamatos csökkenését nem követték sem a feldolgozói, sem a fogyasztói árak. A piaci helyzet kedvezőtlen alakulásának okát a kereskedelmi láncok koncentrációjában és erőfölényében, valamint az ebből következő aránytalan jövedelemelosztásban látták. Felelőssé tették az Európai Unió kvótaemelési döntését is, mert az piacvesztést okozott a magyar termelőknek. A Mezőgazdasági Szövetkezők és Termelők Országos Szövetsége elnökségének állásfoglalása követelte az ebből származó termelői veszteségek megtérítését, és felkérte a földművelési és vidékfejlesztési minisztert, hogy kényszerítse ki a tisztességtelen forgalmazói magatartás felszámolását (*Tej Terméktanács*, 2009).

Szerveződött a termelői ellenállás, de nem volt egyértelmű, ki az ellenség: „Gondolkodunk újabb demonstráción, de egyelőre nehéz meghatározni, ki ellen kellene tüntetni” – állapította meg a Szarvasmarha-tenyésztők Országos Választmányának elnöke (*Kelemen*, 2009). Szerinte ugyanis az üzletláncokra láthatóan nem hat a nyomás, a feldolgozók pedig hasonló gondokkal küzdenek, mint maguk a termelők. Az agrártárca ellen pedig azért nem érdemes tüntetni, mert az megpróbál közvetíteni a termelők, a feldolgozók és kereskedők alkujában.

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 ezeket: az országkvóták 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 tejpor intervenciók árának legalább 50 százalékos emelése, valamint az intervencióban felvásárolható mennyiség növelése, a régi és az új tagországok támogatásának kiegyenlítése, a sovány tej és tejpor takarmányozási célú felhasználásának támogatása, a kvótaalapú támogatás éves kifizetésének előrehozása.

A követelések – az utolsó kivételével – élesen ellentétesek a 2003. évi luxemburgi tejpia reform, illetve a 2008-ban állapotfelmérés (*Health Check*) 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 válástól elrugaszkodott, radikális követeléseivel. A többi tagországot a válság valamivel kevésbé érintette, mert Nyugat-Európában – Németország kivételével – a nyerstej ára a magyarországinál átlagosan tíz forinttal magasabb, tükrözve, hogy ott versenyképesebb a tejipar. 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.

Ezek listája hosszú: változtatások az agrárrendtartási-, a verseny- és a kereskedelmi törvényben; az EU bizottságaiban a magyar tejágazat érdekeinek hatékony képviselete; a növénytermesztés és az állattenyésztés egyensúlyának helyreállítása; a kereskedelmi monopóliumok és a beszállítói kiszolgáltatottság megszüntetése törvényi úton; az éves támogatások korábbi kifizetése. Szerettek volna ezenkívül nemzeti hatáskörben meghozható intézkedéseket az ágazat megmentéséért, köztük kamatmentes hitelt takarmányvásárlásra, kamattámogatást a beruházási hitelekhez, a gázolaj jövedéki adójának visszaigénylését, a közvetlen termelői tejértékesítést szolgáló beruházások (tejautomaták, tejjárúsító gépkocsik) támogatását, az import tejtermékek szigorított ellenőrzését, nemzeti tudatformálást marketing kommunikációval, az iskolatej program szélesítését, a hatósági nyerstejvizsgálat költségeinek állami átvállalását. A követelések közül egyedül a közvetlen termelői tejértékesítést szolgáló beruházások támogatása valósult meg.

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 novemberben már 8 forinttal haladta meg a júliusi szintet (64,5, illetve 56,4 forint/kilogramm). Így az időközben meghirdetett európai uniós támogatásokkal (lásd az előző alfejezetet) a tejtermelés már jelentős jövedelmet realizálhat – igaz, csak visszamenőleg, miután a termelőknek két év veszteségét kellett finanszírozniuk.

Az áremelkedés ellenére a termelők novemberben ismét tüntettek.¹³ A követelések lényegében megegyeztek a júniusiakkal. Az FVM bűnlajstroma a tiltakozók szerint azzal bővült, hogy a minisztérium megtévesztő kommunikációja egybemosta közel három év várható kifizetéseit, ezzel hiú reményeket keltett a termelőkben és árletörő 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 hozzáadott-érték 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 válasza a válságra pedig az, hogy egyidejűleg több árszegmensben is igyekeznek jelen lenni azért, hogy kiszélesítsék vevőkörüket. A lánc korábban kialakított arculatának „lefokozását” ár-szint szerinti termékcsaládok kialakításával igyekeznek elkerülni.

A válságnak 2010 első felében még távolról sincsen vége, piaci szempontból *a feldolgozók* nehezebb évet várnak a tavalyinál, de a pesszimistábbak még 2011-re sem jósolnak 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 célokkal nem rendelkező cégek különösen fenyegetettek. Összességében a hazai termelők és gyártók kilátásai gyengék.

Az élelmiszer-kiskereskedelemben a vásárlók olcsóbb márkák felé fordulása a közeljövőben 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

13 Két hipermarket parkolójába import tejjel kevert tehéntrágyát öntöttek, a minisztérium kapuja elé pedig levágott véres marhafejeket helyeztek el.

a független kisboltok, de a ma még jelentős súlyú magyar üzletláncok is részesedést vezíthetnek azokon a piacokon, ahol a külföldi láncokkal közvetlen versenyben állnak. De 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 tejsiaci 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 tejjgazdaság számára a következő évek számos veszélyt, kockázatot tartogatnak. A 2008–2009-től több évre elosztva összesen hétszázalékos kvótaemelés 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 feldolgozóit 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 támogatáspolitikai és az Európai Unióénál is erősebb protekciónizmus 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 legtöbbjük ma még csak keresi. A többség a jelek szerint nem érti, talán még inkább félreérti ezt a sajátos piacot, amely hiányosságokat is mutat: jelen van a szürkegazdaság, nem megfelelő az átláthatóság, az korrekt információátadás terén nagy 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 tejjgazdasági 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 elrugaskodott termelői követeléseket Brüsszel szemben. A magyar tejjgazdaság kilátásai a gyenge versenyképesség és a nemzetközi piac további liberalizációja miatt középtávon sem biztatók.

HIVATKOZÁSOK

AKI (2000–2008): A fontosabb élelmiszer-ipari termékek költség- és jövedelemadatai 2000–2008. Agrárgazdasági Kutató intézet, Budapest., www.aki.gov.hu/publication/nehany_fontosabb_elelmiszeripari_termek_koltseg_es.

AKI (2007–2010): Agrárpiaci jelentések. Tej és Tejtermékek. (Mándi-Nagy Dániel) Agrárgazdasági Kutató intézet, Budapest, [www.aki.gov.hu/Adatok/Információk/Agrárpiaci jelentések/Tej és Tejtermékek](http://www.aki.gov.hu/Adatok/Informaciok/Agrarpiaci_jelentesek/Tej_és_Tejtermek).

AKI (2009): A kettős könyvvitelt vezető élelmiszeripari vállalkozások pénzügyi adatai. Agrárgazdasági Kutatóintézet, Agrárgazdasági Információk, 2009/8.

AKI (2010): A kettős könyvvitelt vezető élelmiszeripari 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.
- Batka Zoltán* (2009): Enyhébb törvény a beszállítók védelmére. Népszabadság, október 13., http://www.nol.hu/gazdasag/20091013-enyhebb_torveny_a_beszallitok_vedelmere.
- Bizottság közleménye* (2009a): 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 2010. április 21., <http://www.maipiac.hu/index.php/elemlzesek/4764-boltlancok-rangsora>.
- Bundeskartellamt* (2009): Sektoruntersuchung Milch. Zwischenbericht Dezember 2009. Bundeskartellamt, Bonn, http://www.bundeskartellamt.de/wDeutsch/download/pdf/Stellungnahmen/1001_Sektoruntersuchung_Milch_Zwischenbericht_2009.pdf.
- Gráf József* (2005): Az egyik legfontosabb feladat az agrár import 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.gyh.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 árzuhanás. HVG, január 21., 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.
- OECD* (2005): Agricultural policies in OECD countries. OECD, Párizs. http://www.oecd.org/document/59/0,3343,en_2649_33797_39551355_1_1_1_37401,00.html.
- 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.

- Szabó Márton* (2010): Visszaszerezhető-e a hazai piac? Magyar Mezőgazdaság, február 10., http://www.kopint-tarki.hu/tanulmanyaink/Visszaszerezheto_e%2a%20hazai%20piac.pdf.
- Szirmai S. Péter* (2009): Lex az ex-kódexből. 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. 2010. 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 2007/5. sz.
- Vitéz F. Ibolya* (2009): Közveszélyes látszatintézkedés. Interjú Nagy Mártával, a Gazdasági Versenyhivatal elnökhelyettesével. HVG, július 8., http://hvg.hu/hvg/friss/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.