



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

Felemás a kereskedelmi láncok és beszállítók viszonya

Több mint egy év telt el a kereskedelmi törvény hatályba lépése óta. A jogszabály szerint a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) feladata annak megakadályozása, hogy a jelentős piaci erővel rendelkező kiskereskedelmi vállalkozások visszaéljenek a helyzetükkel. Az elmúlt egy év során azonban elenyésző számban érkeztek beszállítói panaszok a versenyhatósághoz. Pedig a törvény megalkotása során lezajlott vitákban sok szó esett arról, mennyire kiszolgáltatott ez a réteg. Vajon milyen valójában a nagyméretű kiskereskedelmi láncok és beszállítók közötti kapcsolat? Vajon a kereskedelmi törvény hatálybalépése gyakorolt-e bármilyen hatást a kereskedők és beszállítók viszonyára? A GVH ezen kérdések megválaszolására rendelt meg piackutatást¹. A felmérés a beszállítók szempontjából, az üzleti kapcsolat konkrét jellemzőin keresztül vizsgálta a nagyméretű kereskedelmi láncok viselkedését.

A GVH kutatásában megkérdezett vállalkozások többsége kis vagy közepes méretű cég volt. Ennek ellenére jellemző rájuk, hogy viszonylag sok kiskereskedelmi partnerük van. Átlagosan öt csatornán keresztül értékesítik termékeiket. Legnagyobb arányban a magyar tulajdonú kereskedelmi láncoknak, a független kisboltoknak és a független nagykereskedőknek adják el termékeiket. Legfontosabb vevőiknek ugyanakkor a külföldi tulajdonú hipermarketeket, a magyar tulajdonú kereskedelmi láncokat, illetve a külföldi tulajdonú beszerzési társulásokat tartják a beszállítók. Az üzleti kapcsolat hosszát vizsgálva azt találjuk, hogy a legtöbben már 5-10 éve kapcsolatban állnak üzleti partnereikkel.

A felmérés tanúsága szerint a beszállítók jelentős többsége, körülbelül 90 százaléka rendelkezik írásbeli szerződéssel. A szerződések tartalmát illetően a felek nagy többségben írásban rögzítik a szállítási-, és fizetési feltételeket. A minimális szállítási mennyiségről már a beszállítók csak valamivel több, mint a felének van írásbeli vagy szóbeli megállapodása. Jóllehet a kereskedelmi törvény tiltja, a szerződésekben mégis magas arányban kötik ki a legkedvezőbb feltételek alkalmazását, illetve harmadik személy igénybevételét. E két feltétel megszabása azonban érdekes módon nem a gyengébb alkupozícióval rendelkező kisvállalatok, hanem a nagyobb árbevétellel és piaci részesedéssel rendelkező cégek szerződéseire jellemző. Még meglepőbb, hogy a válaszadók több mint fele nyilatkozott úgy, hogy a kereskedővel együtt határoznak a szerződés tartalmáról.

A kereskedelmi partnerek 64 százaléka tart igényt valamilyen jogcímen a beszállítóktól visszatérítésre – derül ki a GVH felméréséből. Egy beszállító cég átlagosan öt jogcímen ad az általa kínált árból visszatérítést, ezek közül a leggyakrabban a bonuszt, fix bonuszt, a logisztikai hozzájárulást, a listázási díjat és a marketing hozzájárulást említették a felmérésben résztvevő vállalkozások képviselői. A visszatérítések átlagos mértéke a válaszok alapján a beszállítók által meghatározott ár 16 százaléka, ám ezért cserébe a beszállítók saját bevallásuk szerint nem minden esetben kapnak ellenszolgáltatásokat. Az ún. kondíciók (a díjak, térítések összefoglaló neve) alkalmazása leginkább a beszerzési társulásokra jellemző gyakorlat. Mivel ezek több nagyméretű kereskedelmi láncot is képviselnek, megsokszorozott piaci erejüknek köszönhetően fokozottan tudják érvényesíteni

¹ A kutatást a GVH számára a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara Gazdaság- és Vállalkozáselemző Intézete (GVI) készítette.

feltételeiket. Érdekes, hogy visszatérítéseket sem a leginkább függő helyzetben lévő, hanem az erősebb piaci helyzetű, gyakran külföldi tulajdonban lévő vállalatoknak kell inkább fizetniük.

Míg a mélyinterjúk során a megkérdezettek inkább kiszolgáltatott helyzetükről számoltak be, a kérdőívben a legtöbben jónak vagy kitűnőnek minősítették a kiskereskedőkkel ápolts kapcsolataikat. E tekintetben azonban nagymértékű mozgás tapasztalható, a beszállítók 66 százaléka szüntette be az együttműködést valamely partnerével az elmúlt 3 évben, és 86 százalékuk tervezi új partner megkeresését.

A kereskedelmi láncokkal való együttműködés pozitívumának tekinthető, hogy a fogyasztói igények változása mellett a kereskedők kezdeményezésének jelentős szerepe van a beszállító cég termékeit érintő fejlesztésekben, illetve egyéb változásokban. A cégek 40 százalékánál az értékesítési, a marketing, vagy a minőségbiztosítás területén bekövetkezett változások esetében szerepet játszottak a kereskedők igényei is.

A beszállítók többsége hallott már a Kereskedelmi törvényről, azonban annak visszatartó hatását nem érzékelik a szerződéskötéskor. Bár a válaszadók kétharmada azt nyilatkozta, hogy szükség esetén panaszával közvetlenül vagy érdekképviselői szerven keresztül a GVH-hoz fordulna, azonban a beszállítók jelentékeny része a problémákat inkább maga próbálja rendezni a vevőjével.

A GVH álláspontja szerint a kutatás alapján ellentmondásos kép rajzolódik ki a kereskedelmi láncok és a beszállítók kapcsolatát illetően. Míg a mélyinterjúk alapján a beszállítók kiszolgáltatott helyzetére derült fény, addig a szélesebb körben lefolytatott kérdőíves vizsgálat szerint a beszállítók és a kereskedők között jó, együttműködő a kapcsolat. Ezt támasztja alá, hogy a megkérdezett cégek többsége nyereségesen működik. Számos esetben előfordul, hogy a beszállító legfontosabb partnerével szemben érvényesített átadási árai nem hoznak nyereséget. Ennek ellenére a tőkeerősebb beszállítók fontosnak tartják a kereskedelmi láncok által biztosított széles körű piaci jelenlétet. A beszállítók kisebb mértékű kiszolgáltatottságára utal az is, hogy egy értékesítési csatorna részesedése az összes eladásból átlagosan 20 százalék körül alakul, egy gyártó pedig átlagosan 5 kereskedőt szolgál ki. Emellett a kereskedők és beszállítók üzleti kapcsolataiban nagymértékű mozgás tapasztalható.

A szerződéskötési gyakorlatot, a beszállítók által fizetett díjak mértékét megvizsgálva azt figyelhetjük meg, hogy a beszállítók túlnyomó többsége rendelkezik ugyan írásbeli szerződéssel, ám a megállapodások sok esetben a kereskedelmi törvénybe ütköző pontokat is tartalmaznak. A szerződések tartalmi elemeit ugyanakkor a beszállítók több mint fele közösen határozza meg kereskedelmi partnerével. A GVH felméréséből kiderült, hogy a kereskedők több jogcímen tartanak igényt a beszállítóktól visszatérítésre, és ezekért cserébe sokszor semmilyen ellenszolgáltatást nem kapnak. A tárgyalás során a tőkeerősebb beszállítók vannak rosszabb alkupozícióban, mivel számukra a legfontosabb a kereskedelmi láncok által biztosított piaci jelenlét.

Annak ellenére, hogy a beszállítók jelentős része hallott a Kereskedelmi törvényről, többségük úgy érzi, hogy annak létrejötte egyáltalán nem változtat a kereskedők magatartásán. Az, hogy a GVH hatáskörébe tartozik a kereskedelmi törvény betartásának felügyelete szintén ismert, viszont a beszállítók többsége nem kíván panaszt tenni, inkább maga rendezzi a vitás kérdéseket a kereskedelmi partnerével.

A kereskedelmi láncok tevékenységének pozitív hatásai is megfigyelhetők. A kereskedők által támasztott igényeknek ugyanis jelentős hatásuk van a beszállítónál történő termék, vállalati belső szerkezetet és szervezeti felépítést érintő fejlesztésekre. Mindez leginkább a hazai tulajdonban lévő kis- és közepes vállalatokat érinti, s így a láncok hozzájárulnak a cégek versenyképességének növekedéséhez.

A beszállítók helyzete a felmérés szerint úgy jellemezhető, hogy a láncok nagyon kemény üzleti feltételeket diktálnak, azonban helyzetük nem annyira kiszolgáltatott, mint azt a legtöbb esetben hallani lehet. A kereskedőknek is alapvető érdeke, hogy keresletnek megfelelő, jó minőségű termékeket forgalmazzanak, a fogyasztók által közkedvelt márkák megtalálhatók legyenek üzleteikben.

A kutatás hiánypótló felmérésnek tekinthető, hiszen Magyarországon eddig még nem végeztek ilyen alaposan előkészített felderítő típusú vizsgálatot a kiskereskedelmi folyamatok átfogó bemutatására. Az eredmények több sztereotípiát cáfoltak, például azt, hogy a kereskedelmi láncok által alkalmazott üzleti feltételek leginkább a kisebb szereplőket érintik, illetve, hogy a kereskedelmi láncok megjelenése kizárólag negatív következménnyel járt a beszállítók számára. A kutatás nyomán ugyanakkor további kérdések merülnek fel, ezért a GVH fontosnak tartja, hogy a kereskedők és a beszállítók közötti kapcsolat részletesebb megismerése érdekében a jövőben e területen további felméréseket végezzen.

A kutatás módszertana

A piackutatás két fázisban zajlott. A mélyinterjúk szakasz 11 cégnél és 4 ágazati szövetségnél egy előre meghatározott témavázlat segítségével tárta fel a termelő/gyártó cég tevékenységét, kereskedelmi láncokkal ápoltságát. A kérdőíves felmérés során pedig 392 cég kereskedelemért felelős vezetőjét kérdezték meg.

A felmérésben elsősorban a napi fogyasztási cikkek, ezen belül főként élelmiszeripari termékeket termelő cégek vettek részt. A cél az volt, hogy a mintában egyaránt szerepeljenek árbevétel és foglalkoztatottak száma szerint közepes és nagy vállalatok, magyar, külföldi, illetve vegyes tulajdonban lévő vállalkozások, valamint márkás és márkánév nélküli terméket beszállító cégek.

A kérdezőbiztosok a kutatás során 1874 céget kerestek meg, de végül csak 392 kérdőívet sikerült felvenni. A válaszadók aránya 36%, ami nagyon alacsonynak számít. A sikertelen adatfelvétel oka, hogy a megkeresettek nem kívántak válaszolni a kérdésekre (43%), vagy nem tudtak időt szakítani a válaszadásra (21%).

A tanulmány megtalálható a Gazdasági Versenyhivatal honlapján: a www.gvh.hu internetes címen.

Budapest, 2007. október 3.

További információ:

Mihálovits András

Gazdasági Versenyhivatal

cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.

levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036

tel: +36-30 618-6618

email: Mihalovits.Andras@gvh.hu

<http://www.gvh.hu>