

ELSŐ, SZAKMAI VITÁRA SZÁNT TERVEZET
NEM HIVATKOZHATÓ, NEM IDÉZHETŐ!



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

TERMELŐ ÉS SZOLGÁLTATÓ ÁGAZATOK IRODÁJA

**A magyar mezőgazdaság 2008. évi
termékfelvásárlási folyamatainak elemzése
a GVH által vizsgált esetek tükrében, és
az azokból levonható következtetések**

Budapest, 2009. augusztus

Budapest, 2009.AUGUSZTUS. 06.

TARTALOMJEGYZÉK

Az elemzés háttere és a GVH által alkalmazott alapvető versenypolitikai elvek.....	3
1. A 2008-ban tapasztalt piaci zavarok a GVH versenytörvényen alapuló vizsgálatai és tájékoztatói alapján	9
1.1 Meggy piacot érintő bejelentés vizsgálata.....	9
1.2 Görögdinnye piacot érintő panasz	13
1.3 A léalma krízis összefoglalása.....	17
1.4 Tejpiacot érintő bejelentés vizsgálata.....	22
2. A kiskereskedelmi vevői erő és az azzal kapcsolatos tapasztalatok a GVH kereskedelmi törvényen alapuló vizsgálatai, tájékoztatói és egyéb elemzései alapján	28
2.1 A kereskedelmi törvény alapján folytatott eljárások	31
2.2 Piackutatás a nagyméretű kereskedelmi láncok és a szállítók kapcsolatáról	36
2.3 A szállítói oldali piaci szereplőkkel folytatott konzultációk	38
2.4 A kereskedelmi etikai kódex	39
2.5 Az Élelmiszer Termékpálya Kódex.....	41
2.6 Az élelmiszer termékpálya törvény	45
2.6.1 Előzmények	45
2.6.2 A törvényalkotás célja és néhány tartalmi visszássága.....	47
3. A piaci feszültségek fő okai, az alkalmazott kezelési próbálkozások bemutatása és értékelése, illetve a hosszabb távú megoldások lehetőségei	48
3.1 A piaci feszültségek fő gazdasági természetű okai	48
3.2 A piaci problémák kezelésében alkalmazható jogi eszközök értékelése.....	51
3.3 Összefoglaló következtetések.....	54

Az elemzés háttere és a GVH által alkalmazott alapvető versenypolitikai elvek

Az Országgyűlés Mezőgazdasági Bizottsága a 2008. szeptember 10-i, Bábolnán megtartott kihelyezett ülésén – a Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2007. évről szóló beszámolója vitája kapcsán – felkérte a GVH-t, hogy elemezze a 2008. évi mezőgazdasági terményfelvásárlási folyamatokat.

A GVH aktuálisnak tartotta a felkérést, mivel az ágazatban különböző termékek vonatkozásában évről-évre feszültségek tapasztalhatók az értékesítésben, amely során sokszor kartellgyanú, illetve gazdasági erőfölénnyel való visszaélés miatt beavatkozást várnak el a hivataltól. Különösen azon termékek körében vetődnek fel problémák, amelyek leginkább ki vannak téve az időjárás viszontagságainak, vagyis évente jelentős eltérések vannak a termésátlagokban és általában a kínálat mennyiségében, esetleg a minőségében is. 2008-ban a meggy, a dinnye és az alma alacsony felvásárlási árával kapcsolatosan vetődött fel kifogás a termelők részéről, de az Unió szinten is problémát okozó tej túltermelési válság érintette a hazai piaci szereplőket is. Az eredeti felkérést, azaz a 2008. évi mezőgazdasági termék- illetve terményvásárlási folyamatok elemzését tágran értelmezve jelen munkánkkal általánosabb piaci trendeket, illetve szektor specifikus problémákat is áttekintettünk, tekintettel arra, hogy a felmerült aggályok valójában mélyebb gyökerűek és általánosabb elemzést, tágabb kitekintést tesznek szükségessé a GVH részéről.

Hasonló jellegű termékpiaci feszültségek évente felmerülnek, átfogó, hosszú távú megoldások eddig azonban nem születtek a problémák kezelésére. Ez különösen érzékenyen érinti a mezőgazdasági vertikum szereplőit, hiszen miközben az adott évi termelési kilengések irányával összefüggésben a termelői árak évről-évre jelentősen ingadoznak, egyes években az előző évi felvásárlói árak 50-60%-ára esnek vissza, addig az élelmiszer kiskereskedelmi árak trendje folyamatosan emelkedőnek mutatkozik, bár kisebb mértékű kilengések itt is tapasztalhatóak.

A probléma egyáltalán nem egyedülálló, hiszen Európa többi országában is szembesülnek vele. Ezt bizonyítja, hogy az Európai Közösségek Bizottsága (a továbbiakban: Bizottság) is vizsgálja az ágazatot, melynek eredményeként célul tűzte ki, hogy javítja az ellátási lánc működését az alacsonyabb fogyasztói ár elérése érdekében. 2008 decemberében az **Európai Bizottság közleményt** bocsátott ki „**Élelmiszerárak Európában**”² címmel. Az előzmény szempontjából fontos, hogy ahogy a közlemény rögzíti, „2007 második felében a mezőgazdasági termékárak emelkedése felgyorsult, és 2008 elejére rendkívüli ütemet ért el. A hirtelen áremelkedés következtében az élelmiszerek fogyasztói árai is ütemesen nőni kezdtek, ez körülbelül egy százalékkal csökkentette az Unió háztartások vásárlóerejét. Az áremelkedés különösen az alacsony jövedelemmel rendelkező háztartásokat érintette hátrányosan.”

Válaszul e fejleményekre a Bizottság javaslatokat fogalmazott meg az élelmiszer-ellátási lánc működésének javítására, melynek fő elemei a következők:

-
- 1 A Bizottság Közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai gazdasági és Szociális bizottságnak és a Régiók Bizottságának, Élelmiszerárak Európában {SEC(2008) 2970} {SEC(2008) 2971} {SEC(2008) 2972} /* COM/2008/0821
 - 2 A Bizottság Közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai gazdasági és Szociális bizottságnak és a Régiók Bizottságának, Élelmiszerárak Európában {SEC(2008) 2970} {SEC(2008) 2971} {SEC(2008) 2972} /* COM/2008/0821

1. Az élelmiszer-ellátási lánc versenyképességének növelése.
2. A versenyjogi és fogyasztóvédelmi szabályok határozott és következetes érvényesítése az élelmiszer-ellátási piacokon.
3. Az élelmiszer-ellátási lánc működését potenciálisan nehezítő szabályok felülvizsgálata nemzeti és/vagy Uniós szinten.
4. A fogyasztók, hatóságok és piaci szereplők megfelelőbb tájékoztatása az élelmiszerárakat és az ellátási láncot nyomon követő állandó európai monitoring rendszer létrehozása révén.
5. A mezőgazdasági termékpiacokon aktív iparági szereplőknek kárt okozó spekuláció visszaszorítására irányuló intézkedések vizsgálata.

Az élelmiszerárakkal kapcsolatos európai problémákat az Európai Bizottság közleményét követően az **Európai Parlament** is ismételten áttekintette és 2009. március 26-án – aggodalmi okainak 13 pontos felsorolását követő 68 pontba foglalt – **állásfoglalást** adott ki a témában³.

Ami a tagállami versenyhatóságok szerepét illeti a fenti probléma megoldásában, az Európai Parlament:

- felszólította nemzeti és EU szintű versenyhatóságokat a fogyasztói árak Európai Unió-szerte való megvizsgálására és értékelésére a versenyszabályok tiszteletben tartásának biztosítása és az értékláncot alkotó különböző szereplők felelőségének meghatározása érdekében;⁴
- kérte a tagállami hatóságokat és az Európai Bizottságot, hogy folytassanak részletes kutatást és bocsássanak rendelkezésre elemzést a mezőgazdasági termelőknek fizetett ár és a végső fogyasztói ár közötti ártranszmisszió és árrés vonatkozásában;⁵
- javasolta, hogy a nemzeti versenyhatóságok a Bizottság közreműködésével, a nyitott koordinációs módszer alkalmazásával erősítsék meg együttműködésüket a termelési költségek és a kereskedelem figyelemmel kísérése terén, a belső piac megfelelő működésének biztosítása érdekében.⁶

A 2008. évi mezőgazdasági terményfelvásárlási folyamatok elemzésén túl a GVH a fenti munkában is részt vesz az Európai Versenyhatóságok Hálózata Élelmiszer Alcsoportjának keretében. E fórumon az információk fokozottabb cseréjén túl lehetőség van összehangolni a tagállamok intézkedéseit az EU szinten tevékenykedő vállalatok versenyellenes gyakorlatának vizsgálata tekintetében.

Míg európai szinten az élelmiszerárak megugrása és a magasabb fogyasztói árszint fennmaradása, illetve az évek közötti áringadozások nagy mértéke váltotta ki az elsődleges aggodalmakat, addig Magyarországon főként a termelői szintet érő erős versenynyomás, illetve az egyes termékpályákon a termelők, vagy azok egyes csoportjai számára átmeneti vagy tartós érdeksérelmeket okozó helyzetek kialakulása, illetve ezek kezelése okozza az ágazat szereplői számára a legnagyobb gondokat.

3 Az Európai Parlament 2009. március 26-i állásfoglalása az európai élelmiszerárakról ([2008/2175\(INI\)](#)) (Az európai élelmiszerárak, 2009. március 26., csütörtök – Strasbourg)

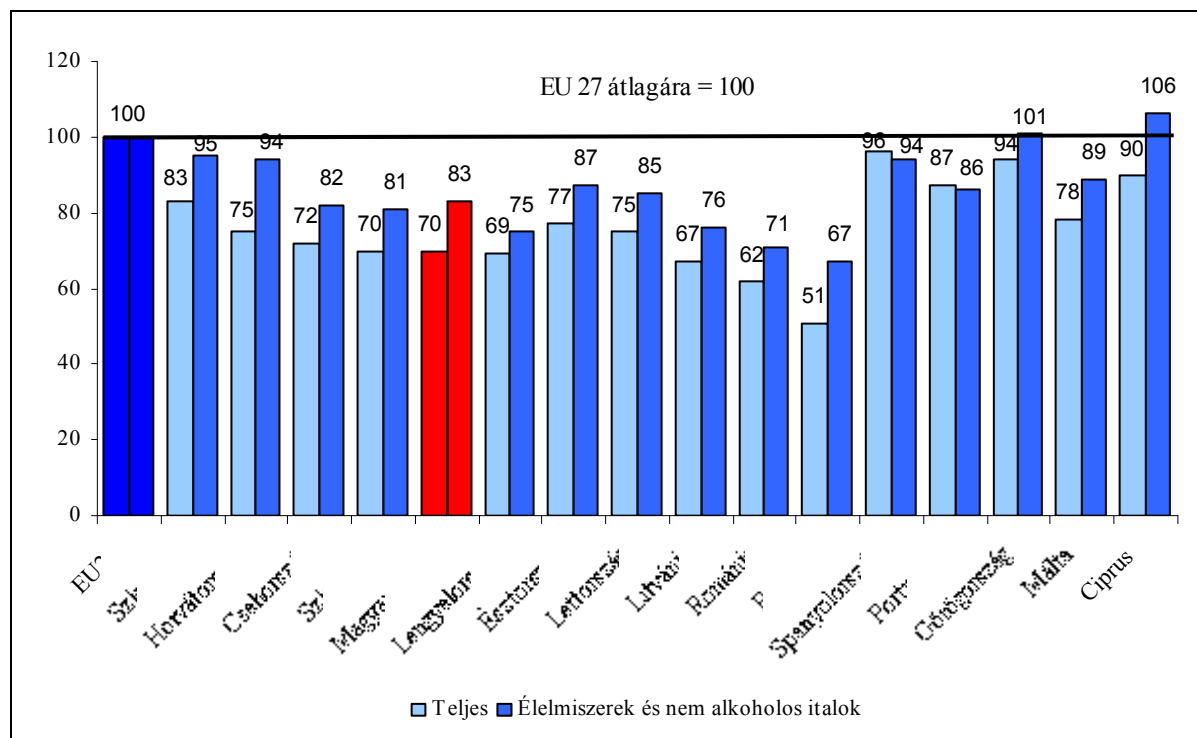
4 Ibid 32. bekezdés

5 Ibid 35. bekezdés

6 Ibid 37. bekezdés

Mindeközben fontos átrendeződések zajlanak a magyar élelmiszertermékeket árpozíciói, mind pedig az agrártermelők jövedelmi viszonyai tekintetében. 2008-ban például míg a magyar átlagos árszínvonal az európai szint 70%-án volt, addig az élelmiszertermékeké már 83%-ra emelkedett, s a visegrádi országok között már legmagasabb arányt érte el.

2008. évi fogyasztói árszínvonal egyes európai államokban, illetve ezen belül az élelmiszertermékek árszínvonala⁷



Ugyancsak figyelemreméltó bevétel növekedés következett be az ágazatban 2008-ban az agráriumban foglalkoztatottaknál is: miközben a visegrádi országokban mindenütt csökkenés látható, addig Magyarországon – Romániához és Bulgáriához hasonlóan – számottevő növekedést (14,6%) mutat a statisztika. Ebbe a növekedésbe közrejátszik többek között az agrártermékek termelői árának növekedése, a termeléssel összefüggő költségek emelkedése, a forint árfolyamának csökkenése.

Az agrárdolgozók bevételeinek változása⁸

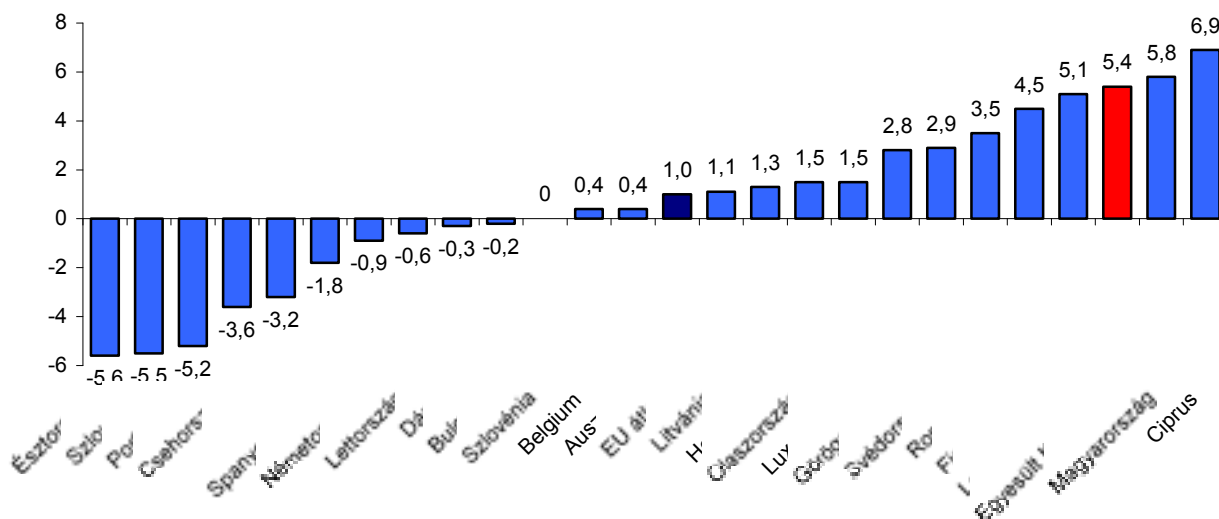
	változás%-ban 2008/2007	Index 2008-ban (2000=100)
EU27	-4.3	117.2
Lengyelország	-15.9	190.6
Szlovénia	-9.3	134.8
Csehország	-4.6	188.0
Szlovákia	+3.5	161.8
Magyarország	+14.6	200.1
Románia	+21.4	142.4
Bulgária	+24.5	120.1

7 Forrás: Eurostat – 104-es sajtóközlemény, 2009. július 16.

8 Forrás: Eurostat – 184-es sajtóközlemény, 2008. december 18.

Az agráriumban bekövetkezett bevétel-növekedéssel összefüggően, hogy **2008. június és 2009. június között a hazai fogyasztói élelmiszerár-növekedés a harmadik legmagasabb volt az Unióban.**

Az élelmiszer és a nem alkoholos italok árindexének alakulása az EU-ban 2008. június és 2009. június között (%-ban)⁹



Ellentétben a termelői érdeksérelmekkel az élelmiszerárak fogyasztói árának emelkedése, vagy ennek a fogyasztók egyes sérülékenyebb csoportjaira (akiknek az összjövedelmében magas az élelmiszer kiadások aránya) gyakorolt hatásainak mérlegelése a hazai nyilvános vitákban kisebb hangsúllyal jelennek meg, a GVH vizsgálataiban azonban rendre kiemelt figyelmet kap a fogyasztókat elérő következmények figyelembe vétele és értékelése.

Tekintettel arra, hogy a GVH-hoz érkezett mezőgazdasági felvásárlásokkal kapcsolatos beadványok elsősorban a zöldség-gyümölcs (meggy, dinnye, alma) ágazatot, illetve a tejpiacot érintették, ezért az elemzésben elsősorban az általunk vizsgált esetekre fókuszálunk, s ezek tapasztalatai alapján kíséreljük meg általánosabb érvényű következtetéseinket is összefoglalni, kitérve az olyan – álláspontunk szerint a piaci koordinációs zavarokat csökkentő – hosszú távú megoldásokra is, amelyek nem ütköznek sem a magyar, sem a közösségi versenyjog rendelkezéseibe.

A GVH szerepe ezekben az ágazatokban is az, hogy a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban **verseny törvény** vagy Tpv.) **rendelkezéseiből következően:**

- **a köz érdekében, a hosszú távú fogyasztói jólétet – és így áttételesen a versenyképességet is – növelő módon szerezzen érvényt a hatáskörébe tartozó versenyjogi rendelkezéseknek,**
- **valamint a rendelkezésére álló eszközökkel támogatja a versenyt, mint a piacgazdaság alapintézménye¹¹ fennmaradását,**

9 Forrás: Eurostat – 27-es sajtóközlemény, 2009. július 20.

10 Forrás: Eurostat – 27-es sajtóközlemény, 2009. július 20.

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

- illetve - ahol verseny jelenleg nem lehetséges - elősegíti a versenyt megteremteni vagy pótolni hivatott az állami szabályozás kialakítását.

A GVH végső célja, mint ahogyan azt a GVH 2007-ben kiadott „A verseny szabadságával kapcsolatos, a GVH által követett alapelvek” c. dokumentumában is megfogalmazta, hogy a **hosszú távú fogyasztói jólét és a hatékonyság növelése** (amely végső soron a versenyképesség fokozásán keresztül a gazdasági növekedést és a foglalkoztatást, vagyis az életszínvonal emelését is segíti), **az eszköze pedig a verseny.**

Ebből a jólét orientáltságból következik, hogy

- a GVH tevékenysége a verseny (a verseny folyamatának) védelmére, nem pedig a versenyben esetleg hátrányt szenvedő piaci szereplők, vagy a jelenlegi, az aktuális piacszerkezet mechanikus megóvására irányul,
- versenypolitikai szempontból alapvetően közömbösek az egyszerű szerződéses viták, vagy az olyan magatartások, amelyek – anélkül, hogy a hosszú távú fogyasztói jólétet érintenék – pusztán a jövedelmek két (vagy több) vállalat, illetve termelési és forgalmazási szint közötti elosztását változtatják meg. Hatásosan versengő ágazatokban a vertikális szintek közötti jövedelemosztzkodási viták nem jeleznek, jelentenek versenyproblémákat, nem igényelnek versenyjogi beavatkozásokat.

A GVH tevékenységének három pillére a versenyjogi rendelkezések hatósági jogkörben való felügyelete, a verseny érdekében való közbejárás az állami szabályozások kialakítása során, illetve a hazai versenykultúra fejlesztése. Külön törvények (kereskedelmi, reklám stb.) egyéb feladatokat is bízta a GVH-ra, amelyekben jellemzően további hatósági hatásköröket kapott, melyekben a rá vonatkozó sajátos eljárási szabályokat kell alkalmaznia. A GVH számára e szabályok nem teszik lehetővé – sem általános jellegű, sem konkrét ügyekkel kapcsolatos – joghatállyal bíró állásfoglalás kiadását, mert az ilyeneket csak a konkrét eljárásokban hozott döntésekben van mód megtenni.¹²

- A GVH-nak versenyfelügyeleti jogkörének gyakorlásakor nincs lehetősége az egyes piacokon tapasztalt versenyképességi problémákból származó hátrányos helyzetek, vagy az állami beavatkozásokból fakadó piactorzítások, állami szervezetek tevékenységéből következő versenysemlegességi gondok kezelésére.
- Az agrárszektorban a versenyjog alkalmazása az általános megközelítéshez képest specialitásokat is magában hordoz. Ennek oka, hogy mind a magyar, mind a közösségi jogban az agrárpolitika területén sajátos közérdekekből fakadó prioritások okán az ágazati szabályozás előnyt élvez az általános versenyjogi megközelítéssel szemben. Ez praktikusán azt eredményezi, hogy a közösségi és a tagállami agrárpolitika, s az azt leképező ágazati szabályozás olyan jellegű versenykorlátozó hatásokkal is járó beavatkozásokat és vállalatközi megállapodásokat szentesít, legalizál, von ki a versenyjog hatálya alól, amelyek más ágazatokban az egyedileg vizsgálendő esetkörbe tartoznak. Ez a kivételes megközelítés azonban nem eredményezi azt, hogy az ágazat teljes immunitást élvezne a versenyjogi rendelkezésekkel szemben, hanem csupán azt, hogy esetről esetre kell a versenyjog alkalmazó hatóságnak azt megvizsgálnia, hogy a tudomására jutott versenykorlátozás az

12 Ugyanilyen jellegű tilalmat ír elő az Alkotmánybíróság 60/1992. (XI. 27.) AB számú határozata is, mely szerint a jogalkotásról szóló 1987. évi XI. törvény garanciális szabályainak mellőzésével hozott minisztériumi és egyéb központi államigazgatási szervektől származó, jogi iránymutatást tartalmazó leiratok, körlevelek, útmutatók, iránymutatások, állásfoglalások és egyéb informális jogértelmezések kiadása alkotmányellenes.

ágazati szabályozás által lefedett kivételi körbe esik, vagy túlterjeszkedik azon, s ezáltal az általános versenyjogi rendelkezések alapján vizsgálható esetkörbe tartozik.

Fentiekre tekintettel a **GVH jelen elemzésében a termékpálya szereplői közötti viszonyokat elsődlegesen versenyjog alkalmazási szempontból értékeli**, s megkísérli bemutatni azt, hogy az ágazati szereplői által érzékelt sérelmes helyzetekben milyen okok és indokok határozzák meg a versenyjog alkalmazási döntéseket.

A téma kapcsolódó jellegére tekintettel **tájékoztatót adunk a kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV. törvény (továbbiakban kereskedelmi törvény, vagy Kertv.) jelentős piaci, vevői erőre vonatkozó szabályai érvényesítése érdekében folytatott eljárásokról is.**

Az érzékelt piaci zavarok azonosításán túl **a hosszú távú, a zavarok negatív hatásainak csillapítására alkalmas – versenypolitikai szempontból is megfelelő – megoldásokra is igyekszik néhány javaslatot tenni mind a termékpálya szereplőinek, mind pedig a szabályozóknak.**

Célunk nem a helyes, a jó, és minden helyzetben alkalmazható megoldások megtalálása, hanem csupán a versenyjognak való megfeleltethetőséget tartjuk szem előtt. Más szóval **általában nem**, vagy csak korlátozott körülmények esetén **ajánljuk a**

- **horizontális**, különösen az ár- és piacfelosztást eredményező **összefogásokat**, mert ezeket a versenyjog szigorúbban üldözi, vagy
- az egyébként is **jelentős piaci részesedésekkel rendelkező vállalatok közötti összefogásokat.**

Ellenben, még ha nem is jelentenek tökéletes megoldást, **ajánlunk azokat az összefogásokat, amelyek választása vélhetően nem lesz versenysértő:**

- a **vertikális megállapodásoknak** kevesebb a veszélye, vagy
- a kisméretű, **kis piaci részesedéssel rendelkező vállalkozások közötti összefogásoknak** is általában több az előnye, mint a hátránya.

Jogalkotási jellegű lépéseket korlátozott körben és tartalommal tartunk megvalósíthatónak:

- a GVH is időszerűnek tartja a **kereskedelmi törvényi vevői erőre vonatkozó rendelkezések hatályosulási tapasztalatainak összegyűjtését és értékelését**, s az ez indokolt korrekciók törvénybe foglalását, ugyanakkor
- **nem tartja indokoltnak a versenyjogi rendelkezések érdemi módosítását** sem az anyagi jogi rendelkezések, sem az eljárási hatáskörök átalakítása tekintetében, sőt **károsnak tartja az agrár szektor versenyjog hatálya alól való kivonására irányuló kísérleteket**; a hatáskör GVH-tól való elvonásának több hátránya lehet, mint előnye különösen a versenyellenes gyakorlatok elburjánzásának veszélyei, hatékonyságot rontó hatásai miatt mind az ágazat vállalatainak versenyképességére, mind a hosszú távú fogyasztói jólétre.
- ugyancsak **nem látja indokoltnak, és nem támogatja az élelmiszer termékpályára külön törvény alkotását**, mert álláspontja szerint a kereskedelmi vevői erő létezése nem élelmiszerszektor specifikus probléma, ebből következően a szabályozás és a felügyelet megosztása nem eredményez hatásosabb jogalkalmazást.

1. A 2008-ban tapasztalt piaci zavarok a GVH versenytörvényen alapuló vizsgálatai és tájékoztatói alapján

A termelők gyenge alkupozíciójából és alacsony jövedelmezőségéből adódóan, évről-évre feltámadnak termékpiacon feszültségek, amelyek politikai csatározások színterévé válnak. 2008-ban az aktuális, a GVH-hoz is eljuttatott panaszok, bejelentések a meggy, a dinnye és az alma, valamint a tej alacsony felvásárlási árait érintették.

A GVH versenyjogi vizsgálatai során a versenytörvény, továbbá az EKSz. 81-82. cikkeinek rendelkezései alapján jár el, továbbá az ezek végrehajtása tárgyában kiadott rendeleteket, iránymutatásokat és bírósági döntéseket is figyelembe veszi. **Az agrárszektor érintő vizsgálatokban** ezen túl – annak eldöntésénél, hogy egy adott magatartás a versenyjog hatálya alá tartozik-e – **figyelembe kell még venni a közösségi és magyar agrárpiacon szabályozásokat** is. (Mindezekről részletes bemutatást találhat az *1-2. sz. mellékletekben.*)

Általános eljárási szabály, hogy a GVH versenyfelügyeleti eljárást akkor indíthat, ha valószínűsíthető a versenyjogi rendelkezések megsértése. Kizárólag magyar jog alapján indul meg az eljárás, ha a valószínűsített jogsértésnek nincsen közösségi dimenziója, ellenben minden más esetben a közösségi jog megsértése is vizsgálat tárgyát képezi.

Ha a panaszok és bejelentések vizsgálata, vagy előzetes tájékoztató alapján nem valószínűsíthető versenyjogsértés, akkor versenyfelügyeleti eljárás megindítására nem kerül sor.

Fontos hangsúlyozni, hogy bármely esetben, amikor egy adott piacot érintő vizsgálati indítvány (panasz vagy bejelentés) érkezik a GVH-hoz, az adott piacot érintő konkrét tájékoztatót kell lefolytatni annak érdekében, hogy a versenytörvény hatálya az adott magatartásra megállapítható legyen, továbbá fel kell tárnai az érintett piacra beszerzési és értékesítési oldalára vonatkozó főbb jellegzetességeket ahhoz, hogy valószínűsíthető legyen a jogsértés. Ennek során a GVH vizsgálóinak be kell azonosítani az érintett termékpiacon, tájékoztatóniuk kell annak struktúrája és működése főbb sajátosságait érintően is, különösen az adott áru jellegzetességeiről, a beszerzési és értékesítési viszonylatokról, a piactalépés és piactalapítás feltételeiről stb. Enélkül ugyanis nem lehet beazonosítani az érintett terméket és az érintett földrajzi piacot.

1.1 Meggy piacot érintő bejelentés vizsgálata

2008-ban a GVH-hoz két bejelentés is érkezett a meggy piacon tapasztalható anomáliák miatt. Az egyiket¹³ a Magyar Gazdakörök és Gazdaszövetkezetek Szövetsége (a továbbiakban: Magosz) tette a Kerecsi Kft., a Mirsa Pest Megyei Hűtőipari Zrt., a Bács Zöldért Zrt., az EKO Kft, a Schenk és Társa Kft., a Szatmári Konzervgyár Kft. valamint a Marján és Társa Kft. ellen. Az érdekképviselő beadványa szerint a hét vállalkozás és más nem nevesített feldolgozók és felvásárlók a Tpv-t megsértve összehangolták 2008. évi meggy felvásárlási árakat, emiatt alakult ki országosan az 50-60 forintos kilónkénti ár. A bejelentő szerint a 2008. évi nyomott felvásárlási árakkal a feldolgozók az előző évi veszteségeiket kompenzálták, 2007-ben ugyanis a meggy felvásárlási ára országosan 200 forint körül alakult kilónként. A Magosz szerint felmerült az a gyanú is, hogy a hazai feldolgozók visszaéltek gazdasági erőfölényükkel.

A másik bejelentésben¹⁴ a bejelentő Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyei Agrárkamara volt. A köztestület szerint a Bégány-Ker Kft., az Ertim Kft., a Karácsony Kft., a Meggy-Kert Zöltség-

13 Ügyszám: B-1140/2008

14 Ügyszám: B-1170/2008

és Gyümölcstermelő Értékesítő Szövetkezet, a TISZA-Ker Bt., a Szamos-Ker Kft., a Szamosvölgyi Bt., a Tisza-Jubileum Kft., a Tranzit-Dió Kft., a Zatul-Frucht Kft., a Zöld Kert-TÉS Szövetkezet, illetve Baráth Erzsébet egyéni vállalkozó és több nem nevesített feldolgozó Szabolcs-Szatmár-Bereg megye területén összehangolták felvásárlási áraikat. A vállalkozások a kamara szerint egymással napi kapcsolatban voltak, az árakat és a feltételrendszert egyeztették egymással, felosztották a piacot, a meggy felvásárlási árát mesterségesen alacsonyan tartották. A megyében a meggy felvásárlási ára 50-60 forint volt kilónként. A bejelentő szerint a felvásárlók a fenti magatartásukkal visszaéltek piaci erőfölényükkel is.

A GVH a helyzet tisztázása érdekében piacelemzést végzett, melynek során megállapította, hogy a hazai meggytermés hozzávetőlegesen 80%-át exportálják. A kivitel kb. 20%-át feldolgozatlanul, a konzervgyárak veszik meg, kb. 70-80% meggybefőtt formájában kerül végső fogyasztásra, esetleg közvetlen fogyasztásra megy exportra. A legnagyobb felvevőpiacot Németország jelenti: ide irányul a kivitel közel 70-80%-a. A legjelentősebb németországi vevők az itthon is ismert – kemény diszkontok körébe tartozó, erősen árversenyző – Aldi és a Lidl kiskereskedelmi láncok, valamint a Schroeder Kg kereskedelmi vállalkozás.

2007-ben a fagykárak miatt kevesebb meggy termett, kb. 46 ezer tonna, így alakult ki a 200-220 Ft/kg-os felvásárlási ár. 2008-ban – a FruitVeb Magyar Zöldség-Gyümölcs Szakmaközi Szervezet és Terméktanácstól (a továbbiakban: FruitVeb) származó adatok szerint – ugyanakkor már kb. 59 ezer tonna meggy termett. Országosan átlagosan 75-80 Ft/kg-os áron lehetett a meggyet feldolgozói telephelyen értékesíteni. A feldolgozók – attól függően, hogy maradt-e az előző évről készletük, illetve milyen mennyiségben – 60-100 Ft/kg-os áron vásároltak. A nem közvetlenül feldolgozónak történő értékesítés esetén azonban – a felvásárló közvetítő szerepe miatt – alacsonyabb, kb. 50-60 Ft/kg-os felvásárlási ár alakult ki. A közvetlen étkezési célra értékesített meggy felvásárlási ára ugyanakkor magasabb volt: 120-150 Ft/kg között alakult. A lé- és velőfeldolgozáshoz felhasznált cigánymeggy felvásárlási ára is kedvezőbb volt, kb. 90 Ft/kg.

A meggy árának ingadozása a korábbi években

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Magyarországi meggytermelés (ezer tonna)	46	47	51,7	61,2	47,6	57,7	46,4	59
Kompótmeggy felvásárlási ára feldolgozói üzemi telephelyen (Ft/kg)	117	96	200	77	127	119	219	80

A GVH a fentiekben túl megvizsgálta, hogy milyen árakon vásárolták 2008-ban a meggyet a termelők szerint egymással kartellező vállalkozások. **A Magosz által bejelentett társaságok felvásárlási árai a következőképpen alakultak:**

Vállalkozás neve	Felvásárlási ár (-tól-ig), Ft/kg
EKO Kft.	84
Mirsa Pest Megyei Hűtőipari Zrt.	84-108
Schenk és Társa Kft.	60-80
Szatmári Konzervgyár Kft.	85-105
Bács-Zöldért Zrt.	50-100
Kerezsi Kft.	50-60

A szabolcsi agrárkamara által bepanaszolt vállalkozások felvásárlási árai a következőképpen alakultak:

Vállalkozás neve	Felvásárlási ár (-tól-ig), Ft/kg
Baráth Erzsébet egyéni váll.	50-70
Bégány-Ker Kft.	50-60
Karácsony Kft.	50-120
Meggy-Kert TЭСz	36-168
Stisza-Ker Bt.	50-89
Szamos-Ker Kft.	50-70
Szamosvölgyi Bt.	35-120
Tisza-Jubileum Kft.	50-65
Tranzit-Dió Kft.	35-96
Zatol-Frucht Kft.	50-70
Zöld Kert-TЭСz Szövetkezet	50-70

Konkrét áregyeztetésről ugyanakkor egyik bejelentőnek sem volt tudomása, erre utaló körülmény a bejelentés vizsgálata során sem került feltárásra. Az adatokból viszont kiderült, hogy a felvásárlók árai jelentős szóródást mutattak és jellemzően napi szinten változtak. Az árszint 2008. évi csökkenése így nem a felvásárlók egymás közötti megállapodásának, sokkal inkább az alábbi piaci folyamatoknak volt köszönhető:

- A 2008. évi termés a korábbi évek termésmennyiségét figyelembe véve átlagosnak volt tekinthető, mégis túlkínálati piac alakult ki az új ültetvények termőre fordulása miatt.
- A FruitVeb szakmai szervezettől származó információ szerint a vevők (egyes exportőrök, hazai feldolgozók) a felvásárlási szezon tényleges kezdete előtt, virágszámlálás alapján a ténylegesnél magasabb termésmennyiséget becsülve árazták be a magyar piacot.
- Piaci gyakorlat, hogy a feldolgozók és a vevők közötti tárgyalások a késztermék átadási áráról jellemzően májusban-júniusban, a meggy felvásárlási szezon kezdete előtt zajlanak. Az így kialakult ár nyilvánvalóan kihat a meggy felvásárlási árára is. Mivel a vevők általában több feldolgozótól vásárolnak, ezért országosan hasonló felvásárlási árszint jöhet létre, bármiféle áregyeztetés nélkül.
- A rendelkezésre álló adatok alapján 2007-ben a német kereslet – valószínűsíthetően a magasabb árszint miatt is – visszaesett a meggybefőtt iránt. A FruitVeb információja alapján az Aldi és a Lidl német kiskereskedelmi láncok 2008-ban kb. 0,5 euro adtak egy üveg meggybefőttért. Ezt támasztották alá a feldolgozóktól származó adatok is, amelyek szerint a 2007 évi átadási árhoz képest alacsonyabb áron volt értékesíthető a feldolgozott meggy. A FruitVeb szakmai szervezet véleménye szerint 0,5 euro körüli késztermék árból csak alacsony, kb. 80 Ft/kg-os felvásárlási ár következhet.
- Felmerült, hogy a 2007. évi, magasabb árú alapanyagból, nagyobb önköltséggel készült késztermékből nagyobb készletek maradtak vissza, így tulajdonképpen az vezetett az alacsonyabb felvásárlási árakhoz, hogy a feldolgozók így akarják kompenzálni veszteségeiket. A kereskedelmi vállalkozásoknál lévő készletekről, azok mennyiségéről nem állt adat rendelkezésre. Becslések szerint azonban a magyarországi feldolgozóknál kb. 20-25 millió eladatlan üveg meggybefőtt lehetett, ami a 2007-ben legyártott mennyiség közel fele. A GVH által beszerzett adatok szerint is több feldolgozó

rendelkezett eladatlan készletekkel, melyek szintén hozzájárulhattak a kereslet visszaeséséhez, a 2008 évi alacsonyabb felvásárlási árhoz.

- Mivel az eladatlan magyar készletek ténye a rendelkezésre álló információk szerint a németországi vevők előtt is ismert volt, ez szintén kihathatott a 2008. évi késztermékre vonatkozó vételár kalkulációjukra, illetve ajánlatukra.
- Az alacsony felvásárlási árhoz a forint árfolyamváltozása is hozzájárult: a feldolgozó-vevő közötti szerződéseket általában május-júniusban kötötték meg, a forint pedig a közben eltelt időszakban erősödött. Ez szintén néhány százalék árcsökkenést eredményezhetett.
- A felvásárlási ár 2008. évi szintje alapvetően a késztermék árak csökkenésére volt visszavezethető, ami szükségszerűen befolyásolta az alapanyag felvásárlási árát.
- Ezen túlmenően – mint általában a mezőgazdasági termékek felvásárlásánál – a meggy felvásárlásánál is érvényesült a transzparencia: az árak a felvásárlási telephelyeken kifüggesztésre kerültek, valamint a felvásárlók, feldolgozók a termelőktől is értesültek egymás árairól. Ráadásul a 2008. évi felvásárlási árakkal, azok alakulásával a média is foglalkozott a felvásárlási szezonban. Mindezek pedig szintén hozzájárultak ahhoz, hogy országosan közel hasonló árszint alakuljon ki.

Ezek alapján megállapítható volt, hogy sokkal inkább a piaci folyamatok és nem a feldolgozók vagy a felvásárlók esetleges – nem igazolt – megállapodása okozhatta a nyomott felvásárlási árakat a meggy piacon.

Mindkét bejelentésben szerepelt ugyanakkor, hogy a beszállítók gyanúja szerint a felvásárlók visszaélnék piaci erőfölényükkel, így a GVH ezt a kérdést is megvizsgálta. A Magosz szerint a feldolgozók, míg a szabolcsi agrárkamara szerint a felvásárlók voltak erőfölényes helyzetben. A GVH vizsgálata feltárta, hogy mind a feldolgozói, mind a felvásárlói oldal sokszereplős, így a bejelentett vállalkozások nem lehettek erőfölényes helyzetben, így értelemszerűen vissza sem tudtak élni erőfölényes helyzetükkel. A Magosz bejelentésében 4 feldolgozó szerepel, de a GVH adatai szerint ennél jóval többen foglalkoznak meggy feldolgozással, sőt a hazai termés 20-25%-át külföldi feldolgozók veszik meg. Az agrárkamra szerint 12 felvásárló cég uralja a szabolcsi piacot, ám a térségben 300-400 felvásárló tevékenykedhet, sőt a termelők a felvásárlók kikerülésével közvetlenül is szállíthatnak a feldolgozó üzemeknek.

Mivel a fenti adatokból egyértelmű, hogy a versenyfelügyeleti eljárás megindításának feltételei nem voltak megállapíthatóak, ezért a GVH mindkét bejelentést elutasította.

1.2 Görögdinnye piacot érintő panasz

A panasz¹⁵ szerint az Auchan Magyarország Kft. 49 Ft-os dinnyeakciója negatívan befolyásolta a görögdinnye piaci árának alakulását. A panaszos szerint az Auchan Magyarország Kft. gazdasági erőfölénnyel való visszaélést követett el, azaz a versenytársak kiszorítására alkalmas felfaló árat¹⁶ alkalmazott. Arra is utalt, hogy az áruházláncok képesek a piaci versenyt torzítani akár gazdasági tevékenységük összehangolásával is.

Egy ilyen panasz esetén elsődlegesen tájékozódni kell a lehetséges piac-meghatározást illetően. Még ha le is szűkítjük az érintett, releváns termékpiacot a panasz tárgyát képező termékre (görögdinnye), illetve annak kiskereskedelmére, és figyelmen kívül hagyjuk annak lehetséges helyettesítő termékeit (más dinnyeféléket és az egyéb, elsősorban idényjellegű gyümölcsöket), úgy rövid tájékozódással is arra az eredményre juthatunk, hogy a bepanaszolt vállalkozás, jelen esetben az Auchan Magyarország Kft. esetén sem beszerzési, sem értékesítési viszonylatban nem valószínűsíthető a gazdasági erőfölény fennállása.

Ennek okai röviden összefoglalva a közismert tények alapján:

- A magyar dinnyetermesztés piacán a koncentráció foka alacsony, a termelői üzemméret kicsi, egyúttal azonban számos értékesítési csatornán jut el a fogyasztókhoz a gyakorlatilag feldolgozatlan, illetve különösebb előkezelést nem igénylő termék.
- a bepanaszolt társaságon túl a hiper- és szupermarket kiskereskedelmi szegmensben működő más társaságok is jelentős friss gyümölcs, ezen belül dinnye forgalmat bonyolítanak, versenyben állva a bepanaszolt vállalkozással,
- a szezonban maguk a termelők is forgalmazzák a terméket,
- számottevő mennyiséget adnak el az ilyen idényjellegű gyümölcsökből a piacokon, más helyszíneken szezon jelleggel működő elárúsító standokon,
- a forgalmazásban a fogyasztói lakóhely közeli zöldség-gyümölcs szak-kiskereskedelmi boltoknak is jelentős szerepük volt,
- a magyar termelők exportálják is görögdinnyét (az export részaránya a 60%-ot is meghaladja),
- nem volt olyan tény, vagy adat, ami alapján valószínűsíthető lett volna, hogy az Auchan 6-7%-os napi fogyasztási cikk kiskereskedelmi piaci részesedésétől olyan mértékben eltérő pozíciót élvezne a dinnye kiskereskedelem területén, ami alapján e termék végső fogyasztóhoz való eljuttatása során piaci dominanciája valószínűsíthető lenne,
- a piac versenyző állapotát bizonyítja, hogy az egyik vagy másik vállalkozás által indított reklámozási célú akciókra válaszul a másik, vagy a többi hasonló helyzetű kereskedelmi vállalat is kénytelen volt árcsökkentéssel, vagy más, hatásosnak vélt reklámozási, értékesítés ösztönzési akcióval reagálni, hogy ne csökkenjen a hálózatot felkereső vásárlók száma.

15 Ügyszám: P-1187/2008.

16 Az alacsony árak alkalmazása mindaddig inkább versenyt erősítő, semmint versenyt korlátozó hatású, amíg a vállalkozás nincs erőfölényben, illetve az alacsony árak alkalmazása miatt nem kerülhet erőfölénybe (felfaló árazás). A felfaló árazás megállapításához három előfeltétel szükséges: 1. az alkalmazott ár nyilvánvalóan költség alatti legyen, 2. a vállalkozásnak jelentős gazdasági potenciállal kell rendelkeznie ahhoz, hogy a költség alatti árazásból származó veszteséget tartósan elviselje, 3. a piacra való újrabelépésnek nehéznek kell lennie, ellenkező esetben a vállalkozás nem tudja majd visszanyerni a felfaló árak alkalmazása során keletkező veszteségeit.

A panaszos által sérelmezett, gazdasági versenyt korlátozó megállapodás meglétét ugyanakkor az zárta ki, hogy a földrajzilag közel lévő üzletek esetén a versenytárs árcsökkenésekor a másodikként, követőként árat csökkentő vállalkozás magatartása gazdaságilag ésszerű reakciónak volt tekinthető. Az ilyen viselkedés nem a verseny hiányának, megszűnésének a jele, hanem éppen ellenkezőleg, az árverseny erősödésére, a saját termék eladhatósága érdekében, a vevőkör megtartása céljából adott ésszerű kereskedői válasz. E nélkül – amennyiben a versenytárs alacsonyabb áaira nem reagálna – azt kockáztatná egy vállalkozás, hogy a beszerzett, leszerződött árukat nem tudja értékesíteni. Különösen igaz ez mindazoknál a termékeknél, ahol a termékek közötti helyettesítés nyilvánvalóan fennáll. Helyettesítési viszony jellemzi a különféle fajtájú dinnyéket. Ilyen esetben, ha a panaszos nem nyújt közvetlen bizonyítékot a bepanaszolt és a versenytársai közötti összebeszélésre, közvetett bizonyítéknak nem tekinthető egy ésszerű, a versenytársi viselkedésre adott válaszlépésből következő hasonló kimenet (mindenütt lecsökkenő ár).

Az ilyen jellegzetességeket mutató piacokon a hasonló tartalmú panaszok esetén a GVH-nak jellemzően nincsen oka és lehetősége versenyfelülgyleti eljárást indítani.

Jelen esetben azért volt külön meglepő a panaszt tevő érdekvédelmi szervezet ilyen fellépése, mert néhány évvel korábban már – szinte ehhez teljesen hasonló piaci helyzetben – csaknem azonos tartalmú panaszt benyújtottak a GVH-hoz, ami akkor is elutasításra került. Így – tekintettel arra, hogy a dinnye kiskereskedelem szerkezetében drasztikus átrendeződés nem következett be – maguk is tudhatták, hogy a GVH-nál a kereskedelemben zajló erős árverseny jeleit mutató helyzetben versenyhatósági beavatkozásra nincsen lehetőség. Kivéve természetesen azt az esetet, ha közvetlen bizonyíték lenne a kereskedelmi vállalatok közötti áregyeztetésekre, vagy legalább olyan szintű „bizonyíték”, ami valószínűsíti a tiltott magatartás összehangolást. Ilyen esetben már bírói engedélyt kaphat a GVH a rajtaütésre, s ennek során találhat közvetlen bizonyítékokat.

Megjegyzendő még, hogy a kiskereskedelmi láncok az ilyen marketing akciókra – részben a GVH fogyasztóvédelmi tárgyú eljárásai miatt is, amelyek a becsalógató reklámok mögötti hiányos árufedezetek miatt vissza-visszatérően büntetik a kereskedelmi láncokat – jellemzően hetekkel előbb megkezdik a felkészülést, s megkötik azokat a beszállítói külön akciós szerződéseket, amelyek garantálhatják a megfelelő árualapokat a hirdetési újságokban jelzett időintervallumokban és helyszíneken. A 2008-as szezonban is a korábbi évekhez hasonlóan, vélelmezhetően a szokásos nyári dinnyeérési szezon felfutó szakaszára időzítve tervezték meg az áruházi akciót. Az időjárási körülmények – elhúzódó hűvösebb idő – következtében azonban mintegy két héttel később köszöntött be a dinnyeszezon a szokásosnál, így az akció időzítése helytelennek bizonyult, mert emiatt a dinnyeszezon tényleges kezdetére esett.

Ez több ok miatt is nagyon érzékenyen érintette a termelőket:

- Az időjárás az átlagosnál tartósan hűvösebb volt, így késett a termés beérése, s egyes régiókban¹⁷ a termés is kevesebb volt, s nagy eltérések voltak az egyes területek között (kínálati oldal), de a nyár közepének, második felének időjárását sem jellemezte olyan tartós meleg idő, amely a fogyasztói igényekre serkentőleg hatott volna (keresleti oldal).
- 2008-ban már a szezon kezdetén külön problémát okozott az ágazatnak, hogy néhány termelő – a későbbi érés következtében – még éretlen, nem jó minőségű termékével idő előtt megjelent a fő felvevő exportpiacokon (Németország, Lengyelország, Baltikum

17 Nagyon nagy hozamkülönbségek jellemezték az ágazatot. A szokásos kínálat felét adó Békés megyében például kicsi volt a kínálat a rossz termés miatt.

stb). Ez – a rossz minőség miatt – egyrészt csökkentette az export átvételi árakat¹⁸, másrészt elriasztotta az ottani kereskedőket a magyar dinnye későbbi átvételétől is, kilistázták egyes magyar dinnye beszállítókat, s így az exportból kieső mennyiség is némileg megemelhette a kínálatot a magyar piacon.¹⁹

- Az áruházi akció miatt túlságosan gyorsan következhetett volna be a fogyasztói árak esése a nagy forgalmú hipermarketek szegmensén túl is, hamis árjelzést adva az exportpiacoknak is. Bár ez végül nem következett be, s összességében a – különösen a lakóhelyközeli árusítóhelyi – fogyasztói árak szintje sem esett gyorsan és lényegesen az akciózási hírek hatására, a felvásárlási árakat negatívan érintő hatás, de főleg annak veszélye erősebb volt.

Magyarországon 2008-ban hozzávetőleg 2500 termelő termesztett dinnyét összesen mintegy hétezer hektáron²⁰. Zömében erre az egy termékre specializálódott családi kisgazdaságok jellemzik az ágazatot, az átlagos birtoknagyság nem éri el a három hektárt. A 2008-as év a termés mennyisége alapján erősen közepes évnek számított, bár a termésmennyiség erősen, 20-80 tonna között ingadozott: az egyes termőtájak között nagy eltérések voltak a lokális időjárási eltérésekre visszavezethetően. A hazai termelés döntő hányada hat termőtájra, a békési (az összes termelés 50-55 százaléka), a szabolcsi, a heves-jászsági, a tolnai és az ormánsági körzetre koncentrálódik. A legnagyobb termőtáját, a hazai termés több mint felét adó Békés megyét az átlagosnál alacsonyabb termésátlag jellemezte.

A dinnye számos kereskedelmi csatornán keresztül (export²¹, kereskedelmi láncok, nagybani piac, szakkereskedelem, állandó vagy időszakos piacok, közvetlen értékesítés) jut el a fogyasztóhoz, amelyen belül a hazai eladásoknál magasra becsült (30-40%) a számla nélküli, fekete kereskedelem aránya. A 8-10 kereskedelmi láncokon keresztül történő értékesítés aránya – hasonlóan más zöldség-, gyümölcs ágazatokhoz – egyre növekvő, már elérheti a hazai értékesítés akár felét is, bár ez több vállalatcsoport között oszlik meg. Döntően a külföldi és hazai kereskedelmi láncoknak való beszállításban töltenek be szerepet a termelők közös közvetítő szervezetei, a TЭСz-ek (becslések szerint mintegy 30%-os arányban).

A forgalmazási lánc különböző szintjeit összevetve ezen a piacon is aszimmetrikusak a koncentrációs mutatók, a termelési szint erősen versenyző, míg a közvetítő, illetve kiskereskedelem szintje lényegesen koncentráltabb (több szereplős, erős versenyző szegéllyel), de erőfölényes, domináns piaci helyzet egyetlen szintet sem jellemez. Ebből nyilvánvalóan tárgyalási erőkülönbségek adódnak a szintek között oly módon, hogy a kereskedelem érdekérvényesítő ereje nagyobb, jobban ki tudja használni a termelési szint erősebben versenyző jellegét.

A dinnye a nyári szezonban ezen túl vevő csalogató marketingterméke a kiskereskedelmi láncoknak. Ebből visszatérő konfliktusok támadnak minden olyan esetben, amikor a kiskereskedelemben szokásos kétheti akciók időzítése túlságosan a dinnyeszezon kezdetére esik, s drasztikus árcsúszás következik be napok alatt a piacon, mert ezek demonstrációs hatása rövid idő alatt túlterjed az adott lánc hatókörén, végiggyűrűző hatást fejtve ki az egész piacon. A tovagyűrűző hatás horizontálisan szokásosan leginkább árban versenyző kiskereskedelmi szegmenseket (a hiper- és hard diszkont láncokat) érinti, s kevésbé a

18 Ebben az időszakban egyes híradások szerint három nap alatt 15 forintot esett a dinnye átvételi ára a német és balti piacokon.

19 Még ha az ilyen hírek mögött ténylegesen kisebb mennyiségeket érintő problémák is vannak, az általánosítások hamis – mennyiségeket és árakat érintő – várakozásokat okozhatnak az egész piacon.

20 Csernák László: Nepperek kezében a dinnyepiac harmada (<http://index.hu/gazdasag/magyar/din080714/>)

21 Átlagos évben akár a termés 2/3-a is az EU piacaira kerülhet.

lakóhely közeli árusító helyeket, piacokat. Vertikálisan – révén, hogy a friss zöldség-, és gyümölcsértékesítésben a láncok aránya egyre nagyobb, egyes becslések szerint összességében már 60%-ot is meghaladhatja – a kiskereskedelem e szegmenséből kiinduló árhatás jóval nagyobb árcsökkenést okoz a termelői árak szintjén.

Az ilyen homogén termékek piacain a kereslet kínálat egyensúlyba hozása jellemzően az árakon keresztül valósul meg. Minden olyan hír, vagy esemény, amely túlzó, vagy hamis jelzéseket ad a piacnak akár a kínálat mennyiségét, akár egy-egy vertikális szint versenyét befolyásoló egyéb tényezőket érintően, az több irányú hatást vált ki: befolyást gyakorol az árvárakozásokra, s kihat a napi kínálat, kereslet mennyiségére. Az ilyen – nagy egyedi tömegű termékeknél – a fogyasztói döntésekre, különösen egyes vásárlói rétegeknél erős befolyást gyakorol az ár. Így annak alakulása bizonyosan erősen hat a kereslet mennyiségére. A fogyasztói árak gyors lemorzsolódása nyilvánvalóan bekövetkezik akkor is, amikor a szezon felfutásával hirtelen nagy tömegű áru jelenik meg a piacon.

A 2008 évi hipermarket akció kiváltotta hirtelen áresés azokat a termelőket érintette különösen hátrányosan, akik alacsony termésátlagot értek el. Mivel a megelőző 2007-es termés – az időjárási viszonyok miatt – még rosszabb volt, a termelői tartalékok alacsony szintűek voltak. Így a piaci problémákra való érzékenység fokozottan erős volt azokban a régiókban, s azoknál a családi vállalkozásoknál, amelyek bevétele döntően e termék értékesítéséből származik.

Összességében megállapítható, hogy az akut piaci problémák kialakulásának elsődleges okai időjárási természetűek voltak, de közrejátszottak benne a termék marketingtermék jellege, illetve ezzel összefüggően az utóbbi tévesnek bizonyult marketingakció időzítési döntések is. További tény, hogy a termelők jelentős része területileg koncentráltan helyezkedik el, ráadásul specializálódott e termék termesztésére, így a piaci ingadozások kockázatainak való kitettségük földrajzilag is koncentráltódó társadalmi problémák forrása.

A piaci probléma eskalálásában a szervezett demonstrációk is közrejátszottak. A mind rendészeti, mind versenyjogi szempontból megkérdőjelezhető, rövid távú célokat szolgáló, ám tartós megoldásokat nem adó akciózás (bojkottszerzés, útlezárások) alkalmas arra, hogy a valós megoldások keresése helyett előbb az indulatok szítsa, majd azokat pírussal győzelmekkel levezesse.²²

Az eleve értékesítési gondokkal küzdő, s jellemzően a néhány hétig tartó szezonokban kumulálódó – bizonyos években előforduló – túlkínálati problémákkal, egyéb piaci zavarok gyors levezetésével bajlódó ágazatokban az értékesítés, a szerződészerű termék kiszállítás akadályozása hozzájárulhat a nehezen megszerzett – tartós kapcsolatokon alapuló – beszállítói pozíciók elvesztéséhez az exportpiacokon is. Az ilyen szűkös helyzetekben, a gyorsan beüzemeltethető alternatív értékesítési csatornák lehetőségei nélkül a meglévők elvesztése hosszabb távon nagyobb károkat okoz a termelőknek, mind a tetszetősnek tűnő, ámde tartós hasznot kevésbé hozó kérészetű demonstrációk²³.

A versenyjogi eszközök alkalmatlanok az ilyen jellegű piaci problémák kezelésére, megoldására, sőt jogszerűen alkalmazva azokat éppen a termelők által szervezett

22 Az Auchan 49 forintos akciója a gazdák demonstrációja miatt végül nem tartott sokáig, a cég "visszaigazította" az árait a felvásárlási árhoz. A Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatal (MGSZH) emellett 26 millió forintra büntette a céget az agrár rendtartási törvény beszerzési ár alatti eladást tiltó rendelkezésének megsértése miatt.

23 Az Auchan 49 Ft-os akciós árai elleni demonstrációk (dinnyeborogatás július 12-én és 15-én) lezajlása után néhány nappal már érdemi figyelem nélkül zajlott le Penny Market július 29-ig tartó, már főszezonra eső 48 Ft-os akciója.

versenykorlátozó magatartás összehangolások (bojkott, minimál ár kikényszerítési kísérletek) megakadályozására, szankcionálására lehetne és kellene a versenyjogi eszközöket alkalmazni.

1.3 A léalma krízis összefoglalása

2008-ban a szezon kezdeti alacsony induló felvásárlási árak miatt a léalma felvásárlásával kapcsolatos gondok útblokád formájában jelentek meg.

A magyar almatermesztés²⁴ elaprózott birtokszerkezetű, ellenben területileg erősen koncentrált – Észak-Kelet Magyarországon található az almaültetvények mintegy kétharmada. A fajtaszerkezet elavultnak tekinthető (csaknem kétharmad a jonathan aránya), az ültetvények átlagéletkora magas, csaknem fele (közel 20 ezer hektár) kivágásra érett, a termés hozamok ingadozóak, a minőség gyakran gyenge, néha még léalmának is alig felel meg.

A hazai almatermésnek mindössze mintegy 25%-a étkezési alma, az össztermés háromnegyede léalmaként kerül feldolgozásra²⁵. A léalma feldolgozás piacán, a legnagyobb cég, az Agrana-Juice, a feldolgozó kapacitások mintegy felét (Vásárosnamény, Anáracs), a második legnagyobb, a Rauch Hungária mintegy 20%-át (Nyírmada) birtokolja. A fennmaradó 20-25%-on több kisebb szereplő (Első Szatmári Almafeldolgozó és Kereskedelmi Kft. (ESZAT - Mátészalka), SIÓ-ECKES Kft. (Balatonszéplak), Brix Kft. (Baja), Eurojuice Kft. (Nyírtura)) osztozkodik.

Az ipari célú feldolgozás legjelentősebb végterméke az alma sűrítmény, melynek piaca – a könnyebb szállíthatóság miatt – földrajzilag már kiterjedtebb, amit jelez, hogy nagy része exportra kerül, továbbá, hogy erős a félelem a kínai alma sűrítmény növekvő mennyiségű európai importja miatt. Az alma sűrítmény európai piacát a túlkínálat jellemzi, az árak – bár a termés ingadozással összefüggésben hullámzóan – csökkenő tendenciát mutatnak. Az alma sűrítmenyből előállított meghatározó végtermék, az almalé árai is hullámzóak, s vélelmezhetően érdemi hatást gyakorolnak Európa szerte a léalma felvásárlási árak alakulására.

Az ipari alma felvásárlásának alakulása 2004-2007.

év	mennyiség (etonna)	felvásárlási ár (Ft/kg)
2004	232	10,8
2005	117	22,9
2006	181	24,7
2007	46	47,6

Forrás: KSH

A 2007. évi fagykárokkal összefüggő (a magyar piacon mintegy 60%-kal) alacsonyabb kínálat az árak emelkedésével járt, azonban a 2008-as jobb, az átlagos szintet elérő 400-550 ezer tonna között ingadozó termésvárakozások az árak visszaesését hozták. 2007-ben a szerződéses kötelezettségeik teljesítése érdekében a feldolgozók – drágább – importra (román,

24 Ld. részletesen Apáti Ferenc: A jó színvonalú magyar és német almatermesztés összehasonlító gazdasági elemzése, DE doktori értekezés, 2007., valamint FVM Agrárpiaaci Főosztály összeállítása, hivatkozási szám: ASZO-682/2008; letöltve: <http://www.gazdakorok.hu/documents/alma%20h%E1tt%E9ranyag%202008%2008%2013.pdf>

25 Más, jelentős almatermelő országokban lényegesen magasabb arányú a jobb minőségű étkezési alma. Magyarországon az ültetvények mint egy 10 %-a, 3-4 ezer hektár alkalmas olyan minőségi alma termesztésére, ahol az étkezési alma aránya eléri a 80 %-ot.

szerb, horvát, ukrán, macedón) is szorultak, amiből egyes kisebb cégeknek veszteségeik keletkeztek. Ugyancsak jelentős veszteséget szenvedtek el 2007-ben a termelők a fagykárak miatt.

Így aztán a 2008 évi termésből mindkét oldal kompenzációt remélt. E jelentős érdekellentétek megjelentek a nyilvánosság előtt is: a termelők szerint kitermelés költségei csak a kilónként 30 forint mellett térülnének meg, a feldolgozók ennek alig a felét, 15-20 forintos árat tartottak elfogadhatónak²⁶. Az árviták augusztus végén útlezárásokhoz vezettek.

Az almatermelőket képviselő gazdaszervezetek felvették a kapcsolatot a lengyel gazdaszervezetekkel is, mert olyan információkhoz jutottak, hogy az Agrana Csoport magyar és lengyel érdekeltségei egymás ellen akarják kijátszani a két ország termelőit: a magyaroknak a lengyeleknél elfogadott alacsonyabb árakra, s az abból származó árnyomásra hivatkoztak és viszont. 2008. augusztus 28-án a két ország termelői szervezetei ezért megállapodtak, hogy együttműködnek egymással az ilyen kijátszási kísérletek ellen, továbbá különböző fórumokon közösen lépnek fel, illetve kölcsönösen informálják egymás a fejleményekről.

A megállapodás versenyjogi szempontból legérzékenyebb pontja az volt, amelyben megegyeztek, hogy az ipari alma szezonindító árát 12 euro centben határozzák meg. Amikor azonban a GVH a megállapodásról tudomást szerzett, már további események is történtek, amelyek alapján nyilvánvalóvá vált, hogy ezen céljukat nem tudják megvalósítani a szövetségek: a közös nyilatkozat önmagában nem volt alkalmas a kétségtelenül árversenykorlátozó célzat megvalósítására.

Az FVM közvetítésével tárgyalások indultak ugyanis a felek között, ami szeptember 4-én a MAGOSZ és az FVM közötti megállapodással zárult, melyben szentesítették, hogy az Agrana Csoport szeptember 8-tól megkezdí a felvásárlást nettó 9 eurocentes (akkori árfolyamon 21,5 Ft-os) áron. Az FVM kötelezettséget vállalt arra, hogy az előző évi fagykárak kompenzálására támogatást fog nyújtani a gazdáknak. A termelők vállalták, hogy a blokádot felszámolják.

A kisebb felvásárlók nem csatlakoztak a megállapodáshoz, sőt azzal fenyegettek, hogy a megállapodást aláíró legnagyobb felhasználó, az Agrana-Juice ellen versenyfelügyeleti eljárást kezdeményeznek, kizorító árazás miatt (szerintük 6 cent lett volna a reális felvásárlási ár). Ténylegesen végül nem fordult senki panasszal, vagy bejelentéssel a GVH-hoz, így a folyamatos tájékozódáson túl külön vizsgálatra nem került sor. A 9 eurocentes ár hamar lemorzsolódott, először 7 centre²⁷, majd 6,5-re csökkentette az átvételi árakat az Agrana, s októberben már 3 centes ákról is voltak hírek, bár más híradások szerint ez a vállalat 50 ezer tonnával nagyobb mennyiséget vásárolt végül fel a tervezettnél. Ezek az árak beleillettek az európai ármozgások trendjébe.

További tervek is születtek az étkezési célra is alkalmas alma nagyobb tételben történő szervezett értékesítésére, amellyel kapcsolatosan a kereskedelmi szervezetek a GVH-tól arról kértek állásfoglalást, hogy egy esetleges – az FVM által kért – almaértékesítési akcióban a nagy üzletláncok milyen módon vehetnek részt úgy, hogy az ne sértse a versenytörvényt. A tervezett akcióra október végén, november elején került volna sor mintegy három hetes

26 Ekkor európai szinten az almasűrítvény készletek még jelentősek voltak, és az áruk is jelentősen csökkent 2008 márciusa után, miközben a fogyasztás érezhetően visszaesett. Az olcsó brazil narancslé szorította ki még a kínai almasűrítvényt is a piacról, így a kínaiakat érintő vádak megalapozatlanok voltak. A kínai gyártók kibocsátási kvótákkal csökkentették az európai piacra nehezedő nyomást.

27 Míg sűrítvény árak augusztusban még 1-1,2 euro/kg voltak, addig később október közepére már 0,7 euro/kg körül mozogtak Európában is, ami nyomást jelentett az ipari alma átvételi áaira is.

időtartamban, s csupán II. osztályú almát terveztek ezzel eljuttatni a fogyasztókhoz. 8-10 TÉSz vett volna részt az akcióban, nagy kiszerelesben (15 kg) árusítottak volna úgy, hogy 35-40 Ft-os felvásárlási árat szerettek volna elérni, míg a fogyasztói árszintet 70 Ft körül tervezték (1000 Ft lehetett volna egy vödör alma²⁸), s mintegy 30-50 ezer tonnát szerettek volna ilyen módon levezetni a piacról az FVM központi marketing támogatása mellett.

A GVH-ra vonatkozó eljárási szabályok nem teszik lehetővé – sem általános jellegű, sem konkrét ügyekkel kapcsolatos – joghatállyal bíró állásfoglalás, vélemény, vagy tájékoztatás kiadását, sőt egy 1992-es alkotmánybíróági döntés²⁹ szerint ezek kiadása alkotmányellenes, ezért a GVH általában elzárkózik a konkrét kérdések megválaszolásától, de az adott helyzetben tájékoztatást adott az állásfoglalást kérő szervezetnek arról, hogy milyen tények mérlegelését célszerű elvégeznie a döntés meghozatala előtt a kereskedelmi vállalatoknak.

1. keretes: A GVH által 2008. szeptember 9-én kiadott tájékoztatás a közösségi marketinggel támogatni tervezett alma értékesítési akció kapcsán

A különböző forrásokból a GVH rendelkezésére álló információk alapján az FVM célja a jó almatermésből várható kínálati többlet, illetve az ipari célú felhasználás alacsony felvásárlási áraiból keletkező piaci feszültségek levezetéseként egy fogyasztói értékesítés-ösztönzési akció keretében a szokásos étkezési alma fogyasztói kereslet élénkítése volt. Ezt olyan módon kívánták segíteni, hogy az akcióban résztvevők számára az FVM – az agrár rendtartási szabályozás keretei között – vállalta volna az értékesítő helyekre vonatkozó reklámozást, melynek során az almafogyasztás egészségességét, a hazai termelők segítségét hangsúlyozták volna a kedvező fogyasztói árak mellett. Az akció során a szokásos fogyasztói minőség helyett, némileg alacsonyabb minőségű – II. osztályú – termékek kerültek volna átmenetileg felkínálásra. Az elképzelés szerint a részvétel önkéntes, de a közös hirdethetőség érdekében bizonyos feltételeknek meg kellett volna felelni: ismerni kellett az akcióban részt vevő értékesítési helyszíneket, csomagolási egységeket, és információt kellett volna adni a fogyasztók felé az árakról is. Gondoskodni kellett volna arról is, hogy a várható kereslet árualapjai a megfelelő helyszíneken és mennyiségben rendelkezésre álljanak, így bizonyos koordinációra a résztvevők (termelői-értékesítési szervezetek, kiskereskedők) között óhatatlanul szükség lett volna.

A GVH a kiadott tájékoztatásban hangsúlyozta, hogy bár a versenytörvény tiltja a vállalkozások közötti versenykorlátozó megállapodásokat, mégis számos esetben megállapítható, hogy a vállalatok közötti koordináció nem meríti ki a tiltott versenykorlátozó megállapodás fogalmát, vagy egy konkrét megállapodás mentességet élvez a versenykorlátozás tilalma alól, mert a megállapodás a törvényben, illetve egyéb jogi normában lefektetett feltételeknek megfelel. Ez azt jelenti, hogy az egyes megállapodásokat – megfelelő eljárás keretében – egyenként, és konkrétan szükséges megvizsgálni ahhoz, hogy megállapítható legyen, hogy azok egyáltalán versenykorlátozó megállapodásnak minősíthetőek-e, vagy az általános tilalom alapján tiltottak, esetleg fennállnak a mentesülés, illetőleg mentesítés feltételei. A Tptv. rendelkezései alapján előzetes mentesítésre, „nemleges megállapításra” nincsen lehetőség, s egy esetleges versenykorlátozó megállapodás esetén megállapodásban résztvevő vállalkozásokat terheli annak bizonyítása, hogy a megállapodásuk mentesül a tilalom alól, vagy nem is esik tilalom alá.³⁰

A versenyjog általánosságban szigorúan fellép a **versenytársak közötti, horizontális árrögzítés és a piacfelosztás** ellen azzal is, hogy a bagatell kivételi szabály hatálya ezekre a megállapodásokra nem terjed ki. Ez azonban önmagában nem jelenti azt, hogy bizonyos – akár a végső fogyasztói árak mértékére is kiható – ármegállapodások esetén azoknak a Tptv. 17. §-a³¹ alapján történő mentesíthetősége ne állhatna fenn.

28 Az első osztályú étkezési alma ára jellemzően 100 Ft felett volt, de fajtától, kiszerelestől, árusítóhelytől függően nagy eltérések voltak.

29 60/1992. (XI. 27.) AB számú határozat

30 20. § Annak bizonyítása, hogy a megállapodás a tilalom alól a 16. § vagy a 17. § alapján mentesül, azt terheli, aki a mentesülésre hivatkozik.

31 17. § Mentésül a 11. §-ban foglalt tilalom alól a megállapodás, ha

a) az hozzájárul a termelés vagy a forgalmazás ésszerűbb megszervezéséhez, vagy a műszaki vagy a gazdasági fejlődés előmozdításához, vagy a környezetvédelmi helyzet vagy a versenyképesség javulásához;

b) a megállapodásból származó előnyök méltányos része a fogyasztóhoz jut;

c) a gazdasági verseny velejáró korlátozása vagy kizárása a gazdaságilag indokolt közös célok eléréséhez

A versenyjog a vertikum különböző szintjei közötti, a **továbbeladási árakra** vonatkozó ármeghatározásokat különbözőképpen kezeli annak függvényében, hogy ezek az ár rögzítésére, az ár minimumának, vagy maximumának meghatározására vonatkoznak-e. Amennyiben az **ármaximum** kerül meghatározásra egy megállapodásban, azt a kiskereskedelemben jellemző esetben sokkal inkább fogyasztói előnyt jelentő szerződéses garanciának, mintsem versenykorlátozóznak szokás értékelni. Amennyiben tehát a kiskereskedelemben például egy beszállítói szerződésben ármaximalásban állapodnak meg a felek – egy akció során például bizonyos minőségű termékeket adott árszint felett nem árusít a kiskereskedő – ez nem feltétlenül esik a tiltott, versenykorlátozó jogsértések körébe.

A kiskereskedelem területén a közös értékesítési akciók szervezése szokásos gyakorlat. Ennek során a megállapodásban résztvevő felek több esetben az akciós termékkörre, valamint azok áaira vonatkozó feltételeket is szabnak. A korábban lefolytatott vizsgálatokban hozott versenytanácsi döntések alapján egyes árakat érintő megállapodások – például kiskereskedelmi beszerzési szövetség keretében ismétlődő, ámde **időben korlátozott** akcióban, meghatározott, **korlátozott árúkkörre azonos árakat, árplafonokat** kötöttek ki a megállapodás résztvevői – mentesítését több esetben is meg tudta állapítani a GVH. Ennek oka, hogy összességében igazolható volt, hogy a törvény szerinti feltételek teljesültek, s így a mentesítés megállapítható volt.

Volt olyan eset is, amikor magát a megállapodást sem minősítette a VT versenyt korlátozóznak. E körbe tartoznak például az olyan együttműködések, amikor az értékesítést bonyolító szervezet csupán **eladási ügynökként** vett részt a szerződésben, nem saját kockázatára – hanem csupán bizományosi minőségben – adta el a terméket.

Mindezek alapján vélelmezhetőnek látta a GVH azt is, hogy amennyiben egy ilyen értékesítési akcióban időben, mennyiségben és az árak vonatkozásában is csupán átmeneti, korlátozott és a cél megvalósításához feltétlenül szükséges mértékben kerül sor az értékesítési lánc résztvevői közötti magatartás összehangolásra, akkor igazolható a versenyjogi szabályoknak megfelelő viselkedést.

A GVH tudomására jutott akkori információk alapján az FVM az akció kezdeményezésekor mind az agrárrendtartási mind a versenyjog szabályainak tudatában és annak tiszteletben tartásával kívánt eljárni, s nem szerette volna az akcióban résztvevőket sem törvénysértő magatartásra ösztönözni.

Tudatában volt az FVM annak is, hogy az agrárrendtartási szabályok alapján való piaci beavatkozása előnyeinek és hátrányainak a mérlegelése a miniszter feladata és felelőssége. Az agrárrendtartási szabályok alapján a miniszter lehetőségei közé tartozik bizonyos agrártermékek értékesítését előmozdító marketing akciók támogatása³².

E kivételi lehetőséggel élve, s az egyéb törvényi szabályok megsértése nélkül az FVM a közreműködésével azt kívánta elérni, hogy a léalma felvásárlását érintő piaci zavarokat az étkezési almát érintő kereslet élénkítésével mérsékelje.

Hangsúlyozta azt is a GVH, hogy míg versenypolitikai okokból általában nem támogatja az állami szervezeteknek a piac működésébe való beavatkozásait, a versenyjog alkalmazójaként a hatályos szabályozás alapján a vállalkozások magatartását van módja vizsgálni. A GVH felhívta ezért külön is a minisztérium figyelmét a versenyjogi rendelkezésekből következő, az előbbieken részletesebben is kifejtett szempontokra.

A GVH leírta azt, hogy amennyiben az FVM által ösztönözni kívánt akció sikeres, és a közösségi marketing hatására a belföldi étkezési alma fogyasztás összességében növekszik oly módon, hogy a fogyasztók az alacsonyabb árak mellett szélesebb körben jutnak hozzá egy – egyébként egészséges – termékhez, úgy a rendelkezésre álló információk alapján nem látja indokát annak, hogy káros versenyhatásokkal számoljon.

Nyilvánvaló, hogy egy ilyen akció nem feltétlenül sikeres. E kockázatokat azonban – beleértve a jogi kockázatokat is az üzleti kockázatok mellett – a résztvevőknek kell elsődlegesen mérlegelniük. Az akcióban résztvevő felek közös érdeke és felelőssége, hogy a keresletélénkítő akció ne a magasabb minőségű almák piacát rombolja, hanem valóban a némileg alacsonyabb, bár étkezési célra alkalmas, de korábban csupán léalmaként felhasználásra kerülő minőségű almának egy, a termelők, s a kereskedők számára is jövedelmezőbb, egyúttal a fogyasztók számára is hasznosabb felhasználását eredményezze.

Végezetül ismételt hangsúlyozta a GVH, hogy versenytörvény alapján a GVH hatáskörét érintő, a törvény rendelkezéseit sértő vállalkozói piaci magatartások esetén joghatályosan csupán versenyfelügyeleti eljárásban

szükséges mértéket nem haladja meg; és

d) nem teszi lehetővé az érintett árak jelentős részével kapcsolatban a verseny kizárását.

32 Az agrár rendtartási törvény 6. § (1) bekezdésének 25. pontja

van módja a GVH-nak döntést hoznia. A szövetség tagvállalatainak ezért mindenképpen érdemes a korábbi közösségi jogi és VT határozatokat, iránymutatásokat, elvi állásfoglalásokat is figyelembe véve döntést hozniuk, különösen a részvételük részletfeltételeit illetően.

Végül a tervezett kormányzati segítségű akció elmaradt, bár arról nincs információja a GVH-nak, hogy a szervezési nehézségek, vagy más okok miatt nem került rá sor. A MAGOSZ-nak a CBA-val sikerült külön megállapodást kötnie – egyes híradások szerint több ezer, mások szerint 400 tonna – az alma értékesítésére.

A piaci – a kereslet-kínálat mennyiségi eltéréseiből fakadó, s az árak mértékében leképeződő – válság ilyen bekövetkezésére szinte minden évben van esély, mert a feldolgozás szintje koncentráltabb, míg a termelési szint nem rendelkezik sem tartalékokkal, sem előzetesen nem készül fel az ilyen helyzetek ismétlődésének alternatív megoldásokkal való elkerülésére.

Az ilyen piaci helyzetekben a termelő és feldolgozó szint közötti árak alakulása szempontjából szinte teljesen közömbös az, hogy a versenyhatásoknak erősebben kitett termelői szint költségei ténylegesen milyen mértékűek voltak. A feldolgozó beszerzési viszonylatban adott árajánlataira sokkal inkább az gyakorol befolyást, hogy a termelő értékesítési piacán milyen piaci kereslet-kínálati, illetve ártendenciák érvényesülnek, s ezek milyen beszerzési oldali árakat bírnak el. Itt a sűrítmény tágabb földrajzi piacán is komoly áreső tendencia érvényesült, így a kibocsátási árakra vonatkozó várakozások nem tették lehetővé azt, hogy – gazdaságilag racionálisan – magasabb felvásárlási árakat ajánljanak a feldolgozók.

A léalma minőségű termékek más célra való korlátozott felhasználhatósága behatárolja az alkalmazkodás lehetőségeit, de bizonyos, hogy a nagyobb veszteségek elkerülésére már sokkal korábban meg kellett volna tenni a szervezési lépéseket, mert a betakarítási fázis hossza túl rövid az ilyen megoldások gyors kialakítására és végrehajtására.

A léalma krízis kialakulása és kezelése során több jogsértés határát súroló esemény történt, amelyben főként politikai szereplők játszották a szervező, illetve megoldó szerepet. Látszik azonban, hogy a piaci árakba történő mesterséges beavatkozás legfeljebb néhány napra képes feltartóztatni a valós, spontán piaci folyamatok alakulását, s a strukturális, vagy hatékonysági és minőségi problémákból fakadó alap gondok megoldására alkalmatlan.

A versenyjog ebben az esetben sem tud érdemi támaszt nyújtani. Érdemes itt is a legális, hosszabb távú koordinációs és koncentrációs megoldások irányába lépni, mégpedig megfelelően hosszú idővel az események bekövetkezése előtt.

A GVH segítségnyújtásának korlátját jelenti, hogy mint jogalkalmazó hatóság előzetes állásfoglalásokat, véleményeket jogszerűen nem adhat ki. Egyes országokban léteznek olyan megoldások³³, amelyek esetén az atipikus, újszerű kérdések felmerülése esetén jogszerűen lehet – nem kötelező érvényű, „akkor, ha...” jellegű – előzetes véleményt megfogalmazni.³⁴

33 Ld. az 5. sz. mellékletben 5.2. pontjában a holland megoldás összefoglalóját.

34 A piaci szereplők sok esetben igényelnék az ilyen többlet segítséget, még akkor is, ha tudatában vannak annak, hogy csak korlátozott a hatósági tájékoztatás érvénye, s nyilvánvaló korlátot jelent az, hogy egy, az adott magatartást érintő későbbi jogsértési gyanú esetén már formális eljárásban kell és lehet hatósági jogérvénnyel, jogi kötőerővel rendelkező döntést hozni. Az pedig minden szereplőnek – hatóság, illetve vállalkozás – hátrányos, ha jóhiszeműen, de más-más tévedés (ténylegesen más a viselkedés, vagy helytelen helyzetmegítélés) kárvallottjaivá váltak. Ennek ellenére, illetve ezeknek a veszélyeknek a tudatában is vannak olyan országok tehát, ahol a hatóságokat felhatalmazza a jog az ilyen informális segítségnyújtásokra, a felmerülő újszerű kérdések megválaszolására.

1.4 Tejpiacot érintő bejelentés vizsgálata

A zöldség-gyümölcs termékfelvásárlás folyamataihoz hasonlóan a tej esetében is visszatérő problémát jelent a felvásárlási árak csökkenése az Unióban és azon belül hazánkban is. Az importverseny intenzív árháborúba kényszeríti a piaci szereplőket, amely az alacsonyabb hatékonysággal működő termelőket, tejfeldolgozókat nehéz gazdasági helyzet elé állítja.

Ezt bizonyítja az a bejelentés³⁵, amely 2007-ben érkezett a GVH-hoz azzal a kifogással, hogy a Tesco, az Auchan és a Penny Market az importált és saját kereskedelmi márkás tejtermékeket (UHT³⁶ tejet, trappista sajtot) költség alatti áron forgalmazzák, amely alacsony árak alkalmazása alkalmas a versenytársak piacról történő kiszorítására. A bejelentés szerint az alkalmazott árak az átlagos feldolgozói átadási árat sem érték el, így az alacsony kiskereskedelmi ár nem alapulhat nagyobb hatékonyságon, hiszen a dobozos UHT tej előállítás terén nem ismert olyan technika, illetve olyan termelés koncentráció, amely ilyen nagyfokú hatékonyságjavuláshoz vezethetne.

A bejelentő kifogásolta, hogy a kereskedők az üzletfeleiket indokolatlanul megkülönböztetik, tekintettel arra, hogy a kiskereskedelemben alkalmazott árrés az egyes beszállítók termékei vonatkozásában igen jelentős eltéréseket mutat, amely különbségek végül a termékek áraiban és azok értékesíthetőségében nyilvánulnak meg. A bejelentő szerint ugyanis az alacsonyabb árú import illetve saját márkás tejek esetében vagy egyáltalán nem alkalmaznak árrést, vagy jóval kisebb árrést alkalmaznak, mint egyéb tejtermékek vonatkozásában, amely miatt a magyarországi beszállítóktól beszerzett gyártói márkás tejek iránti csökkenő kereslet által azok kiszorulnak a piacról.

Ahhoz, hogy az ügyben (és általában a gazdasági erőfölénnyel való visszaéléshez kapcsolódó ügyekben) a versenyfelügyeleti eljárás megindításának feltételei fennálljanak, két feltételnek kell teljesülnie: fenn kell állnia az erőfölényes piaci helyzetnek, illetve a magatartásnak is visszaélésszerűnek kell lennie.

A gazdasági erőfölény megítélése mindig az érintett áru illetve földrajzi piac viszonylatában történik, mérlegelve a keresleti illetve a kínálati helyettesíthetőség szempontjait. Ebben az esetben a valószínűsíthető legszűkebb piac, a tejtermékek hazai kiskereskedelmi piaca került megvizsgálásra.

A vizsgálat azt állapította meg, hogy nem valószínűsíthető a gazdasági erőfölény megléte a tejtermékek hazai kiskereskedelmi piacán, mivel:

- A 2007-es áruforgalmi adatok alapján a Tesco megközelítőleg 17%-os, az Auchan 6-7%-os, a Penny pedig körülbelül 4-5%-os piaci részesedéssel rendelkezett³⁷ a napi fogyasztási cikkek értékesítésének hazai kiskereskedelmi piacán, s nem volt olyan adat, ami alapján a tejtermékek kiskereskedelmi értékesítésében olyan mértékű eltérést lehetett megállapítani, amely alapján a domináns piaci helyzet valószínűsíthető lett volna;
- A tejtermékek hazai kiskereskedelmi eladási csatornái között egyéb kiskereskedelmi csatornák is megtalálhatók, a piac közismerten sokszereplős, versengő struktúrájú még akkor is, ha folyamatosan nő a koncentráció szintje, s a hiper- és szupermarketek, diszkontok szegmenseiben a többszereplős oligopolisztikus piacszerkezet a jellemző;

35 B-1882/2008. ügyszám

36 Ultramagas hőmérsékleten kezelt, hosszabb eltarthatósági idejű fogyasztói tej, jellemzően literes kiszereléssel

37 AC Nielsen és a KSH adatai alapján saját számítás

- A tejtermékek hazai kiskereskedelmi piacán nem voltak valószínűsíthetőek a közös erőfölény kialakulásának körülményei sem.³⁸
- Bár a bejelentett vállalkozások a piac fontos nagyobb szereplői közé tartoznak, azonban ettől függetlenül élénk verseny tapasztalható közöttük is. Az éles versenyhelyzetet alátámasztja, hogy a nagyméretű kiskereskedelmi láncokban köztudottan gyakoriak az akciók, a versenytársak figyelemmel kísérik egymás akciós árait, reagálnak azokra, és jellemzően fontos marketingeszköznek számítanak az árkedvezmények. A széles körben fogyasztott élelmiszerek, így a tej is jellemzően a becsalगतó marketingtermékek körébe tartoznak.
- A beáramló import tejtermékek a piacon nagyon széleskörű, változatos termékskálát biztosítanak, és alacsony árak miatt erős versenyt teremtenek. Különösen éles a pozícióharc az UHT termékek vonatkozásában, ezen termékkörben ugyanis a szavatossági idő hossza nem jelent korlátot a távolabbról történő szállításnak.

A túlzottan alacsony ár, azaz az ún. ragadozó ár alkalmazásához az erőfölényes helyzet fennállásán túl további feltételek teljesülése szükséges: a versenytársakéhoz képest nagyobb hatékonysággal nem magyarázható, illetve alkalmasnak kell lennie a versenytársak érintett piacról való kiszorítására, illetve a piacra lépés megakadályozására. Gyakorlati kritériumként az alkalmazott fogyasztói ár (önköltség illetve változó költség alatti) nagyságán túl fontos még a megítélésnél a magatartás tartóssága is.

Ragadozó árazás bizonyításához szükséges, hogy az alacsony, költségek alatti ár alkalmazásának egyetlen racionális indoka a kizárás legyen, azaz az ár ne lehessen normál versenyviszonyok eredménye. A költségek és az árak összehasonlítása ideális esetben a határköltség alapján történik, ezt azonban ritkán lehet pontosan kiszámítani. A határköltséget emiatt legtöbbször az átlagos változó költség kiszámításával közelítik. A költség alatti árazásnak tartósan fenn kell állnia ahhoz, hogy a kizárás, mint cél vagy eredmény, egyáltalán felmerüljön. Egy-egy napig, vagy hétig a vállalat más célok miatt is vállalhat rövidtávon veszteségeket, például készletezési, raktározási vagy szavatossági problémák miatt.

A fenti okok miatt heti, de még inkább havi átlagárak kerültek megvizsgálásra. Az Auchan a Penny és a Tesco adatai alapján az 1,5 illetve 2,8%-os tartós tejsre vonatkozó nettó, azaz ÁFA nélküli beszerzési és eladási árak tekinthetőek kiindulópontnak. Az áruházak számára a határköltséget feltehetően igen nagy részben a beszerzési ár jelenti, ennek megfelelően annak vizsgálatát kellett elvégezni, hogy az eladási ár az elmúlt év minden hónapjában meghaladta-e a beszerzési árat.

A bejelentett áruházláncok esetében nagy biztonsággal kijelenthető volt, hogy az UHT tej árazása nem minősíthető ragadozóknak az alábbiak miatt:

- Az Auchan esetében sem a 2,8-as, sem az 1,5%-os tej esetében nem beszélhetünk költség alatti árazásról, mivel a cég minden típusú tej esetében a beszerzési árnál magasabb eladási árat alkalmazott.

38 A közös erőfölény fennállásának bizonyításához az oligopolisztikus piaci szerkezet mellett tehát szükséges, hogy két vagy több vállalkozás olyan magatartást tanúsítson, mintha egy vállalkozás cselekednének, amely erőfölénye kimutatható. Ez jellemzően párhuzamos viselkedéssel történhet, ugyanis ha megállapodás lenne a vállalatok között, akkor kartellról beszélhetnénk. Közös erőfölény megállapításakor azt kell vizsgálni, hogy a piaci feltételek, vagy más körülmények lehetővé teszik-e a hallgatólagos magatartási összhang kialakulását és fenntartását. Ennek eldöntéséhez fontos támpontot jelent annak feltérképezése, hogy a felek érdekében áll-e az együttműködés, tudják-e egymást ellenőrizni a vállalatok, és képesek-e megfelelő ösztönző erővel fenntartani a hallgatólagos együttműködést.

- A Tesco esetében sem fordult elő a havi szintre aggregált adatokban negatív árrés, és az időszakos akciókat figyelembe véve sem beszélhettünk költség alatti árazásról.
- A bejelentő az Agrárgazdasági Kutató Intézet (AKI) egyes adatai alapján vélelmezte a ragadozó árazás meglétét, ezek az adatok azonban az AKI adatbázis tulajdonságai miatt helytelen következtetésekre vezethetnek. Ennek oka, hogy az AKI nem az Auchan-ra, a Pennyre, illetve a Tesco-ra lebontott, hanem *átlagos* adatokat szolgáltat, így ezek az adatok nem vethetőek össze direktben az Auchan, a Penny és a Tesco egyes heti vagy havi árdöntéseivel. Az AKI adatok továbbá 2,8%-os tejre vonatkoztak, így ezek természetesen nem összehasonlíthatók az 1,5%-os tejre vonatkozó adatokkal, holott az adatszolgáltatás alapján akciók nagyobbik része az 1,5%-os tejre volt érvényes.
- Az AKI adatokra építő összehasonlítás elvégzésénél is elvethető volt a ragadozó árazás meglétének hipotézise. Ez a 2,8%-os tej esetében tehető meg, de az áruházláncok eladási árai továbbra is mindig az AKI által közölt felvásárlási árak felett voltak. Az AKI által megadott felvásárlási árak jóval alacsonyabbak az Auchan és a Tesco felvásárlási árainál (míg a kiskereskedelmi árak magasabbak), ami azt jelenti, hogy az Auchan és a Tesco által megadott adatok az AKI adatainál szigorúbb kritériumot állítanak fel – ám az általuk megadott magasabb felvásárlási árak mellett *sem* volt kimutatható ragadozó árazási viselkedés.

Megjegyzendő ezen túl, hogy a bejelentéssel érintett kiskereskedelmi vállalatok köztudottan nem egyetlen terméket, termékcsaládot forgalmazznak, hanem több százat, vagy akár több tízezret is. Ugyancsak sok termék, termékcsalád kiskereskedelmi forgalmazói a versenytárs kereskedelmi vállalatok is. Az érintett versenytársak viszonylatában érvényesülő ragadozó árazás bizonyításához önmagában nem lenne elegendő, ha egyetlen termékcsalád vonatkozásában sikerülne is kimutatni a változó költség alatti árak tartós érvényesülését. A kiskereskedelemben a versenytársak kiszorításához azt kellene bizonyítani, hogy egészében pozitív árrés nélkül – de legalább a kiszorítás célpontjául meghatározott versenytársai által forgalmazott teljes termékportfólió tekintetében tartósan veszteségesen – működik a kiskereskedelmi vállalat. Ugyancsak igazolni kellene továbbá azt is, hogy a vállalat a versenytársak kiszorítást követően képes lenne a versenytársak fölötti árakkal az elszenvedett veszteségeit kompenzálni úgy, hogy az ilyen „monopolárazást” követően se legyenek képesek a kiszorítottak helyére belépő új versenytársak olyan versenynyomást kifejteni, amely a versenytárs szintjének visszatérését eredményezné. Jelen esetben nemhogy egy teljes termékportfólió, de egyetlen termékfajta vonatkozásában sem volt valószínűsíthető a beszerzési ár alatti ártartás sem.

Nem lehetett tehát valószínűsíteni sem a bepanaszoltak piaci dominanciáját, sem pedig a magatartásuk visszaélészerűségét, így versenyfelügyeleti eljárás indítására nem került sor.

A panaszolt tejpiaci problémák összességében nem a versenytársak tisztességtelen piaci magatartásával, hanem sokkal inkább a létező versenynyomással hozhatók összefüggésbe, emellett az egész Európában hosszabb ideje húzódo tejkrízis, illetve az aszimmetrikus ártranszmisszió jelenségének a következményei. Ezek azonban – domináns piaci helyzetek fennállása nélkül – nem versenyhatósági beavatkozást igényelő gondok.

A tejpiaci problémák gyökerei sokkal mélyebbre nyúlnak vissza, amellyel számos kutatás is foglalkozott már³⁹.

39 Például Szabó G. Gábor – Bárdos Krisztina: Szerződéses vertikális koordináció az élelmiszer-gazdaságban: empirikus kutatás a magyar tejszektorban (MTA-KTI, 2005), Popovics Péter András: A

2. keretes: Kutatói vélemény a tejkrízis okairól és következményeiről⁴⁰

A tejszektor is ismerő kutató szerint az Unió tejpiaci krízisének forrása az évtizedeken át folytatott protekcionista piacvédelem és a versenyképesség javítását, a piaci alkalmazkodási kényszert tompító kvótarendszer.

A hazai gondokat jelzik az alábbiakban:

- Az ezredforduló után csökkenő tejtermelés: a magyar tejipar termelése ötödével, belföldi értékesítése negyedével esett vissza.
- A nemzeti tejkvóta kihasználása a legalacsonyabb az egész Unióban;
- Az ország már nem önellátó tejtermékekből;
- Nyersanyagszállítónak váltunk: a kivitel nagy része nyers tej, a behozatal zöme magasabb feldolgozottságú, nagyobb hozzáadott értékű termék, például sajt;
- A hazai sajteladások fele, a tejeladások negyede import;
- A külkereskedelmi mérleg 150 millió euróval romlott;

Bár az iparág hanyatlása már 2002–2003-ban megindult, de az igazi sokkot a csatlakozás hozta. A 2008–2009-es Uniói tejkvátság egy évek óta zsugorodó, súlyos strukturális problémákkal küszködő magyar tejágazatot ért el. A hazai tehenészetek többsége európai összehasonlításban is drágán termel, miközben az EU átlagos költségszintje is magas a világ vezető exportőreihez – Új-Zélandhoz, Argentínához – képest. A magas hazai költségszint csak részben magyarázható a gazdaságos tejtermelés számára nem ideális földrajzi és éghajlati körülményekkel. A lemaradás okait emellett az üzemi menedzsment, a takarmánygazdálkodás és a szaporodásbiológia gyengeségeiben kell keresni. Összességében tehát alapvető gondok van a termelési hatékonysággal, illetve a részben ebből is következő gyenge versenyképességgel is.

A szakember szerint a mai helyzet kialakulásában döntő szerepet játszott a csatlakozás előtti években az agrárkormányzat által folytatott protekcionista piacvédelem és veszteségtérítő támogatáspolitikája, amely mellett a termelők nem kényszerültek a hatékonyság javítására. A támogatottság mértéke a csatlakozás előtti években alaposan meghaladta még az EU15-ét is. E politika 2004-ig elhúzódó fenntartása a csatlakozási sokkot tovább növelte, így a strukturális alkalmazkodás csak többéves késéssel indulhatott meg.

A hazai tejpiaci fejleményeit ma már döntő mértékben az európai piaci folyamatok alakulása határozza meg. Az EU-ban 1984-ben vezették be a nemzeti tejkvóták rendszerét, miután sorozatosan kudarcot vallottak a költségvetési kiadások csökkentésére, illetve a termelés korlátozására irányuló próbálkozások. Termelés- és kiadáskorlátozó célját a kvótarendszer elérte, egyidejűleg viszont drágította és lassította az üzemi struktúra átalakulását, akadályozta az Uniói tejtermelés nemzetközi versenyképességének javítását. A tejpiaci politika 2003-as reformjára a fokozódó nemzetközi nyomás kényszerítette az EU-t: csökkentették a tejpor és a vaj intervenció árát.

Eközben a nemzetközi piacokon tartósan és erősen nőtt a kereslet, mindenekelőtt a feltörekvő országok részéről. A termelés ezzel nem tudott lépést tartani, az ütközőként szolgáló vaj- és tejporkészletek kimerültek, így 2007 nyarán az árak drasztikusan emelkedtek. A sosem látott árboomra válaszul megnövekedett kínálat azonban 2008-tól, a gazdasági válság kibontakozásával egyre kisebb kereslettel találkozott, és az árak leestek.

A megváltozott piaci helyzet-re 2008 elején az EU egyszeri, 2 százalékos kvótaemeléssel válaszolt, majd az év végén, a közös agrárpolitika (kap) felülvizsgálatának keretében döntöttek a kvótarendszer 2015. évi megszüntetéséről és – a „puha földet érés” érdekében – öt éven át évi egy-egy százalékos további kvótaemeléssel.

A tejpiaci reform és a későbbi intézkedések hatására az Uniói árak szorosabb kapcsolatba kerültek a világpiaci árakkal. Az intervenció ugyan védőháló szerepet betölt, de erősebben érvényesülnek a piaci törvényszerűségek. A kínálatot egyre inkább a piaci kereslet szabályozza, és mind kevésbé reagálnak a kvóta jellegű beavatkozásokra a termelők. A tejár zuhanását tehát nem a megnövekedett kínálat váltotta ki, hanem a csökkenő

tejtermékpálya ökonómiai elemzése különös tekintettel az ártranszmisszióra (DE doktori értekezés, 2007); „Tej föl nélkül, avagy a tejszektor helyzete és kilátásai Magyarországon” (Agrár Európa Kft. És GfK Hungária Piacutató Intézet, 2008)

40 Ld. részletesebben Szabó Márton „Tejválság Európában és nálunk – okok és kilátások” (Világgazdaság, 2009. július 14.) cikkében írottakat. A cikk szerzője Szabó Márton, a Kopint Tárki Zrt. vezető kutatója

kereslet jelzik vissza az árak. Az előrejelzések szerint középtávon az Unió termelése újra növekedhet, de a kvótát nem tudja kitölteni. A régi tagországok többlettermelése az újakban talál piacot. Rövidtávon azonban a kereslet nyomott marad, és a felvásárlási ár sem emelkedik. Az EU termelése csökken. Nagy intervenciók készletek képződtek vajból és sovány tejből, amelyek piaca juttatása majd tovább lassítja a kibontakozást.

A 2009-es válságévet az EU15 gazdáinak zöme, ha nehezen is, de vélhetően átvészeli, mert az új tagországok termelőinél lényegesen több tartalékkal rendelkeznek, és mert a tulajdonukban levő feldolgozók nagyobb értékesítési biztonságot nyújtanak nekik. A magyar termelők számára viszont a következő évek több kockázatot is tartogatnak. A folyamatos kvótaemelés növeli a legversenyképesebb tagországok termelési lehetőségeit a gyengébbek rovására. 2015 után, a kvótarendszer megszűntével különösen nagyarányú átrendeződésre lehet számítani. Várhatóan a tejtermelés az Unió legkedvezőbb adottságú és legversenyképesebb struktúrájú területeire összpontosul: Dániára, Hollandiára, Franciaországra és Anglia egyes részeire.

A kutató felhívja a figyelmet, hogy még súlyosabb fenyegetés, hogy a WTO-tárgyalások során az EU előbb-utóbb a jelenlegi erős piacvédelem mérséklésére kényszerül. Ez valamennyi tagország termelőit nehéz helyzetbe hozza majd, de különösen az olyan alultőkésített gyenge versenyképességűekét, mint Magyarország.

A termelési-feldolgozási-kereskedelmi vertikum eltérő koncentrációs szintjei az ágazatban sajátosan hatnak az egyes szintek közötti áralakulásra és profitosztokodásra, aminek legfőbb kárvallottja a legkevésbé koncentrált termelési szint. Mind a tejfeldolgozás, mind a kiskereskedelem szerkezete inkább oligopolisztikus jellemzőkkel bír, ellenben erősen dekoncentrált a termelés szintje.

A kutatók által végzett ökonometriai elemzések⁴¹ azt mutatják, hogy „Magyarország tejpiacon az árak a vertikum alsó szakaszán alulról felfelé, míg a felső szakaszán fentről lefelé hatnak, valamint azt, hogy a vizsgált időszakban⁴² a vertikum két végpontja – sőt, az egyes vertikumszakaszok – közötti ártranszmisszió nem tökéletes, hanem aszimmetrikus és időben késleltetett, ami jelentős hatással van a napjainkra kialakult tejpiacon válságra”.

Más szóval az adott panaszban foglalt egyik kifogás – túlzott áreltérés a saját márkás és a gyártói márkás tejek között – éppen e jelenség egy vetületét tükrözi: a feldolgozóipari átadási árak, a kiskereskedelem beszerzési árai és a fogyasztói árak között nincs lineáris összefüggés. A kapott árengedmények – különösen termékszinten – eltérő intenzitással adódnak, vagy egyáltalán nem adódnak tovább a fogyasztóknak a kiskereskedelmi lánc üzletpolitikai megfontolásai függvényében. A saját márkás cikkek esetén a kiskereskedő egyúttal versenytársa is a beszállítóinak, s folytathat olyan árpolitikát is, amely következményeként a beszerzési oldali áreltéréseknél lényegesen nagyobb áreltérések lesznek az értékesítési árakban olyan módon, hogy a saját érdekű termék nagyobb árelőnyt élvez. Ennek kétségtelenül vannak piactorzító hatásai is, de éppenséggel azzal a következménnyel is járnak, hogy az árérzékenyebb fogyasztói csoportok – különösen nagycsaládosok, szegényebb rétegek – ennek révén könnyebben hozzájutnak élelmiszerekhez.

Tovább színezi a helyzetet, hogy a magyar piacon jelen lévő kiskereskedelmi láncok több tagállamban működnek, vagy akár globálisan terjeszkednek. Így nem egyedi eset, hogy az egyes államokban működő leányvállalatok csak részben folytatnak önálló üzletpolitikát, s az üzleti döntések egy részét – például a teljes hálózatban forgalmazott kereskedelmi márkákat érintő üzletpolitikájukat – nagyobb régiókat érintően hozzák meg.

41 Ld. részletesen például Popovics Péter András-Tóth József: Az ártranszmisszió és az árak aszimmetrikus alakulása Magyarország tejpiaconjában, Közgazdasági Szemle, 2006. április

42 A tanulmány megállapításai az 1993-2005 közötti időszak idősorainak elemzéseire épülnek, de vélelmezhető, hogy a koncentráció azóta történt növekedése inkább erősítette a korábbi időszaki aszimmetria következményeit.

A GVH munkatársai által végzett tej ártranszmissziós elemzés⁴³ eredményei arra utalnak, hogy az UHT tejek esetén a magyar kiskereskedelemben érvényesülő árak hullámzása az európai piaci árakat követi oly módon, hogy az európai feldolgozó árak hullámzása a magyar feldolgozó árakra hat, mely elsőként a hazai kiskereskedelmi árak alakulására van hatással, s némi időbeli késlekedéssel követik azokat a hazai termelői árak. Ez arra enged következtetni, hogy a tej feldolgozó árak alakulására az európai piaci árak vannak hatással: a világpiaci (Unió) árak legfőképpen a feldolgozó árakat látszanak magyarázni, a termelői és kiskereskedelmi árak változásai pedig ez utóbbit látszanak követni. Az árak – feldolgozó árakon keresztül – közvetítésében a magyar piacon jelen lévő kereskedelmi láncok központi árazási döntései kimutathatóan megjelennek a magyar kiskereskedelemben is, amely aztán felerősítve közvetíti azokat a vertikum további szintjeire. Különösen a termelői árak tekintetében mutatható még ki, hogy a kiskereskedelemből induló árcsökkentések hatása nagyobb mértékű áreséseket okoz ezen a vertikális szinten, míg a termelői kibocsátási árak – visszafelé – érdemben nem hatnak a fogyasztói árakra.

Nem erőfölényes piaci helyzetekben az árdiszkrimináció és az ártranszmissziós eltérések ellen versenyjogi eszközökkel nem lehet fellépni. Megoldás lehet azonban a beszállítók részéről, a sajátmárkás termékek továbbeladási áraiba, azok szerződéses maximálásával való beavatkozás megkísérlése.

Az iparági elemzések és előrejelzések alapján világosan látható, hogy erős alkalmazkodási kényszernek lesz kitéve a következő időszakban a tejágazat. Ebben az ágazatban azonban az alkalmazkodás bizonyos eszközei – különösen készletezés – nem alkalmazhatóak, lévén a termék romlandó. Fő gondot e termelési szinten sokszereplős piacon, az élénkülő versenyben a sok, gyenge verseny- és alkalmazkodási képességű kistermelő piacról való várható teljes kiszorulása fogja okozni, amihez hozzájárul a vertikális szintek közötti koncentráció eltérésekkel összefüggő áreltérésekből származó jövedelemveszteségek is. Az ebből származó társadalmi gondok megoldása nem versenyjogi természetű állami beavatkozásokat kíván.

Az ilyen helyzetekben, illetve az ilyen, homogén jellegű termékeknél a versenyhatósági fellépések kiváltói éppen az érintett szereplők közötti kökemény versenykorlátozó magatartás összehangolások – jellemzően ár- és piacfelosztó kartell – kísérletei szokták lenni, ezért ezek a rövid távú megoldási kísérletek kerülendők.

Az ágazati szereplők hosszú távon is ható legális alkalmazkodási lehetőségeit azonban éppen azok a megállapodás fajták jelentik (hatékonysági előnyöket, költség megtakarításokat hozó vertikális integráció és koordináció, fogyasztói árak maximálása), amelyeket a versenyjog nagyobb valószínűséggel fogad el, s nem büntet. A jogalkotás az ilyen jellegű megoldások terjedését azzal tudja támogatni, ha például csoportmentességi rendelet formájában segítségül összefoglalja azokat a körülményeket, amikor mikro-, kis- és középvállalkozási szektor szereplői közötti összefogások, esetleg a továbbeladási árakra vonatkozó megállapodások automatikusan mentesülhetnek a versenykorlátozásra vonatkozó tilalmi szabályok alól. Erre szolgált példát a német versenyjog egyik megoldása⁴⁴.

Nyilvánvaló, hogy az ilyen eszközök nem segítenek megoldani a magyar vállalatok hatékonysági és minőségi okokkal összefüggő gondjait, de segíthetnek azoknak a strukturális hátrányoknak a csökkentésében, amelyek szintén hozzájárulnak az alacsony hatékonysághoz, s az elszenvedett jövedelemveszteségekhez.

43 Ld. részletesebben a 3. sz. mellékletben.

44 Ld. részletesebben az 5. sz. melléklet 5.2. pontjában.

2. A kiskereskedelmi vevői erő és az azzal kapcsolatos tapasztalatok a GVH kereskedelmi törvényen alapuló vizsgálatai, tájékoztatói és egyéb elemzései alapján

A jelentős vevői erővel rendelkező kereskedelmi vállalatokkal szemben a kisebb méretű kiskereskedők bizonyos versenyhátrányban, a kis- és közepes méretű beszállító vállalatok különösen, de még a nagyobbak is kiszolgáltatott helyzetben vannak.

A beszállítói kiszolgáltatottság alapvető oka, hogy míg egy-egy beszállító a kereskedő értékesítési forgalmából töredéknyi részesedéssel rendelkezik (akár 1%-os szint alatt is lehet a részesedése), addig az érintett beszállító értékesítésének jelentős hányada (ez akár 10-20% fölötti részarányt is elérheti) történhet egy-egy jelentős vevői erővel rendelkező kiskereskedelmi vállalat hálózatán keresztül. A beszállítói kiszolgáltatottságot felerősíti az a tény, hogy számos termékcsoportban a kiskereskedelmi vállalat egyúttal versenytársa is a beszállítóinak (saját kereskedelmi márkás termékek), illetve a „saját”, mástól igénybe nem vehető „külön szolgáltatásai” tekintetében mintegy monopol eladói pozícióban van.⁴⁵

Ez aszimmetrikus tárgyalási pozíciót, nagy alkuerőt biztosít a kiskereskedőnek, miközben a beszállító érdekérvényesítési képessége gyenge. Kiszolgáltatottsága folytán a vevő által diktált feltételeknek kénytelen eleget tenni akár annak árán is, hogy lemond a profitja jelentős részéről, vagy akár költségei alatti áron értékesít. A vevői erővel rendelkező kiskereskedő a vertikumon belüli jövedelemosztózkodási arányokat úgy tudja a maga javára megváltoztatni, hogy szinte nem vállal kereskedelmi jellegű kockázatokat, ezeket különféle szerződési megoldásokkal a beszállítókra terheli. Különösen a kis- és közepes méretű beszállító vállalatok kényszerülnek átengedni jövedelmeiket a kereskedelemnek, ezáltal fejlesztési, innovációs lehetőségeik lényegesen csökkennek, versenyképességük romlik.

Ez a helyzet a magyar kis- és középvállalatok, ezen belül az agrárszektor vállalatai számára – amelyek jellemzően alultőkésítettek, gyengébb hatékonyságúak, nyugat-európai versenytársaikhoz képest alultámogatottak – különösen hátrányos következményekkel jár. A kis- és közepes méretű magyar beszállító vállalatok versenyképességének további romlását idézi elő – már ha egyáltalán megütik azt a szintet, hogy beszállítóvá válhatnak – az a jövedelemátcsoportosítási veszteség, amely a nagyméretű kereskedőkkel való osztozkodási aránytalanságból származik. A termelési szint ilyen körülmények között arányában sokkal nagyobb hatékonyságjavítási nyomásnak van kitéve a fennmaradása érdekében, mint a mégoly versenynek kitett nagyméretű kiskereskedelmi lánc.

A kiskereskedelem jövedelmezősége addig nem ölthet nagy méretet, ameddig a kiskereskedelemben – különösen ezen belül a nagyméretű kereskedelmi láncok között – élénk verseny zajlik. Erős versenyhelyzetben ugyanis a kereskedelem jövedelmeit csökkenti az, hogy a fogyasztók megnyerése érdekében erős versenyt is kell folytatni, s ezáltal profitjuk a fogyasztókkal való osztozkodás hatására nem válhat aránytalanul nagygyá. Az erős kiskereskedelmi verseny hatására összességében a termelékenység, a versenyképesség, s ezáltal a társadalom jóléte nő.

A hazai kiskereskedelmi piacon, ezen belül a kiskereskedelmi láncok között is élénk a verseny mind árakban, mind szolgáltatásokban. A verseny intenzív, és a piaci struktúra sem állandó még a több szereplős oligopóliumként jellemezhető, nagyméretű eladóterekkel

45 Mintegy független auditorként, minőségellenőrként, ingatlan hasznosítóként, logisztikai és marketingszolgáltatóként, könyvelési és adatszolgáltatóként viselkedik, amikor külön szolgáltatásként kell megfizetni a beszállító „auditálását”, az áru minőségellenőrzését, kereskedelmi láncon belüli kiszállítást, kihelyezését, reklámozását, a számlázást, az utántöltéshez szükséges fogyási adatokat.

rendelkező hiper-, szupermarket és diszkont lánc szegmensekben sem, amit igazolnak az utóbbi évek új piactalépései (ld. LIDL) is. A kereskedők a hasznuk egy részét kénytelenek a fogyasztóknak átadni, így a jólét növekedési hatások dominálnak. Különösen előnyös az ilyen erős verseny a szegényebb és árérzékenyebb, de mobilabb fogyasztói rétegek számára.

A kiskereskedelem egyes szegmensei (hiper- és szupermarketek, kemény diszkontok, kényelmi üzletek, exkluzív szakboltok stb.) más-más fogyasztói réteg igényeinek kielégítését célozzák meg, s ebből következően más-más választék-, elhelyezkedés-, és árpolitikát folytatnak. Különösen erős az árverseny azokban a szegmensekben, amelyek az árérzékeny fogyasztói rétegek igényeinek kielégítését célozzák.

A beszállítók irányába az élénk versenyből adódóan nagy hatékonysági elvárások jelennek meg. Ez egyrészt hasznos, mert hozzájárul a versenyképes beszállító vállalatok kiválasztódásához. Ezzel párhuzamosan – különösen amikor a szelekció felgyorsul, s a piaci alkalmazkodási folyamat (új belépések, új munkahelyek létrejötte) lassú – társadalmi szempontból érzékeny problémát jelent a kiszelektált vállalatok révén létrejövő munkanélküliség, és az ebből adódó szociális problémák kezelése, különösen amikor ez még területileg is koncentrálnak.

A kiskereskedelmi vállalatok számára a profitérdek nagy ösztönzést, a vevői erő megléte pedig lehetőséget jelent arra is, hogy a beszállítókat árdiszkriminációra készítsék. Amennyiben ez azt eredményezi, hogy a vevői erővel rendelkező kiskereskedők a tényleges költségkülönbségeket meghaladó árelőnyt képesek kiharcolni maguknak a beszállítóktól, akkor azok – amennyiben piaci pozíciójuk azt lehetővé teszi – a kis- és közepes méretű, vevői erővel nem rendelkező kereskedelmi vállalatokkal fizettethetik meg elszenvedett veszteségeiket. Ez kizorító hatással jár az érintett kiskereskedelmi vállalatokra nézve, hiszen magasabb árakon kényszerülnek beszerezni, mint amekkora a költségkülönbségekkel indokolható. Ugyancsak kizorító hatás érvényesülhet azokra a kis- és közepes méretű beszállítókra nézve is, amelyek piaci pozícióik miatt nem képesek a nagyméretű vevőnél elszenvedett veszteségeik más vevőknél történő ellentételezésére, ezért tönkre mennek. Ilyen esetekben az elszenvedett társadalmi veszteségek már meghaladhatják a jólét növekedéséből származó előnyöket, hiszen olyan vállalatokat szoríthat ki a kikényszerített árdiszkrimináció, amelyek nem a hatékonyság különbségek miatt nem életképesek, hanem az indokolatlan árdiszkrimináció, illetve a tárgyalási pozíció különbség miatt elszenvedett veszteségek elviselésére nem rendelkeznek fedezettel.

További problémát jelenthet, hogy a vevői erővel rendelkező vállalatoknak történő eladásokkor a költség alatti árak elfogadása minőségromlást jelent a beszállító vállalat számára.

Ugyancsak ismert következménye a kereskedelmi láncok térnyerésének a nagytételű, szabványos termékek iránti kereskedelmi igények erősödése, amely egyúttal a választék szűkülését is előidézhetheti.

Mindezek az előnyök és lehetséges hátrányok már 2005-ben is megfontolásra kerültek, amikor a kereskedelmi törvényi jelentős piaci, vevői erős vállalatokra vonatkozó szabályozás előkészítési fázisában ezekről összefoglalást adott a GVH az előkészítő minisztérium számára.

A kiskereskedelmi vevői erő jelensége, és annak hatásai más országokban is folyamatosan a figyelem középpontjában vannak. A fent felsorolt hatásokat több, más országban végzett kutatás is igazolja.

3. **keretes: A vevői erő hatásainak értékelése a nemzetközi kutatások alapján:**

Az áttekintés elkészítésében nagymértékben támaszkodtunk Jorge Rodrigues 2006-os tanulmányára⁴⁶, melynek fő következtése, hogy a vevői erő – a negatív hatásokon túl – a verseny és a fogyasztók számára számos előnyös hatással járhat, melyek az alábbiak:⁴⁷

1. A vevői erő **ellensúlyozhatja az upstream szinten jelenlevő piaci erő érvényesíthetőségét**, azaz általában is **csökkenti a beszerzési árakat**.
2. A vevői erő révén elért **költségsökkentés (olcsóbb beszerzési árak) beépülhet a végső fogyasztói árakba, csökkentve azokat**. Ezt a jelenséget hívják *továbbgyűrűzési hatásnak* vagy *pass-through*-nak.⁴⁸
3. Jelentős vevői erővel jellemzően olyan cégek rendelkeznek, akik nagyobb választékot nyújtanak, illetve jelentős reklámkampányokat folytatnak (méret- és választékgazdaságossági okok miatt). Az elért alacsonyabb beszerzési árak miatt ezen tevékenységekre való ösztönöztség még inkább megnő: ez növelheti a kereslet árrugalmasságát, amelynek pozitív hatása van a jólétre.
4. Az alacsony beszerzési árak révén elért versenyelőnyök arra ösztönözhetik a versenytársakat és beszállítókat, hogy saját tevékenységük során is a minél hatékonyabb módszerekhez forduljanak, legyen ez technológiai innováció, vertikális integrációs formák vagy egyéb költségsökkentő eszközök, amelyek szintén hozzájárulhatnak a végső fogyasztói árak csökkenéséhez.

Előfordulhat ugyanakkor olyan negatív hatás, amelyek esetleg ellensúlyozhatja a fentebbi pozitív hatásokat, de ezen negatív hatások nem olyan magától értetődőek és bizonyíthatóak:⁴⁹

1. Mivel a vevői erő relatív, ezért az azzal nem rendelkező downstream versenytársak (érts, kisméretű kiskereskedők) és az upstream piaci beszállítók helyzete és profitabilitási lehetőségei szükségszerűen csökkennek. Az egyes kínálat oldali szereplők jólétének csökkenése önmagában még nem versenypolitikai aggályra okot adó körülmény, ugyanakkor ha ez megnöveli a piacra lépés és terjeszkedés korlátait, akkor csökkenthetnek az ösztönzők a minőségjavításra és az innovációra, amelynek hosszú távon lehetnek jólétesökkentő hatásai.
2. A vevői erő és ennek következtében a downstream piaci erő aszimmetrikus megoszlása oda is vezethet, hogy a vevői erővel rendelkező cégeknél felmerülő költségsökkentésnek csak elhanyagolható vagy kisebb része gyűrűzik tovább a végső fogyasztói árakba, mint effektív verseny esetén.

Egyes magyar kutatások szerint kimutatható az is, hogy a forgalmazási lánc vertikális szintjei között a piaci koncentrációban mutatkozó eltérések – különösen, ha a továbbfeldolgozás, és kereskedelem szintjén jelenik meg koncentráltabb piacszerkezet, miközben a megelőző szint versenyzőbb szerkezetű – azzal a következménnyel is jár, hogy az erősebben versengő termelési szint hatékonyságnövekedéséből származó árelőny (ami az agráriumban a beszállítói árak csökkenésében mutatkozik) egyáltalán nem, vagy jóval kisebb arányban jut el a fogyasztókhoz. Ha az árváltozások késleltetve és más intenzitással adódnak tovább olyan módon, hogy az emelések gyorsabb és nagyobb arányú áremelést okoznak, míg az árcsökkentések késleltetve és kisebb arányban kerülnek átadásra, s erre a fogyasztói kereslet reagál (különösen, ha nagyobb arányban csökkent, kevésbé nő) az a versenyzőbb szerkezetű szektor kibocsátására, jövedelmezőségére negatív hatást gyakorol.

46 Jorge Rodrigues, *Buyer power and pass-through of large retailing groups in the Portuguese food sector*, Autoridade da Concorrência working paper, 2006. szeptember, letölthető: http://www.concorrencia.pt/download/WP14_Study_Sep-06_PubVers.pdf

47 Lásd még Competition Commission (2008, Full Report, p. 160, 9.4): "In general, the exercise of buyer power by grocery retailers is likely to have positive implications for consumers."

48 Ez utóbbi kifejezést a monetáris politikában is gyakran használják (exchange rate pass-through, inflation pass-through), de ott sem alakult ki erre megfelelő magyar fordítás.

49 Lásd Competition Commission (2008, Full Report, 160. o., 9.5): "The exercise of buyer power by grocery retailers may, however, raise concerns in certain limited circumstances if it allows retailers to impose excessive risks and un-expected costs on suppliers, which reduces suppliers' incentive or ability to invest and innovate."

Az alkalmazkodási képesség és készség hiányosságai az agrárszektorban adnak különösen okot aggodalomra. A tőkehiány, a szakmai felkészültség, a keresletorientált termelés hiányosságai, a lassú alkalmazkodás, a relatív alultámogatottság, a versenyképes üzemméret, a közös értékesítési szervezetek hiánya, lassú kialakulása együttesen a piaci szelekcióból adódó problémákat rövidtávon ebben az iparágban erősítik fel különösen.

A tőke- és hatékonysághiány negatív hatásait fokozza, hogy az utóbbi két évtizedben eltérő irányú koncentrációs folyamatok zajlottak: az agrárszektor – különösen annak bizonyos, a kiskereskedelmi szektorral közvetlen kapcsolatban is lévő ágazatai – dekoncentráltabbá váltak, míg a feldolgozóipar koncentráltabbá, és a kereskedelmi szektorban is gyors ütemben kialakultak, megerősödtek a jelentős vevői erővel rendelkező kereskedelmi láncok. Ez utóbbiak gyorsan terjeszkedtek, új típusú üzletpolitikát folytatnak, s az aszimmetria növekedéséből is fakadó jövedelemelszívó képességüket hatékonyan képesek érvényesíteni.

A kereskedelmi törvényben mindezek miatt kerültek tehát bevezetésre 2006-tól a jelentős piaci, vevői erővel rendelkező kereskedelmi vállalatokra vonatkozó magatartási szabályok.

A GVH a jogalkotás eredeti célja – a kkv szektorba tartozó vállalatok számára külön segítség biztosítása – ellen nem emelt kifogást, sőt további felvetései is voltak a kiskereskedelem intenzíven versenyző struktúrájának fenntartása érdekében.

A megvalósítás azonban már az eredeti céloktól eltérőre sikerült, így következtetlenségeket tartalmaz:

- A nem kkv szektorba tartozó, nagybeszállítókat is védi, ami a magas koncentrációjú iparágakban nem támogatható, mert jóléti veszteségeket okozhat, ha a kereskedelem tárgyalási pozícióját az ilyen helyzetekben gyengíti a szabályozás; A törvény nem ad lehetőséget az ilyen helyzetben a törvényi vélelem megdöntésére.
- Nem kezeli támogatásra érdemesnek, nem vette ki a törvény hatálya alól a kkv szektorba tartozó kiskereskedők által létrehozott beszerzési társaságokat a jogalkotó (az ilyen koordinációs társaságok, beszerzési szövetségek léte a fennmaradásért folytatott alkalmazkodás megvalósulása a kiskereskedelmi mikrovállalkozásai körében, s mint ilyen követendő minta a más szektorokban működő mikro- és kisvállalkozások számára);
- A kereskedelmi etikai szabályok megalkotására vonatkozó kötelezéshez, és hatósági jóváhagyási eljáráshoz nem határozott meg elvárásokat, szempontokat, így a formális teljesítést is el kellett fogadnia a hatóságnak.

A jelentős piaci, vevői erővel történő visszaélést szankcionálni hivatott szabályok érvényesítése a GVH hatáskörébe tartozik. (Lásd még a témáról az **1. sz. melléklet** 1.2. pontjában foglaltakat.)

2.1 A kereskedelmi törvény alapján folytatott eljárások

A kereskedelmi törvényi sajátos szabályok hatálybalépését követően több szakmai szervezet által szervezett rendezvényen hívta fel a figyelmet az új szabályozásra, de elérhető a GVH honlapján egy külön e célra szolgáló bejelentési űrlap, illetve a munkatársak a közvetlen megkeresések esetén is tájékoztatást adnak a bejelentő teendőiről, a panasztétel, vagy bejelentés módjáról, a bejelentőt védő garanciákról. A panaszok és bejelentések száma mindezek ellenére a többi piachoz kapcsolódó bejelentések számához képest viszonylag alacsony, s még ilyenkor is előfordul, hogy olyan kereskedő ellen emelnek panaszt a beszállítók, amely esetén a jelentős vevői piaci erő léte nem valószínűsíthető. A GVH-hoz mindössze 39 beadvány érkezett a hatálybalépés óta eltelt három évben. S bár az

ügyfélszolgálatot szinte heti rendszerességgel keresik meg telefonon hasonló panaszokkal, annak ellenére nem lesz folytatása az ügyeknek, hogy az ügyfélszolgálat munkatársa támogatóan lép fel ezekben az esetekben.

A kereskedelmi törvény hatálybalépése óta **hét** – versenyfelügyeleti eljárási szabályok alapján folytatott – **eljárás indult** a GVH észlelése alapján.

Az **első eljárás**⁵⁰ gyökere az volt, hogy a GVH észlelte, hogy a **Tesco** 2005 tavaszától jelentős mértékben megváltoztatta az addig alkalmazott **polcszerviz-rendszerét**. A beszállítók által addig igénybe vett 40-50 cég 6 merchandiser társaságra való csökkentése és csak ezen vállalkozásokon keresztüli polcfeltöltési szolgáltatás igénybevételi lehetősége számos, a beszállítókat hátrányosan érintő gyakorlatra adott lehetőséget. A GVH rendelkezésére álló információk arra utaltak, hogy a korábban bevezetett polcszerviz rendszert a kereskedelmi törvény hatálybalépését követően is változatlanul tovább alkalmazza a Tesco. A Tesco magatartása a GVH szerint valószínűsíthetően sértette azt a szabályt, amely szerint tilos harmadik személy beszállítók vagy a kereskedő saját külön szolgáltatója igénybevételének indokolatlan rákényszerítése a beszállítókra. A Tesco vállalta, hogy ha a polcfeltöltést külsős vállalkozásokkal kívánja végeztetni, akkor évenként pályázatot ír ki, ahol figyelembe veszi a pályázó szakmai felkészültségét, a pályázó által a beszállítók felé alkalmazandó legmagasabb árra tett ajánlatot, illetve a beszállítók által a Tesconak jelzett tapasztalatokat és észrevételeket. Továbbá arra is kötelezte magát, hogy térítésmentesen biztosítja a polcfeltöltő cégek számára a munkavégzésükhöz szükséges eszközöket, felszereléseket és a koordinátori feladatok ellátásáért a beszállítókra nem hárít költségeket. A versenytanács anélkül, hogy kimondta volna a jogsértés megvalósulását vagy hiányát, elfogadta a Tesco kötelezettségvállalását, mert úgy értékelte, hogy a közérdek hatékony védelme így biztosítható. A 2008. februárjában végzett utóvizsgálat arra az eredményre jutott, hogy a Tesco eleget tett a vállalt kötelezettségeknek.

A **második eljárás** 2007-ben az **OBI** ellen folyt.⁵¹ Az OBI által alkalmazott beszállítói szerződéseknek a szállítási feltételekre vonatkozó szakaszaival, különösen a **visszárúzási gyakorlatra** vonatkozó részeivel kapcsolatban merültek fel aggályok, mint ahogy az alapkondíciókban szereplő **díjakkal, a hozzájárulások előírásával**, illetve a különböző **kedvezmények előírásával** kapcsolatban is, végül pedig kifogásolhatóak voltak az **akciózási gyakorlat** egyes elemei is a legkedvezőbb feltételek alkalmazásának kikötése miatt. Az eljárást végül a Versenytanács megszüntette, mert az OBI jelentős piaci erővel való visszaélése beszállítóival szemben nem nyert bizonyítást.

A **harmadik eljárás** szintén a **Tesco** ellen indult 2008. februárjában⁵². A második eljárásban a **beszállítói szerződésekben alkalmazott** egyes **kikötések** (a visszárúzási és kötbérezési gyakorlat, egyes díjak, hozzájárulások előírása, egyes szerződéses rendelkezések utólagos megváltoztatás a másik fél hátrányára) vizsgálatára került sor.

Az eljárás kötelezettség vállalással zárult az alábbi tartalommal:

1. A Tesco ajánlatot tesz a visszárúval kapcsolatos rendelkezések módosítására a teljeskörű visszárúzás követelményét tartalmazó szerződéseknel.
2. Ajánlatot tesz a kötbérrel kapcsolatos rendelkezések módosítására a teljes körű visszárúzás teljesítésének biztosítékeként kikötött kötbéréknél.

50 A hivatali nyilvántartási száma: Vj 92/2006.

51 A hivatali nyilvántartási száma: Vj 149/2007.

52 A hivatali nyilvántartási száma: Vj 23/2008.

3. Ajánlatot tesz a minőségellenőrzéssel kapcsolatos költségekre vonatkozó rendelkezések módosítására ott, ahol a szerződés szerint a szállító köteles az ellenőrzéssel kapcsolatos valamennyi költséget a megrendelő részére megtéríteni. A Tesco vállalja, hogy hibátlan termék esetében nem terhel át költséget a szállítóra.
4. Vállalta, hogy saját szolgáltatásait utólag számlázza.
5. Vállalta, hogy a szerződéseiben nem használ apró betűvel írott részeket.
6. Vállalta, hogy a kötelezettségvállalásnak megfelelő ajánlatokat 2009. március 1-vel kezdődő pénzügyi évére vonatkozó szerződési tárgyalásainak megkezdése előtt megküldi az érintett beszállítók részére.

A fenti kötelezettségvállalások betartásának ellenőrzése céljából a GVH még utóvizsgálatot tart.

2008-ban **további négy eljárás** indult a **beszállítói keretszerződések különböző kondícióinak** kereskedelmi törvényi rendelkezésekkel való ütközése miatt. Az eljárás alá vont vállalkozások a **PROVERA** Beszerzési Kft., és tagjai (a Magyar Hipermarket Kft., a Csemege-Match Kereskedelmi Zrt. és a Profi Magyarország Kereskedelmi Zrt.), az **Auchan** Magyarország Kft., a **METRO** Kereskedelmi Kft., és a **SPAR** Magyarország Kereskedelmi Kft. voltak.⁵³

A beszállítói szerződésekben szereplő díjak előírása aggályokat vetett fel minden eljárás alá vont vállalkozás esetében, hiszen a díjak mögötti szolgáltatás tartalom vitatható volt – a szerződések szövege alapján nem volt egyértelmű. Több vállalkozás esetén kifogásolható volt még a visszarúzási gyakorlat is – elsősorban a szezonális visszarúzás esetén – főleg az akciózási gyakorlatukhoz köthetően.

Az eljárás megindításakor alapvetően a következő valószínűsíthetően jogsértő magatartások kerültek azonosításra: i) a visszarúzási gyakorlatra vonatkozó, a beszállítók számára – elsősorban a szezonális áruk esetén – vélhetően aránytalanul magasabb kockázat felvállalásának előírása, ii) a díjrendszer alkalmazása, iii) a különböző kedvezmények előírása, iv) egyes esetekben a kötbér előírása. Mivel a beszállítói keretszerződések számos pontja tartalmazott olyan rendelkezéseket, melyek a Kertv. 7. §-ának (2) bekezdésnek különböző pontjait sérthették, a vizsgálat alapvetően a megállapodások egyes szakaszainak pontos feltárására, illetve azoknak a Kertv. fenti bekezdésével való összeegyeztethetőségére tért ki.

Az eljárások mindegyike az eljárás alá vontak kötelezettségvállalásával zárult. Ennek megfelelően a kereskedők arra vállaltak kötelezettséget, hogy a szerződések beszállítók számára egyoldalúan hátrányos kockázatvállalást előíró pontokat kiveszik a szerződésből, vagy módosítják azokat. Ezzel a döntéssel elérhető az a cél, hogy a beszállítók kiszolgáltatottságát ténylegesen deklaráló szerződéses feltételek módosításával **a beszállítókat egyértelműen hátrányosan érintő pontok kikerülnek a szerződésekből.**

Mind a négy eljárás tekintetében utóvizsgálatot tart a GVH a kötelezettségvállalások teljesítésének ellenőrzése érdekében.

4. keretes: Öt eljárás közös tapasztalatai a keretszerződések kondícióiról

A díjrendszer alkalmazásával kapcsolatos kereskedői magatartások értékelése – a díjak, kedvezmények, bónuszok alkalmazása (a Kertv. 7. §-a (2) bekezdésének c) és f) pontjai alapján)

A díjak, kedvezmények rendszerének alkalmazásával kapcsolatban a Kertv. 7. §-a (2) bekezdése f) pontjának

53 Hivatali nyilvántartási számuk: Vj-91, 92, 93, 94/2008.

sérelme vethető fel, de a Kertv. 7. §-a (2) bekezdésének c) pontja szintén sérülhet. A határvonal a díjak és a költségek között húzódik, tehát a rendszeren belül először is bizonyos szinten el kellett különíteni ezt a két kategóriát. A **díjak** alapvetően olyan összezszerűen meghatározott tételeket jelentenek, melyek mögött szolgáltatás található, így számon kérhetők, és a nevük alapján jellemzően beazonosíthatók. **Költségként** kezelendők ugyanakkor azok a tételek, melyek nem szolgáltatáshoz köthetők, hanem valamely, a szerződéses kapcsolat során felmerülő szükséges ráfordítás áll mögöttük. A két kategória közötti, illetve magatartásbeli azonosságok miatt az elhatárolás igen nehéz, a végkövetkeztetések szempontjából azonban az elhatárolás kérdésének nincsen nagy jelentősége a vizsgált ügyekben. Elnevezéstől függetlenül közös ugyanis az ilyen esetkörben, hogy a kereskedő a saját szolgáltatásainak – jellemzően mintegy monopolista – eladójaként jelenik ezeknél a „külön szolgáltatásoknál”. Az elbírálás szempontjai így jellemzően megegyeznek, tehát az érdekkörök elkülönítését, körülhatárolását kell elvégezni, illetve az arányosság követelményének érvényesülését kell megvizsgálni az esetek többségében.

Azon Kertv. alapon indított eljárások, ahol a kereskedők díjrendszere kerül kifogásolásra, többnyire két, egymást átfedő irányban indulnak, és kiterjednek a

- a kereskedő üzleti érdekét is szolgáló – így raktározási, reklámozási, marketing és más - *költségek* aránytalan áthárításának vizsgálatára (a Kertv. 7. § (2) bekezdése c) pontjának második fordulatára) és
- a különféle *díjak* beszállító számára történő egyoldalú felszámításának vizsgálatára (f) pont).

A vizsgálatokban alapvetően azt kellett mérlegelni, hogy adott költség, díj mögött elsődlegesen a kereskedő vagy a beszállító érdekkörébe tartozó okok vannak-e, tehát mely fél érdekét szolgálja az a tevékenység, melynek költségét, díját részben vagy egészben a beszállítóra terheli a kereskedő, illetve azt kellett eldönteni, hogy a költségek arányosan oszlanak-e meg a felek között. Ez az elhatárolás a mai kereskedelmi viszonyok mellett rendkívül nehéz, hiszen az érdekkörök voltaképpen összefonódnak.

A vizsgálatok során a kereskedők által kialakított szerződéses gyakorlatokban, ebben a körben a *bónuszoknak, kedvezményeknek* is fontos szerepe van, így a teljesség kedvéért a vizsgálatok erre a köre is kiterjedtek, azonban a jogi értékelés szempontjából ezeknek általánosságban nincs relevanciája. Ennek indoka, hogy egyrészt nem tekinthetők költségeknek, így tehát kívül esnek a c) pont alkalmazásának körén, másrészt nem kötődik hozzájuk szolgáltatás sem, nem mondhatóak díj jellegűnek, így az f) pont sem vonatkozik rájuk. Alkalmazásuk olyan, a kereskedelemben általánosan bevett gyakorlatot jelent (pl. mennyiségi kedvezmény, rövidebb fizetési határidőre vonatkozó kedvezmény), melyet a vizsgálatokban a GVH tulajdonképpen a beszállítói árak mértékére közvetlenül ható ártényezőként fogadott el, tehát a Kertv-ben szereplő egyik kategóriába sem sorolhatók.

A kereskedelmi törvény szerint a költségek aránytalan áthárításról akkor beszélhetünk, ha megállapítható, hogy az érdekkörök megoszlását a költségmegoszlás nem tükrözi. A különféle díjak egyoldalú felszámítása pedig akkor valósul meg, ha a beszállító az adott szolgáltatást nem is igényli, vagy ténylegesen nem kapja meg, a díjat azonban kötelezően meg kell fizetnie, illetve ha olyan szolgáltatás költségét, mely a kereskedő érdekköréhez is kapcsolódik – így például a marketinggel kapcsolatos szolgáltatások – aránytalan mértékben a beszállítónak kell megfizetnie.

A beszállítók által kialakított egyedi feltételek többször is megjelennek a szerződésekben, azaz a díjtételek igen különbözőek lehetnek, tükrözik a felek alkupozícióját, illetve az üzletkötő felkészültségét, az adott termék népszerűségét a fogyasztók körében, a vállalkozás nagyságát...stb. E körülmények miatt a díjtételek mértékét illetően nehéz általánosítható megállapításokat tenni.

A különböző díjak, visszatérítések mértéke sokszor egyedi áralku eredménye, annak meghatározása nem költségalapon történik még akkor sem, ha azt a kereskedőn kívül más szolgáltatótól nem lehet igénybe venni azt a szolgáltatást, amiért felszámolják. Az eljárásokban mindezt a kereskedők és a beszállítók nyilatkozatai is rendre alátámasztották. A kereskedők érdeke nyilvánvalóan azt diktálja, hogy minél több visszatérítést kapjanak a beszállítóktól; minél olcsóbban és minél kedvezőbb kondíciók mellett akarják az árut beszerezni, illetve a beszállító is tudja, hogy a tárgyalások során meddig mehet el, és ez alapján jön létre végül az akarategység. Mindebből következően a kereskedők közül egyik sem vezet olyan nyilvántartást, amelyből egyértelműen következtetni lehetne arra, hogy a különböző jogcímenek beszedett díjak mögötti szolgáltatásnak pontosan milyen költségvonzata is van.

A **logisztikával, áruszállítással** összefüggő díjért cserébe például a beszállítónak nem kell a termékeket minden egyes áruháza beszállítani, hanem a kereskedő központi raktárába szállítják őket, ahonnan a kereskedő szervezi meg az eljuttatásukat az áruházaiba. Ily módon a beszállító a szállítási költségben tényleges megtakarítást realizálhat, vagyis a beszállító és a kereskedő érdekkörébe egyaránt beletartozik ez a tevékenység,

és nehéz meghatározni, hogy hol húzódjon a költségmegosztás határa. (Ilyen esetben ténylegesen az ellátási láncból kiiktatott nagykereskedelmi áruterítési funkció költségeinek telepítéséről döntenek a felek.)

Az **áruházon belüli marketingtevékenység** inkább tartozik például a beszállító érdekkörébe, hiszen itt jelenik meg az áruk közötti verseny a legélesebben, ezért nyilvánvaló, hogy ennek adott termékkel összefüggő külön költségeit is inkább a beszállítónak kell viselnie, míg az **áruházon kívüli marketingköltség** tekintetében az érdekkörök arányosabban oszlanak el. A törvény szerinti *egyoldalú felszámítás* voltaképpen abban rejlik, hogy a költségmegosztás aránytalan a felek között, illetve az egyértelműen a kereskedő érdekkörében nyújtott szolgáltatás díját a beszállítónak kell megfizetnie – egészben, vagy nagyobb arányban.

Adott esetben a beszállító szívesebben fizet egy olyan díjért, amelyért képes valós, ellenőrizhető ellenszolgáltatást megkövetelni, ezáltal a kereskedő közbenjárásával (pl. marketing, termékkihelyezés stb.) a beszállító is magasabb árbevétel tud realizálni. Más felállásban a kereskedő a költségeit az árrésen keresztül érvényesítené, racionális lépés például az ún. „nettósítás” (a különböző díjak beépítése az átvételi árba), amely esetben szintén realizálható lenne az üzleti tevékenység költségfedezete, azonban a beszállítóknak semmiféle beleszólása nem lenne a kereskedő üzletmenetébe, s így összességében nem mindig volna méltányosabb a beszállítókra nézve. Jelenleg a nettósítás még nem váltotta fel a külön díjak alkalmazásának rendszerét.

A visszarúzási gyakorlat alkalmazása (a Kertv. 7. §-a (2) bekezdése c) pontja megsértésének vélelme)

A mai kereskedelmi környezetben a hagyományos megoldások alkalmazása, így a visszarúzás gyakorlata is jelentősen megváltozott. A nagy alapterületű üzletekben a rendkívül nagy mennyiségű és igen különböző termék megnehezíti azt, hogy a kereskedő megfelelő piaci, szakmai ismeretekkel rendelkezzen az összes általa forgalmazott árurol. Ennek következtében a kiskereskedelem e szegmensében a kereskedő nem kizárólag egyedül méri fel és viseli a különböző, a rendelési mennyiségekhez, a kihelyezéshez, az árazáshoz kapcsolódó kockázatokat, hanem ezek megosztására törekszik. Ezt példázza a kategória menedzserment, mint újszerű megoldás is, amely a fogyasztói szokásokat, viselkedést, a kereslet alakulását érintő lényeges információk gyűjtésének és feldolgozásának, felhasználásának egy kiválasztott – adott piacot ismerő, azon érdekelt – beszállítóra (kategória menedzser) való telepítését jelenti, akinek feladata még, hogy az adott árucsoport forgalmát maximalizálva, összetételét, kihelyezését, utánrendelését stb. optimalizálja. Egy ilyen megoldás esetén a kereskedőnek nem kell befektetnie az adott termékpiac ismeretéhez szüksége speciális szakértelem megszerzésébe, míg a kategóriamenedzser közvetlen információhoz jut az adott termékpiacról, ellentétben azokkal a versenytársaival, akik ezeket az információkat megvásárolni lesznek kénytelenek.

A kockázatmegosztás másik formája, amikor a kereskedő és a beszállító együtt mérik fel a piac alakulását, együtt döntenek a beszállításra kerülő mennyiségekről. Ilyen esetben a visszarúzás költségeinek közös viselése jelenti a méltányos és tisztességes gyakorlatot, nem pedig a beszállítóra való teljes ráterhelés.

A köznyelvben a visszarú kifejezést általában két esetre alkalmazzák. Abban az esetben, amikor hibás teljesítés vagy más ok miatt az eredeti szerződés részben vagy egészben meghiúsul és ennek következményeként a termékek egy része, vagy egésze visszakerül az eladóhoz. A másik eset, a visszavásárlási jogra épülő értékesítési konstrukció, amelynél az eredeti vevő jogosult a szerződésben meghatározott időn belül arra, hogy a megvásárolt terméket visszaküldje, és a teljes vételárat visszatérítik számára – azaz a szerződés nem hiúsul meg.

A visszarúzás gyakorlatával kapcsolatban a Kertv. 7. §-a (2) bekezdése c) pontja megsértését kell vizsgálni, tehát azt, hogy a kereskedő tisztességtelen, számára egyoldalúan előnyös kockázatmegosztást eredményező feltételeket írt elő a beszállítóval szemben.

A törvény jogsértő, ha egyoldalúság van a rendelési mennyiségekhez kapcsolódó kockázatok viselésében. Amennyiben a rendelési mennyiségeket a kereskedő és beszállítója együtt alakítják ki, akkor a tisztességes kereskedelmi gyakorlat alapján a visszarúzás költségeit is együtt kellene viseljék. Ellenkező esetben, amennyiben a visszarúzás teljes költségét a beszállító viseli, az egyoldalúnak tekinthető. Ha a kereskedő egyedül határozta meg a rendelési mennyiséget, még nyilvánvalóbb, hogy tisztességesen a gyakorlat

A vizsgálatokban feltárt információk, illetve beszállítói nyilatkozatok alapján a kereskedők által rendelt mennyiségek kialakításába a beszállítóknak általában van beleszólása, ennek mértéke, gyakorisága azonban beszállítónként is eltérő lehet. A kereskedők visszarúzási gyakorlata nem egységes, alapvetően függ a termék jellegétől, az áruszállítás milyenségétől – akciós vagy normál üzletmenet keretében történik-e –, illetve attól, hogy minőségi kifogás-e az oka. Ebből következően az ilyen eseteket egyedileg, az adott terméknél alkalmazott rendelési rendszerrel, és okokkal összevetve lehet minősíteni.

2.2 Piackutatás a nagyméretű kereskedelmi láncok és a beszállítók kapcsolatáról

Annak érdekében, hogy a GVH empirikusan is megalapozott képet kapjon a nagyméretű kiskereskedők és beszállítók közötti kapcsolat sajátosságairól, illetve, arról, hogy a kereskedelmi törvény hatálybalépése gyakorolt-e valamilyen hatást a kereskedők és beszállítók kapcsolatára a GVH 2007. első negyedévében piackutatást rendelt meg⁵⁴.

A kutatás a nagyméretű kereskedelmi láncok és a beszállítók kapcsolatát a beszállítók szempontjából vizsgálta az üzleti kapcsolat konkrét jellemzőin keresztül, mint például a gyártók értékesítési politikája, szerződéskötési gyakorlata, fizetési feltételek, árképzés, valamint a fizetési határidők betartása.

5. Keretes: A kutatás módszertana

A piackutatás két fázisban zajlott, egyrészt mélyinterjú, ún. kvalitatív szakaszból, mely egy előre meghatározott témavázlat segítségével tárta fel a termelő/gyártó cég tevékenységét, kereskedelmi láncokkal való kapcsolatát 16 félig strukturált mélyinterjú segítségével, 11 cégnél és 4 szövetségnél [felmérés ideje: 2007. január – március között] másrészt kérdőíves felmérésből, ún. kvantitatív szakaszból állt, ami 392 cég körében végzett személyes megkérdezésen alapult. [felmérés ideje: 2007. április – június].

A mintában elsősorban az FMCG⁵⁵ termékeket, ezen belül főként élelmiszeripari termékeket termelő cégeket kerestek fel.

A megkeresés folyamán élelmiszeripari adatbázisokat, valamint a KSH cégadatbázisát használták fel (telefonos kérdéssel előszűrve a lehetséges beszállítókat). A sokaság jellemzőiről nem állt rendelkezésre információ, ezért ebből a szempontból reprezentativitásra nem tudtak törekedni. A cél az volt, hogy egyaránt szerepeljenek a mintában árbevétel és foglalkoztatottak száma szerint közepes és nagy vállalatok, magyar és külföldi, illetve vegyes tulajdonban lévő vállalkozások, valamint márkás és márkánév nélküli terméket beszállító cégek. A lekérdezést az ország egész területén végezték.

A kutatás során 1.087 céget kerestek meg – első lépésben telefonon – és 392 kérdőívet sikerült felvenni. A sikerességi arány 36%, ami nagyon alacsonynak számít a személyes megkérdezéses vizsgálatok között. A sikertelen adatfelvétel részben a válaszmegtagadásnak (43%), részben időpont egyeztetési problémáknak (21%) köszönhető.

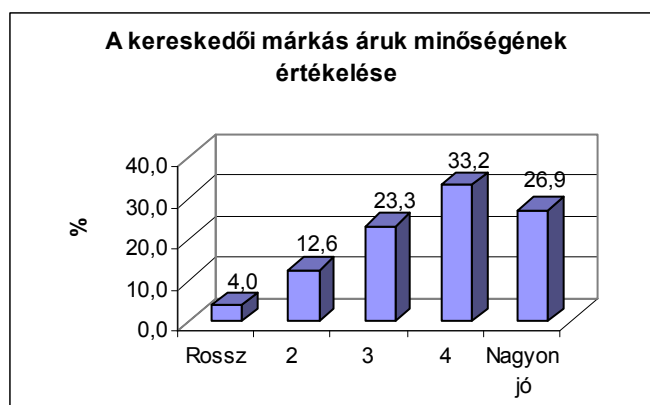
Magyarországon is érvényesül az a világtendencia, amely a számos más országban már sokkal korábban lezajlott, a kereskedelem egyre fokozódó koncentrálódása. Ez a gyakorlatban a multinacionális kereskedelmi láncok megjelenésével, az értékesítési területek ugrásszerű növekedésében nyilvánul meg. Ezzel egyidejűleg az áruházláncok piaci súlyuknál fogva, képesek üzleti nyomást gyakorolni a beszállítókra, amelyet a nemzetközi szakirodalom „buyer power”, vevői erő kifejezéssel ír le.

A várakozásokkal ellentétben **a vevői erő különféle megnyilvánulásai**, például a kereskedelmi láncoknak fizetendő díjak, kedvezmények köre, nem a – méretük, árbevételük alapján – gyengébb, kisebb és kiszolgáltatottabb beszállítókat, hanem azokat az erősebb, dinamikusabb cégeket, jellemzően a **középvállalatokat sújtja leginkább**. Ezeknek a vállalatoknak – növekedési potenciáljuk okán – alapvető érdekük, hogy a fogyasztók minél szélesebb körét elérjék, és – másik szempontot tekintve – a gazdaság növekedéséhez ez járulnak hozzá leginkább. E hatás ésszerű magyarázata lehet, hogy ez a vállalati kör a beszállításra kerülő áruk volumene miatt már nincsen abban a helyzetben, hogy egy esetleges kilistázás esetén – különösen rövid idő alatt – egyáltalán tudjon alternatív értékesítési csatornát találni. A kisebb volumeneket szállító vállalatoknál ez a hatás gyengébb: kevesebb árura kevésbé nehéz vevőket találni.

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

55 Fast Moving Consumer Goods (gyorsan forgó fogyasztási cikkek)

Kereskedői (saját)márkás áruk minőségének értékelése



Forrás: MKIK GVI

A kutatás kitért a **saját márkás termékek** szerepének vizsgálatára. A beszállítók 60%-a nyilatkozott úgy, hogy valamely kereskedelmi partnere forgalmaz saját márkás árut az általa szállított termékcsoporthoz, tehát az esetek többségében legalább egy partner versenytársként is megjelenik a gyártó/termelő számára. Ezen áruk minőségét a kérdezettek pozitívan ítélik meg, a legtöbben jónak, vagy nagyon jónak tartják azokat.

A kereskedők által támasztott igényeknek jelentős és hasznos szerepük van a beszállítóknál történő **terméket, vállalati belső szerkezetet és szervezeti felépítést érintő fejlesztésekre**. Mindez leginkább a hazai tulajdonban lévő kis- és közepes vállalatokat érinti, s így hozzájárul e cégek versenyképességének növekedéséhez.

A kutatás alapján összességében **ellentmondásos kép** rajzolódott ki a kereskedelmi láncok és a beszállítóik kapcsolatát illetően; míg a mélyinterjúk alapján a beszállítók kiszolgáltató helyzetére derült fény, addig a szélesebb körben lefolytatott kérdőíves vizsgálat szerint a beszállítók és a kereskedők között jó, együttműködő a kapcsolat⁵⁶. A jó kapcsolatra utal, hogy a megkérdezett cégek többsége nyereségesen működik. Számos esetben azonban előfordul, hogy a beszállító legfontosabb partnerével szemben érvényesített átadási árai nem eredményeznek akkora nyereséget, ennek ellenére a tőkeerősebb beszállítók fontosabbnak tartják a kereskedelmi láncok által biztosított széles körű piaci jelenlétet. A beszállítók relatíve kisebb mértékű kiszolgáltatóságára utal, hogy egy-egy értékesítési csatorna részesedése az összes eladásból átlagosan 20% körül alakul, és egy gyártó átlagosan 5 kereskedőt szolgál ki, emellett a kereskedők és beszállítók üzleti kapcsolataiban nagymértékű mozgás tapasztalható.

A kapcsolat konkrét megnyilvánulásait tekintve, mint például a **szerződés-kötési gyakorlat**, a beszállítók által fizetett díjak mértéke esetén azt figyelhetjük meg, hogy a beszállítók túlnyomó többsége rendelkezik írásbeli szerződéssel, a szerződések azonban 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 felmérésből kiderült, hogy a kereskedők több jogcímen tartanak igényt a beszállítóktól

56 Ez az ellentmondás részben azzal magyarázható, hogy a mélyinterjúk szakasz a kutatás megalapozó, az empirikus kutatás kérdőívének elkészítéséhez szükséges fázisa volt, igen szűk körben végezték, s az eredmények így nem teszik lehetővé mélyebb következtetések levonását. A mélyinterjú eredményei, még ha szélesebb körben végzik el, akkor sem számszerűsíthetők, ezért az eredmények szinte mindig igénylik a „hagyományos” kérdőíves kutatással történő alátámasztást. Jelen esetben a mélyinterjúknak előkészítő szerepük volt.

visszatérítésre, és ezekért cserébe sokszor semmilyen ellenszolgáltatást nem kapnak. A beszerzési társulások, annak köszönhetően, hogy több nagyméretű kereskedelmi láncot képviselnek, hangsúlyozottan tudják érvényesíteni a különféle visszatérítéseket. A tárgyalás során a tőkeerősebb beszállítók vannak sokszor rosszabb alkupozícióban, mivel számukra fontosabb a kereskedelmi láncok által biztosított piaci jelenlétet.

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 maga rendezi a vitás kérdéseket** a kereskedelmi partnerével, és nem élnének a panasztétel jogukkal.

Az eredmények alapján a kereskedelmi láncok pozitív hatásai is megfigyelhetők; ugyanis a kereskedők által támasztott igényeknek 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 hozzájárul e cégek versenyképességének növekedéséhez.

2.3 A beszállítói oldali piaci szereplőkkel folytatott konzultációk

A kereskedelmi törvény hatályba lépését követően elenyésző számban érkeztek beszállítói panaszok a versenyhatósághoz annak ellenére, hogy a törvény megalkotása során lezajlott vitákban sok szó esett arról, mennyire kiszolgáltatott ez a réteg. Ezért a Magyar Agrárkamarával, és a beszállítói oldal más képviselőivel tartott megbeszéléseken a hivatal több alkalommal felajánlotta, hogy rendszeresen módot ad arra, hogy a szakmai szervezetek, az általuk észlelt jelenségekről, beszállítói problémákról szerzett tapasztalataikat bemutathassák, illetve tájékoztattott arról, hogy a bejelentők számára milyen módon lehet anonimitást biztosítani.

Ugyanezen okból közvetlen tájékoztatást kaptak magyar cégvezetők is, akikkel kerekasztal beszélgetésen kísérelt meg a GVH információt szerezni a beszállítók és kereskedők kapcsolatáról, és az őket foglalkoztató érzékenyebb kérdésekről, visszás tapasztalataikról.

A közvetlen, konkrét ügyeket érintő panaszok és bejelentések száma mindezek ellenére csekély maradt. Ez a tény a más országokban is megjelent (például angol és német) tapasztalatokkal megegyező okokkal és körülményekkel függhet össze:

- a tartós kapcsolatok kiépítését, fenntartását és fennmaradását nem segíti elő a hatóságok, bíróságok, vagy bármely más harmadik fél bevonása a felek közötti viták rendezésébe,
- a vitákat, akut problémákat gyorsabban lehet és kell elrendezni, mint ahogyan azokat a hatóságok és a bíróságok teszik,
- a kilistázás reális veszélye visszatartja a gyengébb pozíciójú felet a máshoz fordulástól, hiszen egy-egy nagyméretű kereskedővel való kapcsolat kiépítése és fenntartása jelentős befektetéseket igényel, amelyek elvesztését nem kívánják kockáztatni,
- a beszállítói pozíció megszerzése kapacitáskihasználási szempontból előnyös, egy stabil, jól működő együttműködés fenntartása kisebb tranzakciós költségekkel jár,
- a nagyobb volumen, ám korlátozott földrajzi piacon értékesítő termelőnek nehéz, sőt néha szinte lehetetlen alternatív csatornákat, értékesítési lehetőségeket találnia, kiépítenie,

- a nagyméretű kereskedők, mint partnerek biztos fizetőknek számítanak, így ha esetenként vitákat követően és késve is, de számíthat a beszállító a teljesítésre, ami visszatartja a bizonytalanabb háttérű kereskedőkkel való helyettesítéstől stb.

2.4 A kereskedelmi etikai kódex

A kereskedelmi törvény a jelentős piaci erővel rendelkező vállalkozásokat kötelezi arra, hogy a beszállítókkal való kapcsolataikban tisztességes kereskedelmi gyakorlatokat alkalmazzanak, alkossák meg az ezeket tartalmazó etikai kódexet, valamint alakítsák ki az alkalmazandó eljárásrendet. A GVH-hoz a törvény hatálybalépését követő hat hónapon belül, azaz 2006. december 1-ig kellett a fenti vállalkozásoknak jóváhagyásra benyújtani a törvényi kötelezettség teljesítésének megfelelő etikai kódexüket.

6. keretes: A magyar kereskedelmi etikai kódexhez hasonló külföldi megoldások

A 2002 márciusában, a **Nagy-Britanniában** bevezetett szupermarketek magatartásának szabályozásáról szóló etikai kódex (Supermarkets Code of Practice) rendelkezései elsősorban a beszállítók és a szupermarketek (hipermarketek) viszonyát rendezik. Az Kódex valamennyi ismert és lehetséges szerződéskötési körülményre (így például az üzleti feltételek írásbeliségére, az ésszerű időn belüli fizetés kötelezettségére, a visszamenőleges árcsökkenés tilalmára, a marketing költségekhez való hozzájárulás és az alacsony profit miatti kompenzáció kikötésének, valamint a belistázási díj tilalmára) kiterjed. A Kódex bevezetése ellenére az élelmiszerpiacot érintő ágazati vizsgálat 2008 áprilisában publikált jelentése megállapította, hogy a beszállítók és a szupermarketek közötti viszony érdemben nem változott, a szupermarketek változatlanul áthárítják költségeiket a beszállítóikra.

Romániában a hipermarketek, az agrártermelők és az élelmiszer-feldolgozók között került sor egy hasonló tartalmú együttműködési megállapodás aláírására 2008 júliusában. A megállapodás - az angol Kódexhez hasonlóan - elsősorban a szerződési feltételek egyensúlyba hozására, valamint a kereskedők oldalán felmerülő költségek beszállítókra történő áthárításának tilalmára terjed ki, emellett tartalmazza a kereskedő által a termelőnek előírt kizárólagos értékesítés, valamint olyan kitételek alkalmazásának tilalmát, amely a termelőt arra kötelezné, hogy csak a kereskedő felé érvényesített áron adhatja el a termékét más kereskedőnek.

Olaszországban a nemzeti versenyhatóság 2005-ben szembesült a magyar üggyhöz hasonlítható problémával, azonban ebben az esetben egy törvényjavaslatról volt szó, melyet versenypártolási funkciójuk keretében igyekeztek orvosolni, így versenyfelügyeleti eljárásra nem került sor. A törvényjavaslat lényege az volt, hogy a nagy alapterületű üzletekben az adott régióból származó mezőgazdasági és feldolgozott élelmiszer termékeknek fenn kellett tartani egy százalékosan meghatározott minimum helyet (értékesítési felületet). Ezenfelül a javaslat a legnagyobb kiskereskedelmi áruházak építéséhez vagy bővítéséhez szükséges engedélyek megadását a fenti rendelkezés betartásához kötötte volna.

Lettországon a közelmúltban volt egy - parlamenti képviselő által indított - kezdeményezés egy önkéntes megállapodás kidolgozására a termelők és a kiskereskedelmi kereskedők valamint a Gazdasági Minisztérium között az egyes élelmiszerekre vonatkozó haszonkulcsokat illetően, amelyet „szolidaritási árnak” neveztek volna. Azonban mivel a megállapodás versenykorlátozóknak minősülhetett volna, és a termelői oldal haszonkulcsa már így is jelentéktelen, a kezdeményezést nem dolgozták ki részletiben.

Bár **Szlovákiában** eddig nem volt hasonló eljárás, ugyanakkor 2002-ben, a kiskereskedelmi láncokra vonatkozó törvény tervezete kapcsán az élelmiszertermelőknek és feldolgozóknak voltak arra irányuló erőfeszítései, hogy a törvénybe kerüljön be egy olyan rendelkezés, mely a jogszabály címezteit arra kötelezte volna, hogy az azok által forgalmazott élelmiszertermékek legalább 70%-a szlovák előállítású legyen. Azonban ezen rendelkezés a szlovák versenyhivatal egyetértésének hiánya miatt végül nem került a törvénybe.

Litvániában a Kereskedelmi Vállalkozások Szövetsége elfogadott egy a kereskedelmi vállalkozásokra vonatkozó üzleti magatartási kódexet, amely ugyanakkor nem tartalmaz a más tagállamból származó termékekre (ill. az azok kereskedelmére) vonatkozó hátrányos megkülönböztetést.

Az Országos Kereskedelmi Szövetség (OKSZ), a kódexet aláíró, törvényi kötelezettségének eleget tevő jelentős piaci erővel rendelkező vállalatok képviselőjeként 2006. november 9-én nyújtotta be kérelmét a GVH-hoz az általa 2006. július 4-én kiadott Kereskedelmi Etikai Kódex jóváhagyására.

A kódexet – más vállalatok mellett – a jelentős piaci erővel rendelkező kereskedelmi vállalatok, így az **Auchan** Magyarország Kft., a **Cora** Magyar Hipermarket Kft., a **Csemege-Match** Kereskedelmi Zrt., a **Metro** Holding Hungary Kereskedelmi Kft., a **Plus** Élelmiszer Diszkont Kft., a **Penny Market** Kft., a **Profi** Magyarország Kereskedelmi Zrt., a **Reál** Hungária Élelmiszer Zrt., a **SPAR** Magyarország Kereskedelmi Kft., valamint a **Tesco** Global Magyarország Zrt. fogadták el és írták alá.

A benyújtott etikai kódex rendelkezései elnagyoltak, a szokásos és ismert konfliktushelyzetekre részletes magatartási útmutatásokat nem tartalmaznak, az eljárást lefolytató etikai testületekbe nem biztosítanak delegálási jogot az ellenérdekű félnek, így mind tartalmában, mind pedig döntési rendszerében aggályai voltak a GVH-nak a Kódex használhatóságát illetően. A kereskedelmi törvény vonatkozó szabálya azonban nem adott a jóváhagyási eljáráshoz döntési szempontokat, így a formálisan megfelelő Etikai Kódex jóváhagyását – jogalap hiányában – nem lehetett megtagadni.

A GVH így annyit tehetett, hogy csupán határozott időre, a 2007. december 31-ig terjedő időszakra hagyta jóvá a Kereskedelmi Etikai Kódexet, de fenntartotta a lehetőséget a további beavatkozásra. Úgy láttuk, hogy érdemi értékelést csak a gyakorlati tapasztalatok birtokában lehetséges elvégezni mind az etikai szabályok tartalmának, részletezettségének, mind az Etikai Testület tagjai delegálási rendjének és az eljárásrend alkalmazásának kérdéskörében. Mindezek miatt a vállalatoknak a 2007. szeptember végéig szerzett kezdeti tapasztalatairól és alkalmazási gyakorlatáról, eredményeiről, az esetleges problémákról be kellett számolniuk a GVH-nak. A GVH egyúttal felkérte a Kereskedelmi Etikai Bizottságot is, hogy addig összegyűljő észrevételeit, tapasztalatait, és javaslatait 2007 november végéig juttassa el a GVH-hoz, hogy mindezek ismeretében a kódex szükséges korrekcióját kezdeményezni lehessen.⁵⁷

A GVH felkérte a beszállítókat, valamint azok képviselőit és érdekképviselői szervezeteit is, hogy a Kereskedelmi Etikai Kódexnek a jelentős piaci, vevői erővel rendelkező kereskedelmi vállalatoknak a beszállítókkal szembeni magatartási szabályai alkalmazásával és alkalmazhatóságával kapcsolatos tapasztalataikat, észrevételeiket, véleményüket és javaslatukat juttassák el a GVH-nak.

A beérkezett információk alapján megállapítható volt, hogy a Kereskedelmi Etikai Testület első évi tevékenysége az ügyek számát tekintve az **alacsony aktivitás** miatt nem volt jelentős, illetve a kereskedők megfelelően tájékoztatták az alkalmazottakat a kódex tartalmáról, annak **módosítására pedig sehonnán nem érkezett javaslat**. A fentiek alapján a GVH újabb határozatában 2010-ig jóváhagyta a kódexet.⁵⁸

A kereskedelmi törvény legutóbbi módosítása 2009. október 1-től az Etikai Kódex vonatkozásában – minden előzetes tájékoztató, vagy a GVH-val történt előzetes egyeztetés nélkül – megszüntette a GVH ellenőrzési lehetőségét e területen. Így ismételt „beszámoltatásra”, véleménykérésre már nem lesz jogi lehetősége a hivatalnak.

57 Ld. a kiadott határozatot a **4. sz. melléklet** 4.1. részében.

58 Ld. a második határozatot a **4. sz. melléklet** 4.2. részében.

2.5 Az Élelmiszer Termékpálya Kódex

A 2009. április 9-én kilenc szakmai szervezet⁵⁹ által aláírt **Élelmiszer Termékpálya Kódex** rendelkezéseinek jelentős része az élelmiszer termékpálya egymással vertikális kapcsolatban lévő szereplői közötti méltányosabb, egymás hosszú távú érdekeinek tiszteletben tartását segítő magatartási szabály gyűjtemény. Mivel a beszállítói oldali szakmai szervezetek és a politika nyomását tükröző rendelkezéseket tartalmaz, **nagyobb részt** az erősebb tárgyalási helyzetű, a termékpályán termelődő profitból nagyobb arányban részesedő **kereskedelmi vállalatok beszerzési oldali viselkedésére tartalmaz önkorlátozó szabályokat az aláírt kódex**. Az önkorlátozás vállalása a beszállítói oldal várakozásai szerint méltányosabb osztozkodást eredményezhetne az ő javukra, a kereskedők haszna terhére. Versenypolitikai szempontból a versengő piacokon a vertikális szintek közötti jövedelemosztzkodás nem versenyjogi kérdés. **Így a kódex ilyen tartalma, az önkorlátozás e területeken történő vállalása közömbös a versenyjog alkalmazó hatóság számára.**

Ismert, hogy a valóban is hatásos önszabályozások attól működnek jól, mert a közös, hosszú távú érdekek belátása és önkéntes, alacsony költségű követése jellemzi azokat, nem pedig a kikényszerítési mechanizmus erőssége dominálja az önszabályozás működését.

Ebben az esetben is nyilvánvaló, hogy ha a kereskedelmi vállalatok tulajdonosai körében a rövid távú profitmaximalizálás célja prioritást élvez más célokkal (pl. társadalmi felelősségvállalás, környezetvédelem stb.) szemben, akkor az önkorlátozás vállalása nem esik egybe az érdekeikkel, sőt kifejezetten ellentétben állhat azokkal. Ha tehát nem a prioritások megváltozása áll a megegyezés háttérében, hanem csupán taktikai megfontolások, akkor valójában kevésbé valószínű az önkorlátozás önkéntes betartására vonatkozó ösztönzőség létezése, s ilyen sokszereplős, rengeteg tranzakcióval jellemzett piacokon akkor nem kerül sor a vállalt normák önkéntes követésére sem.

A termékpálya **etikai szabályok** másik – **kisebb** – **része a nemzetközi kereskedelmi forgalom (import, export) létéből és lehetőségeiből származó versenynyomások csökkentését célzó szabályokat tartalmazott**. A kereskedőknek korlátozniuk kellene az import termékek rendelkezésére bocsátott polc felületek méretét, az import választékát, a termelőknek nem szabadna kihasználniuk a hazainál előnyösebb külpiazi beszerzési vagy értékesítési lehetőségeket, ha a hazai partnereknél is van kínálat vagy igény a termékekre stb.

7. keretes: Élelmiszer Termékpálya Kódex elleni versenyjogi kifogások az ügyindításkor

2009. április 9-én a hazai termelők, élelmiszerfeldolgozók, és kereskedők aláírták az Élelmiszer Termékpálya Kódexet (a továbbiakban: Kódex), amely a jövőben egyfajta önként vállalt szakmai-üzleti etikai normaként hivatott szabályozni a működésüket.

A Kódex rendelkezései - többek között - az alábbiakat tartalmazzák:

- A termékpálya vállalkozásai árpolitikájukban nem alkalmaznak **piacveszélyeztető eszközöket**, így különösen:
 - **nem forgalmazznak** saját üzletben előállított terméket **önköltségi ár alatt**,
 - **nem forgalmazznak** szezonterméket **akciós áron** az adott termék hazai **értékesítési szezonjának kezdetén**.

59 Mezőgazdasági Szövetkezők és Termelők Országos Szövetsége, a Magyar Agrárkamara, az Élelmiszerfeldolgozók Országos Szövetsége, a Tej Termékintézet, a Magyar Zöldség-Gyümölcs Szakmaközi Szervezet és Termékintézet, a Vágóállat és Hús Szakmaközi Szervezet és Termékintézet, a Baromfi Termékintézet, Országos Kereskedelmi Szövetség, valamint az Általános Fogyasztási Szövetkezetek és Kereskedelmi Társaságok Országos Szövetsége

- A termékpálya vállalkozásai a kiemelt jelentőségű hazai termékek körét illetően **külföldről származó termékekkel csak a választékot bővítik.**
- A termékpálya élelmiszerforgalmazással foglalkozó vállalkozásai élelmiszerválasztékának kiemelt jelentőségű hazai termékekből álló hányada a Magyar Köztársaság területén **megfelelő mennyiségben és folyamatosan előállított kiemelt jelentőségű hazai termékek esetében** - azon időszakokban, amikor ezeket a termékeket Magyar Köztársaság területén is jelentős mennyiségben állítják elő - **eléri az elsődleges és másodlagos kihelyezések polcfelületei alapján mérhető 80%-ot.**
- A termékpálya élelmiszer-előállítással foglalkozó vállalkozásai **árletörési céllal nem importálnak kiemelt jelentőségű hazai termékek körébe tartozó mezőgazdasági alapanyagot.**
- A termékpálya mezőgazdasági termeléssel foglalkozó vállalkozásai a kiemelt jelentőségű hazai termékek körében **exportra csak a hazai piacon nem értékesíthető többletmennyiséget értékesítik, árfelhajtási céllal pedig nem exportálnak** e körbe tartozó mezőgazdasági alapanyagot.

A Kódex szerződési feltételekre, termékpálya szabályokra, illetve a kiemelt jelentőségű hazai termékekre vonatkozó külön szabályozást tartalmazó egyes pontjai eltérően kezelik a belföldi, illetve más tagállamból származó termékeket. A Kódex ezáltal alkalmas lehet arra, hogy megkülönböztesse a hazai, valamint kiemelt jelentőségű hazai termékek előállításával és értékesítésével foglalkozó vállalkozásokat a más tagállamból származó termékek előállítását, behozatalát és forgalmazását végző vállalkozásoktól, korlátozva ezáltal az utóbbiak értékesítési lehetőségeit Magyarországon belül.

A megállapodás a tagállamok közti kereskedelmet is érintheti, mivel az Magyarország egész területére kiterjed, és jellegéből adódóan is olyan hatást fejthet ki, amelynek révén – az EKSz.-el elérni kívánt kölcsönös gazdasági átjárhatóságot akadályozva – megerősíti a piacok nemzeti alapon történő feldarabolását.

A közösségi joggyakorlat alapján ugyanakkor arra juthatunk, hogy a Kódex nem esik kívül a közösségi versenyjog hatályán sem, ugyanis:

- A Kódex által érintett termékek többsége az EKSz. I. mellékletében megtalálható lista alapján mezőgazdasági terméknek minősül, így ez elvileg nem képezne akadályt a mentesítést biztosító Tanácsi rendelet alkalmazásának. Az 1184/2006/EK rendelet 2. cikk (1) bekezdése szerint csak a nemzeti piaci rendtartás részét képező mezőgazdasági termékekre vonatkozó megállapodásokra nem kell alkalmazni az EKSz. 81. cikkét. Következésképp a rendelet előírása csak olyan mezőgazdasági termékeknél érvényesül, amelyek még nem részei a közös piaci szervezetnek, vagy olyan területeken, ahol a közös szervezet lehetővé teszi a nemzeti piaci rendtartás további működését.
- A rendelet szerint a kartelltilalmat nem kell alkalmazni, ha a megállapodás szükséges az EKSz. 33. cikkében foglalt fenti célkitűzések eléréséhez. Tekintettel arra, hogy a hazai termelők, felvásárlók, feldolgozók és kereskedők a Kódex aláírásával olyan szabályokat is fogantatosítottak, amelyek alkalmasak lehetnek arra, hogy hátrányosan megkülönböztessék más tagállamok termelőit a magyar termelőktől, ezért ez a feltétel biztosan nem teljesül, más szóval alkalmazhatóvá válnak a versenyjogi rendelkezések. Ezt támasztja alá az EKSz. 34. cikkének (2) bekezdése is, mely kimondja, hogy a közös piacszervezés a 33. cikkben meghatározott célkitűzések megvalósítására korlátozódik, és a termelők vagy a fogyasztók közötti minden megkülönböztetést kizár a Közösségen belül.
- A fentiekén túl, a mezőgazdasági népesség megfelelő életszínvonalának biztosítása, valamint a piacok stabilizálása is jelentősen sérülhet. Fontos itt hangsúlyozni, hogy amikor a közösségi szabályozás mezőgazdasági népességről beszél, akkor nem egy-egy tagállam mezőgazdaságból élő lakosságát érti ezalatt, hanem az EU teljes területén élőkét, államhatárookra való tekintet nélkül. Ebből következően egy állam termelői életszínvonalának javulása a többi kárára nem lehet összhangban sem az EKSz., sem a rendelet céljaival. Ugyanez igaz a piacok stabilizálására is. Ez sem az egyes nemzeti piacok mások rovására történő megerősítését jelenti, hanem közvetetten - a tagállamok közötti gazdasági kohézió révén - az egyes nemzeti piacok gazdasági tevékenységének fejlődésére épülő közös piac megerősítését kell érteni alatta. A közös piac alapvető célkitűzésének egyébként - számos más közös politika (így a versenypolitika) mellett - a közös agrárpolitika is teljesen alá van rendelve.
- A Kódex versenyjogi hatálya alóli mentesülését és kizárólagos agrárszabályozás alá tartozását ugyanakkor kizárja az is, hogy a közösségi joggyakorlat alapján az a megállapodás, melynek már egy kereskedő is a részese, nem eshet kivétel alá. Mindebből következően a Kódexet az általános versenyjogi rendelkezések alapján kell elbírálni.

E rendelkezések – lévén Magyarország az Európai Unió tagja – ütköznek mind a közösségi, mind a magyar versenyjogi rendelkezésekkel. **A versenyjog nem tiltja azt, hogy egy adott vállalkozás – önálló – üzletpolitikai megfontolásaiból következően szabadon alakítsa szerződéses kapcsolatait, s adott esetben előnyben részesítsen valamely termékeket, vagy partnereket a többiek hátrányára.** Ellenben országosan működő iparági szervezetek, vállalati szövetségek olyan tartalmú szerződéseket, export-, vagy importversenyt korlátozó megállapodásokat automatikusan nem köthetnek, amelyek az egységes európai piacon belül korlátozzák az áruk szabad mozgását.

Az ilyen tartalmú megállapodások esetén az a szabály, hogy a megállapodásban részt vevő feleknek kell igazolniuk, hogy a céljaik elfogadhatóak, az alkalmazott megoldás arányos, s a fogyasztók jóléte szempontjából is több az előnye, mint a verseny korlátozásából fakadó hátrányai. Ezek bebizonyítása, igazolása nélkül a megállapodás ilyen tartalmú rendelkezései a tiltott körbe esnek.

Ha egy megállapodás rendszerben vannak más elemek is, ami miatt a felek be kívánják tartani a fennmaradó tartalommal a kódexben megjelent elveket, irányokat, annak versenyjogi akadálya nincsen. Nyilvánvalóan a felek céljain és akaratán múlik az, hogy fűződik-e elegendő érdekük a korábbinál hézagossabb viselkedési normákat tartalmazó megállapodás betartására. Ha igen, akkor működhet az Élelmiszer Termékpálya Kódex is a vertikális jellegű beszállítási gondok megelőzését célzó szabályokkal, de ha nincs valós, megváltozott prioritásokon alapuló érdekeltisége a feleknek, különösen a kereskedők részéről, akkor ez elegendő indok lehet a megállapodás egészének felmondására.

8. keretes: Élelmiszer Termékpálya Kódex miatt indult versenyfelügyeleti eljárás megszüntetésének főbb okai

A Kódex kapcsán indult versenyfelügyeleti eljárás során az alábbiak nyertek bizonyítást:

A vizsgálatot két – egymástól elkülöníthető – időbeli szakaszra érdemes bontani: **(1)** a Kódex 2009. április 9-én, az eljárás alá vontak általi aláírásától annak hatályba lépéséig eltelt időszakra, valamint **(2)** a Kódexben meghatározott 2009. július 1-i hatálybalépést követő időszakra.

1. A Kódex aláírását követő, de hatálybalépését megelőző időszak

Az aláíró szervezetek tagsági alávetésének kérdése:

A Kódex szövetségek, kamarák, terméktanácsok általi aláírása nem tekinthető úgy, hogy azok teljes tagsága aláveti magát a Kódex hatályának. Ennek egyik oka, hogy az aláíró szervezetek az egyesületi jogról szóló 1989. évi II. törvény, illetve a Polgári Törvénykönyvről szóló 1959. évi IV. törvény vonatkozó rendelkezéseinek megfelelően nem rendelkeznek törvényi képviseleti jogkörrel a tagjaik vonatkozásában, így azok semmilyen jognyilatkozata nem tekinthető a tagjaik, vagy azok egy része képviseletében tett nyilatkozatnak, aminek következtében tagjaikra sem jogok, sem kötelezettségek nem hárulhatnak. Másrészt, az eljárás során tett nyilatkozatok alapján is nyilvánvalóvá vált, hogy az aláíró szövetségek – a megállapodás aláírása előtt, vagy közvetlenül azt követően a GVH eljárásának elindításáig – nem bírtak a tagjaiktól olyan felhatalmazással, illetve nem kértek a tagjaiktól olyan nyilatkozatot, amely alapján a tagok, vagy a tagok jelentős csoportjainak egyöntetű akarategyezsége a Kódex tekintetében megállapítható lenne.

Azzal kapcsolatban, hogy a Kódex milyen módon és rendben válhat az azt aláíró szövetségi, kamarai, terméktanács tagok – vagy azok egy része – által alkalmazott szabállyá, maga a Kódex tartalmaz egyértelmű rendelkezéseket. A Kódex 1. cikkelyének („A Kódex hatálya”) rendelkezései egyértelműen önkéntessé teszik a Kódex szabályainak betartását. Az 1.2. cikkely kifejezetten kimondja ugyanis, hogy: *„a Kódex személyi hatálya kiterjed mindazon a Magyar Köztársaság területén működő vállalkozásokra, melyek mezőgazdasági termelőként, élelmiszer-előállítóként, élelmiszer-alapanyag vagy élelmiszer-késztermék behozatalával foglalkozóként, illetve élelmiszer-forgalmazóként tevékenykednek, eljárás indulása esetén pedig az Élelmiszer Termékpálya Etikai Bizottság értesítése nyomán nyilatkozatban ismerik el magukra nézve a Kódexbe foglalt anyagi és eljárási szabályok érvényességét.”*

A Kódex eljárás részletes rendjére vonatkozó 10. cikkelye szerint ugyanakkor a Kódexben foglalt szabályok

állítólagos megsértése miatti bejelentésnek – többek között – magában kell foglalnia a „*bejelentő azon nyilatkozatát, amelyben magára nézve elismeri a Kódexben foglalt anyagi és eljárási szabályok érvényességét*” (Kódex, 10.9. cikkely). A bejelentésről az Etikai Bizottság elnöke értesíti a bejelentettet és az értesítésben egyben nyilatkozattételre hívja fel, hogy ez utóbbi „*aláveti-e magát az Élelmiszer Termékpálya Kódex eljárásának*” (Kódex, 10.12. cikkely). Ezen a ponton tehát a bejelentett (tag)vállalkozásoknak is megnyílik a lehetősége arra, hogy a Kódex 1.2 cikkelyének megfelelően nyilatkozzanak, hogy a Kódex szabályait elfogadják-e.

A Kódex gyakorlati megvalósulása csupán a mezőgazdasági termelő, élelmiszer-előállító, élelmiszer-alapanyag vagy élelmiszer-késztermék behozatalával foglalkozó, illetve élelmiszer-forgalmazóként tevékenykedő tagokat tömörítő országos szövetségek, kamarák és terméktanácsok szintjén létrejött akarategységig jutott, amit azok jellemzően aláírásukkal fejeztek ki 2009. április 9-én. Ez azonban – tekintettel arra, hogy ezek a szervezetek egyáltalán nem folytatnak üzleti tevékenységet – önmagában, a tagok automatikus kötelezése, vagy azok önkéntes alávető nyilatkozata nélkül nem alkalmas arra, hogy a Kódex gyakorlati megvalósulásának utat nyisson.

Ebből következően még a Kódex versenykorlátozó célzatú cikkelyei esetében is megkérdőjelezhető az, hogy a versenykorlátozáshoz vezethető – és versenyfelügyeleti eljárás megindításához nélkülözhetetlen – magatartás, tevékenység vagy állapot létrejött-e azáltal, hogy a szövetségek, kamarák, terméktanácsok aláírták a – rájuk nézve jogokat nem keletkeztető, kötelezettségeket nem tartalmazó – megállapodást, amely csak a tagjaik, tagvállalataik érdemi alkalmazása révén valósulhatna meg.

2. A Kódexben meghatározott 2009. július 1-i hatálybalépést követő időszak

Az eljárás során, még a Kódex hatálybalépése előtt az összes eljárás alá vont nyilatkozott a tekintetben, hogy:

- vagy egyáltalán nem alkalmazzák a Kódexet 2009. július 1. napjával⁶⁰,
- vagy a GVH által kifogásolt cikkelyeket nem alkalmazzák⁶¹,
- vagy a GVH eljárásának lezárásáig felfüggesztik a Kódex alkalmazását⁶²,
- vagy határozatlan ideig függesztették fel a Kódex alkalmazását.⁶³

Mindez a gyakorlatban azt jelenti, hogy a fenti szervezetek kötelezettséget vállaltak arra, hogy még a Kódex hatályba lépését követően sem ajánlják a Kódex rendelkezéseinek elfogadását és alkalmazását tagjaik számára.

A fenti nyilatkozatok beérkezését követően, 2009. július 9-én a GVH szóbeli meghallgatást tartott az összes eljárás alá vont részvételével a Kódex jövőbeni alkalmazásával kapcsolatos kérdések tisztázása érdekében, melyen mind a *termelői oldalt*⁶⁴ (Magyar Zöldség-Gyümölcs Szakmaközi Szervezet és Terméktanács, Vágóállat és Hús Szakmaközi Szervezet és Terméktanács, Tej Terméktanács, Magyar Agrárkamara, Mezőgazdasági Szövetkezők és Termelők Országos Szövetsége), mind a *feldolgozó oldalt* (Élelmiszerfeldolgozók Országos Szövetsége) képviselő szervezetek egyöntetűen kinyilvánították, hogy a Kódex csak valamennyi aláíró, kötelezettséget vállaló oldal részvétele mellett érvényes, melyből következően a *kiskereskedelmi oldalt* képviselő szervezetek (Országos Kereskedelmi Szövetség, Általános Fogyasztási Szövetkezetek és Kereskedelmi Társaságok Országos Szövetsége) abból való kilépése azt végrehajthatatlanná tenné, így azt nem alkalmazzák.

Ezt követően, 2009. július 20-án az Általános Fogyasztási Szövetkezetek és Kereskedelmi Társaságok Országos Szövetsége is nyilatkozott a tekintetben, hogy „*(...) az országgyűlés által elfogadott élelmiszer termékpálya törvény rendelkezései a Kódexet kiüritik, annak fenntartása, s szabályainak alkalmazása feleslegessé vált, ezért az ÁFEOSZ a Kódex alkalmazásától végérvényesen eláll.*”

⁶⁰ Lásd a Magyar Zöldség-Gyümölcs Szakmaközi Szervezet és Terméktanács, valamint az Országos Kereskedelmi Szövetség 2009. június 30-án kelt nyilatkozatait.

⁶¹ Lásd a Baromfi Terméktanács 2009. június 29-én kelt nyilatkozatát.

⁶² Lásd a Vágóállat és Hús Szakmaközi Szervezet és Terméktanács, a Tej Terméktanács, a Magyar Agrárkamara 2009. július 1-én kelt erre vonatkozó nyilatkozatait, valamint a Mezőgazdasági Szövetkezők és Termelők Országos Szövetségének 2009. június 30-án és az Általános Fogyasztási Szövetkezetek és Kereskedelmi Társaságok Országos Szövetségének 2009. május 25-én kelt nyilatkozatát.

⁶³ Lásd az Élelmiszerfeldolgozók Országos Szövetségének 2009. június 30-án kelt nyilatkozatát.

⁶⁴ Ez alól egyedül a Baromfi Terméktanács a kivétel, amely még 2009. június 29-én nyilatkozott arra vonatkozóan, hogy a GVH által kifogásolt cikkelyeket egyáltalán nem alkalmazza.

Ennek következtében – tekintettel az Országos Kereskedelmi Szövetség 2009. június 30-án tett nyilatkozatára – a kiskereskedelmi oldalt képviselő szervezetek végérvényesen elálltak a teljes Kódex alkalmazásától, melyből következően – a rendelkezésre álló bizonyítékok tükrében – a többi eljárás alá vont részéről sem feltételezhető a Kódex alkalmazása, még a GVH általi eljárásindításkor nem megkérdőjelezett – versenykorlátozó elemeket nem tartalmazó – szűkebb normatartalommal sem.

A Kódex gyakorlati megvalósulásának tehát még annak elvi hatálybalépését követően sincsen realitása, melyből kifolyólag az is megkérdőjelezhető, hogy versenykorlátozó célzat bárminemű érdemi versenykorlátozáshoz vezethetne.

Értelemszerűen tényleges, illetve lehetséges versenykorlátozó hatásokról sem lehet szó a Kódex vonatkozó cikkelyei kapcsán, tekintettel arra, hogy a Kódex aláírását követően egyáltalán nem lépett hatályba, a kiskereskedelmi oldalt képviselő szervezetek kilépésével ugyanakkor annak jövőbeni alkalmazása is kizárt.

Fentiekre tekintettel – a Tptv. 71/A. §-a alapján – a versenyfelügyeleti eljárást végzéssel való megszüntetéséről döntött a GVH, mivel a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem volt törvénysértés megállapítható, és az eljárás folytatásától sem volt eredmény várható.

Figyelembe véve, hogy – a fentiekben, a Tptv. 11. §-a alapján indult eljárás kapcsán részletesen kifejtett okok miatt – a GVH a Tptv. alapján indult versenyfelügyeleti eljárást megszünteti, s mivel további versenyhatósági beavatkozásra nincsen szükség, a GVH – az 1/2003/EK rendelet 5. cikkében⁶⁵ foglaltakra tekintettel – az EK-Szerződés 81. cikke alapján indult versenyfelügyeleti eljárást is megszünteti.

Ebben az esetben azonban az eljáró hatóságnak nincsen más feladata, mint megállapítani azt, hogy a megállapodás megszűnt, s ezzel okafogyottá válik az eljárás további folytatása, nincsen szükség további versenyhatósági beavatkozásra.

2.6 Az élelmiszer termékpálya törvény

2.6.1 Előzmények

Az agrárpiaaci rendtartási törvény 2003-as módosításakor – ellenezve a beszerzési ár alatti értékesítés tilalmának, és a 30 napos fizetési határidő törvénybe foglalását – vetette fel a GVH⁶⁶, hogy angol mintára etikai kódexet kellene kötelezővé tenni a nagyméretű kereskedők és a kkv szektorba tartozó beszállító vállalatok közötti kapcsolatok rendezésére.⁶⁷ Bár az Országgyűlés a GVH észrevételeit nem vette figyelembe a jogalkotás során, 2005-ben, a

⁶⁵ E rendelkezés az EK-Szerződés 81. és 82. cikkében meghatározott versenyszabályok végrehajtását illetően a tagállamok versenyhatóságainak jogkörével kapcsolatban kimondja, hogy „(...) amennyiben a birtokukban lévő információk alapján a [az EK-Szerződés 81. cikkében megfogalmazott] tilalom feltételei nem teljesülnek, olyan határozatot is hozhatnak, hogy részükről semmilyen intézkedés nem indokolt.”

⁶⁶ „A jelenlegi versenykörülmények, piaci viszonyok között az állami szabályozás, illetve hatósági jellegű beavatkozás helyett célravezetőbb lenne egy olyan megoldás, amelynek keretében a törvényalkotó a nagyméretű kiskereskedelmi láncokat és beszerzési társulásokat arra kötelezi, hogy versenyfelügyeleti kontroll mellett, etikai kódexben rögzített önszabályozó vállalásokat tegyenek az indokolatlan jövedelem-átcsoportosítást eredményező szerződéses gyakorlatok, kikötések elkerülésére. Természetesen ehhez megfelelő eljárási rendelkezéseket és vitarendezési fórumokat (pl. független mediátor) is társítani kell. Meglátásunk szerint egy ilyen megoldás hatékonyabb védelmet nyújtana a kiszolgáltatott helyzetben lévő kis- és közepes méretű beszállítóknak a nagyméretű kiskereskedelmi láncok vevői erővel történő visszaéléseivel szemben, a hatékonysággal alá nem támasztott jövedelemátcsoportosítási technikák alkalmazása ellen.”

Ld. A GVH álláspontja az agrárpiaaci rendtartásban megjelenő vevői erővel összefüggő szabályozási tervezetről (GVH, Budapest, 2003. március) – Javaslatok 2. pont (13. oldal)

(Letölthető: <http://www.gvh.hu/domain2/files/modules/module25/pdf/agrar.pdf>)

⁶⁷ A „történelmi” előzményekhez tartozik, hogy már 1999-ben is felmerült egy etikai szabályozás szükségessége az ÉFOSZ részéről, de a kereskedelmi hálózatok végül nem írták alá a megállapodást. (Erről számol be Juhász Pál és Mohácsi Kálmán: Az uniós csatlakozás néhány hatása a hazai élelmiszeriparra c. cikkében, Közgazdasági Szemle 2001. május)

kereskedelmi törvény kodifikálásakor az FVM kísérletet tett egy általa – az angol kódex mintájára – előkészített magatartási rend kereskedelmi vállalatokkal való elfogadtatására. A kísérlet kudarcot vallott, míg a kereskedelmi törvényi kötelezettség nyomán született Kereskedelmi Etikai Kódex ellenben kevésbé alkalmazhatónak bizonyult.

A 2007-es áremelkedések után, egyik-másik 2008-as termékpálya feszültség (dinnye, tej) bűnbakja, továbbá az alacsonyabb árú import termékek megjelenési helyei elsősorban a nagyobb hipermarket és diszkont kereskedelmi láncok lettek. Ez ismételten ráirányította a szaktárca figyelmét az erősebb alkuerejű kereskedelmi vállalatok részéről tapasztalható tényleges, vagy vélt méltánytalanságokra.

Az FVM – a román példa⁶⁸ alapján – 2008 őszén a kereskedők és a minisztérium közötti megállapodás tervezetét készítette elő azzal, hogy a 2005-ös etikai kódexhez képest új elemként jelentek meg az erősebb importkorlátozásra (max. 20%), valamint visszatérítési szintre (max. 5%), kötbér mértékére (max. 20%), saját márkás termékek árazására (max. áreltérés 20%), szezontermékek marketingtermékként való használatától való tartózkodásra stb. vonatkozó – versenykorlátozás lehetőségét magában hordozó – önkorlátozás vállalási elvárások⁶⁹, amelyeket szerettek volna a 2008. november végén nyilvánosságra hozott megállapodás részévé tenni.

A nehezen haladó tárgyalásoknak az adott lökést, hogy öt képviselő 2008. december 3-án benyújtott indítványára az Országgyűlés 2008. december 15-én határozatot fogadott el⁷⁰ arról, hogy amennyiben a kereskedők 2009. január közepéig nem írnak alá egy megállapodást a beszállítókkal való méltányosabb viselkedésre, akkor törvénytervezet benyújtására hívják fel a minisztert. (Megjegyzendő, hogy a határozati javaslat nem tartalmazott és jogszerűen nem is tartalmazhatott importkorlátozásra való kötelezettségvállalásokra való felhívást.)

2009 januárjában a minisztérium már elkészített egy törvénytervezetet, de annak hivatalos államigazgatási egyeztetésére nem került sor.

2009. április 9-én ellenben a termékpálya szövetségei aláírták azt az etikai kódexről szóló megállapodást, amelyben a beszállítók és a feldolgozók, valamint a kereskedők közötti méltányosabb viselkedés szabályai mellett helyet kaptak (import-, ár-, marketing- stb.) versenyt korlátozó szabályok is, amelyek miatt a GVH eljárást indított május végén⁷¹.

A kialakult helyzetre adott gyors válasz az öt képviselő⁷² által 2009. június 23-án benyújtott, majd sürgősséggel tárgyalt és június 29-én egyhangúlag elfogadott két törvény lett:

- Ebből a már kihirdetett törvény⁷³ az agrárpiaci rendtartásról szóló 2003. évi XVI. törvény módosításával **korlátozza a GVH versenyfelügyeleti hatáskörét az élelmiszer termékpálya vállalkozásai közötti koordinációk vonatkozásában**. Félő, hogy egy ilyen megoldás nem illeszkedik a mezőgazdasági ágazatra alkalmazandó Uniós és magyar versenyszabályokban lefektetett korlátozásokhoz és feltételekhez. Felettből

68 A román megállapodásban versenykorlátozó jellegű magatartási szabályokról nem adott hírt az agrársajtó sem – ld. nyilvánosságra hozott tájékoztatót (letölthető: http://www.agrarhirek.hu/europai_unio/975.html)

69 Ld. „Megállapodás az élelmiszer-forgalmazó vállalkozások és a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium között” (tervezet) http://www.fvm.hu/doc/upload/200811/megallapodas_tervezet_081128.pdf

70 H-6958 sz. határozati javaslat (Font Sándor - FIDESZ, Herbály Imre - MSZP, Karsai Péter - MDF, dr. Medgyasszay László - KDNP, Velkey Gábor - SZDSZ)

71 VJ-65/2009. sz. versenyfelügyeleti eljárás

72 Herbály Imre (MSZP), Font Sándor (Fidesz), Dr. Medgyasszay László (KDNP), Velkey Gábor (SZDSZ) és Karsai Péter (független)

73 2009. évi LXXXVII. törvény az agrárpiaci rendtartásról szóló 2003. évi XVI. törvény módosításáról

nemkívánatos precedenst teremt a törvényhozás, ha törvényalkotási lépésekkel nyit valamely ágazatban burkolt vagy nyílt lehetőséget a versenyellenes gyakorlatok megvalósítására azáltal, hogy az ágazatért felelős miniszternek nem ad érdemi hatósági beavatkozási lehetőségeket, vagy nincs a versenyellenes gyakorlatok felügyeletére, szankcionálására szakmai hozzáértéssel és megfelelő hatáskörrel rendelkező szakmai hatósága, miközben a létező versenyhatóság hatáskörét megvonja.

- A köztársasági elnök által megfontolásra visszaküldött⁷⁴, a mezőgazdasági és élelmiszeripari termékek vonatkozásában a beszállítókkal szemben alkalmazott tisztességtelen forgalmazói magatartás tilalmáról szóló törvény⁷⁵ ellenben újra megfontolásra kerülhet.

2.6.2 A törvényalkotás célja és néhány tartalmi visszássága

A mezőgazdasági és élelmiszeripari termékek vonatkozásában a beszállítókkal szemben alkalmazott tisztességtelen forgalmazói magatartás tilalmáról szóló törvény általános indoklásában megfogalmazottak alapján a törvényalkotás célja a vevői erővel rendelkező kereskedők viselkedésének szabályozása.

Mindezt azonban olyan módon oldja meg ez a törvény, hogy rendelkezései a kereskedelmi törvény 100 milliárdnál nagyobb forgalmú, vevői erővel rendelkező kereskedőkre vonatkozó sajátos szabályainak átírását jelentik azzal az eltéréssel, hogy – méretkülönbség, hálózatosodás ténye nélkül – **valamennyi kereskedő-beszállító kapcsolatra alkalmazandóak**⁷⁶.

A törvény nem ad lehetőséget a törvényi vélelem megdöntésére, miközben súlyos szankciókat helyez kilátásba a legkisebb kereskedő által elkövetett törvénysértések esetére is azzal, hogy minimálisan százezer forint összegű bírságot kell kiszabnia a hatóságnak, ismételt esetben pedig fél millió forintot. Egyértelmű, hogy a több tízezer mikro- és kisvállalkozói körbe tartozó kereskedő számára a kisebb hibák miatt is a felszámoláshoz vezető utat jelentheti az ilyen állami beavatkozás. **A példálózó felsorolások egyes esetei ugyanis akár az esetleges beszállítói fölény kihasználását segíthetik a kisméretű kereskedőkkel szemben, netán a piac megtisztítását azoktól a potenciális versenytársaktól, akik a kereskedelemben terjeszkedni akaró beszállító útjában állnak** (például a szerződés három napon belüli írásba foglalási kötelezettsége, a rendelési mennyiség ésszerű határidőn túli közlése, az ellenérték kifizetésével való késés stb.).

Közismert tény, hogy számos élelmiszer-feldolgozási ágazatban (cukor, édesség, malom, növényolaj stb.) magas a koncentráció szintje, míg a kereskedelem bizonyos szegmenseiben (kis vegyesboltok, zöldség-gyümölcs szakboltok) mikro- és kisvállalkozások tömege működik. Mindkét ágazatban működő vállalkozáscsoportok esetén előfordul, hogy a szomszédos piacokon növelik az aktivitásukat (a beszállítók a kereskedelmi szektorban terjeszkednek, boltot nyitnak, vagy a kereskedők az élelmiszer előállításban lépnek piacra). A gazdasági hanyatlás és hitelszűke idején különös óvatosságot igényel minden olyan előírás szigorítás, amely bizonyos iparági vállalkozások gyors bedőléséhez vezethet azért, mert a

74 Ld. T-10057/6. levél (<http://www.parlament.hu/irom38/10057/10057-0006.pdf>)

75 T-10057/5 megszavazott törvényjavaslat (<http://www.parlament.hu/irom38/10057/10057-0005.pdf>)

76 Más szóval az a törvényi vélelem, hogy a nagy multinacionális élelmiszergyártó üdítőital vagy édességgyártó vállalat, s a külföldi anyához tartozó magyar tej- vagy cukoripari beszállító gazdasági függésben van, s rendkívül kiszolgáltatott a természetes személy egyéni vállalkozó lakóhely közeli egy szem vegyesboltjával szemben is. E törvény szerint ugyancsak gazdasági függésben van, s rendkívül kiszolgáltatott a helyi pék a helyi kisbolttal szemben akkor is, ha a pék öt környékbéli település boltjait látja el, vagy magának is van boltja a pékségnél.

szabályozás valamelyik vertikális szintet érdemi előkészítés és megfontolás nélkül – mintegy bűnbakként – **egyoldalúan szabályoz, diszkriminál.**

Ugyancsak külön veszélyekkel jár nem csupán a kereskedőkre, de a beszállítókra nézve is a **semmisség általános alkalmazásának előírása.** Mint ismert a beszállítói keretszerződések több tucat feltételt határoznak meg. **Egy-egy feltétel törvénybe ütközése esetén az egész szerződést semmissé nyilvánítani akár azoknak a kereskedőknek az érdekeit szolgálhatja inkább, amelyek ilyen módon könnyen és olcsón tudnak szabadulni – a visszaeső, stagnáló kereslet mellett – mára kevésbé kívánatosá vált beszállítói szerződéseiktől.**⁷⁷ Ez pedig éppen azoknak a beszállítók számára káros leginkább, amelyek a megkötött szerződéseikben bízva a termelési folyamatot érvényes szerződéseik, megrendeléseik tudatában szervezve folytatják. A megrendelő elvesztése nagyobb csapás lehet, mint a szerződés módosítása, netán egy-egy kikötés érvénytelensége.

Sajátos, a **jogállamiságot veszélyeztető megoldás** az is, hogy **az eljáró hatósági helyszíni kutatás nincsen bírói engedélyhez kötve, vagy hogy a bírság teljes összege a kiszabó hatóság saját bevételét képezheti.** Ez egyrészt visszaélésekre adhat lehetőséget, másrészt sajátos érdekeltség kialakulásához vezethet a hatóság bírságolási politikájában.

Sajátos ezen túl az is, hogy **az eljáró hatóság az egyik érintett érdekkör** – a potenciális feljelentő pozícióban lévő beszállítók, nem pedig a viselkedési szabályok által érintett, a fokozott ellenőrzés alá vont ágazat – **ágazati miniszterének, nem pedig egy semlegesebb hatóság felügyelete alá tartozik,** bár kétségtelen, hogy erre más országban is van példa.

Érdekes tény, hogy a törvény olyan módon került az Országgyűlés elé, hogy még csak **kísérletet sem tesz az előterjesztő a kereskedelmi törvényben foglalt, a jelentős piaci, vevői erővel rendelkező kereskedőkre vonatkozó külön szabályozáshoz való viszony tisztázására.** Bár a versenytörvény „hatályának hiánya” említésre kerül, a kereskedelmi törvény létezését nem említi az indoklás, illetve a törvény szövege sem tisztázza az elsőbbség kérdését: ugyanazon magatartás esetén a párhuzamos jogalkalmazás megengedettséget vagy kizárását.

3. A piaci feszültségek fő okai, az alkalmazott kezelési próbálkozások bemutatása és értékelése, illetve a hosszabb távú megoldások lehetőségei

A mezőgazdasági termékek egyes termékpályáin tapasztalható folyamatok, különösen az egyes széles nyilvánosság előtt is ismertté vált zavarok alapvető okait, a jogi kezelésre rendelkezésre álló eszköztárat az alábbiak szerint tudjuk összefoglalni, kitérve az alkalmazott megoldási kísérletekre, illetve a további útkeresésre teszünk – versenyjog kompatibilis – javaslatokat:

3.1 A piaci feszültségek fő gazdasági természetű okai

1. A feszültségekkel érintett mezőgazdasági **termékek homogenitási szintje magas,** aminek következményeként a piaci szereplők közötti verseny elsődlegesen árversenyben jelenik meg. Az egyéb versenyeszközök (minőség, reklám, termék megkülönböztetés) használata szinte nem, vagy alig jellemzi e piacokat: nagy tömegű homogén termék és viszonylag szabványos minőség esetén a kereslet-kínálat egymástól való eltéréseben az ár lesz a piaci egyensúly megteremtője.

⁷⁷ Tekintettel arra, hogy a polgári jog általános szabályai szerint egy szerződés bizonyos részeinek érvénytelensége esetén is mindkét fél beleegyezése kell ahhoz, hogy a hiányzó tartalom nélkül a szerződés a jövőre vonatkozóan fennmaradjon, egyik fél részéről a beleegyezés megtagadása elég a teljes szerződés megszűnéséhez.

2. Tovább erősítik az árversenynek való kitettséget a **strukturális természetű okok**: amennyiben a termékek végső fogyasztóhoz való eljuttatási folyamat egyes lépcsőinek (vertikális szintek) **lényegesen eltérő a koncentrációs szintje**, a versenynek inkább kitett szint (jellemzően az **agrártermelés**) **gyenge árbefolyásoló képességgel rendelkezik**, vagy akár **külső adottságot jelent számára a piaci ár**.
3. A GVH által látott agrár termékpályákon – függetlenül attól, hogy a termék a feldolgozásra vagy közvetlen értékesítésre kerül – az **egymást követő vertikális szintek koncentrációja lényegesen nagyobb a mezőgazdasági termelés koncentrációs szintjénél**. Ez egyrészt az alacsony koncentrációjú mezőgazdasági termelők számára gyengébb tárgyalási pozíciókat jelent, kihat továbbá a profiton való osztozkodásra is olyan módon, hogy a **mezőgazdasági átadási árak jobban közelítenek a – tökéletes verseny esetén csupán elméletileg létező – határkölség szintű, profitot nem tartalmazó árakhoz**.
4. Bár a profit megtartásában, vagy az osztozkodás arányaiban fontos szerepet tölthetnének be a különféle koncentrációt növelő integrációk (horizontálisan: termelői társulások, nagyobb üzemméretű termelők, vertikálisan: értékesítési szövetségek, saját – akár közös – tulajdonú feldolgozók, kereskedelmi létesítmények), **a magyar élelmiszer termékpályákon alacsony az integrációs megoldások aránya, nagyon sok a gazdaságos üzemméretet el nem érő termelőegységek aránya**. Ennek következtében egyrészt a hatékonyság is gyenge, másrészt a termelők kénytelenek osztozkodni – náluk koncentráltabb szereplőkkel – a képződő profiton, ahol alkuhelyzetük gyengébb.
5. Az élelmiszer termékpályákon termelődő összprofit szintje általában, más ágazatokkal összevetve önmagában sem magas, mert az élelmiszer végtermékek piacain is erős a verseny szintje. Különösen **erős a verseny a nem magas feldolgozottságú, kicsi hozzáadott értékű termékeknél**. Tekintettel arra, hogy **a magyarországi termelők és feldolgozók jellemzően ezekben a – nem prémium jellegű – tömegtermék szegmensekben vannak jelen**, maguk a feldolgozóipari termelők is **erős versenynyomás alatt állnak**.
6. Még ha a **feldolgozóipar** a beszerzési oldalán a beszállításra kerülő termékek, termények szállíthatósága miatt korlátozottabb földrajzi piacokról szerez is be, az **értékesítési oldalon egyre kiterjedtebb földrajzi piacra termel**, a potenciális vagy tényleges versenytársak számossága nő, az értékesítési oldali verseny földrajzi dimenziója kitágul.
7. A feldolgozók **az értékesítési piacaikon érvényesülő verseny alól nem tudják kivonni magukat**, s az aktuális piaci hatásokat természetes módon **közvetítik a beszerzési oldalon** is. Több termékpályán végzett elemzés is azt mutatja, hogy a hazai feldolgozóipari árak alakulása az európai – főként fő értékesítési piaci – ártrendeket követi, s az ottani árhullámzások jelennek a hazai – kiskereskedelmi és felvásárlási – árak alakulásában is. Ez a közvetítői hatás vélelmezhetően attól függően erősebb, vagy gyengébb, hogy egy-egy adott feldolgozónak milyen helyi földrajzi piaci beszerzési vagy értékesítési oldali piaci pozíciója van.
8. A rövid távú hatások és a hosszú távú érdekek ütközése esetén fontos, hogy egy-egy piaci szereplő milyen tartalékokkal, vagy más eszközzel képes kezelni a felmerülő piaci problémákat. Ha a tartalékok szintje kevés, vagy csupán a piaci szereplő viszonylagos tárgyalási pozíciója erősebb, akkor a beszerzési oldali nyomásgyakorlási kényszere, vagy képessége is nagyobb.

9. Az élelmiszerek végső fogyasztókhöz való eljuttatásában a – jellemzően termelőktől elkülönült, vertikálisan szeparáltan működő – kiskereskedelemnek döntő szerepe van. A **kiskereskedelem különböző szegmensei** (nagy alapterületű hipermarketek, közepes alapterületű szupermarketek és diszkontok, kis alapterületű lakóhely közeli kényelmi üzletek) más-más fogyasztói preferenciák kiszolgálására alkalmas **hálózatokat építettek fel** az elmúlt húsz évben. A magyar piacon – bár a kiskereskedelemben koncentrációs folyamatok zajlottak és zajlanak – megfigyelhetők a többszereplős oligopolista verseny jellegzetességei. Mind a szegmenseken belül, mind az egyes szegmensek közötti átjárások miatt a **hálózatok között intenzív verseny zajlik a fogyasztókért**, aminek egyik megnyilvánulása, hogy – különösen az átlagos, vagy átlagnál gyengébb minőségű tömegtermékek eljuttatására szakosodott üzletláncok – erős árverseny is zajlik a kiskereskedelemben belül. **Ez hasznos a fogyasztók számára, mert széles – különösen kevésbé tehetős – rétegek tudnak ez által jó ár-érték arányú termékekhez jutni.**
10. **Az értékesítési oldali verseny következtében a kiskereskedelem – természetes módon – árnyomást gyakorol a beszerzési oldalon is, ami továbbadódik a beszállítói láncolat lépcsőfokain, a feldolgozókon, termelői integrációs szervezeteken keresztül a termelőkig. Azok felé a beszállítók felé, amelyek a nagyobb árversenynek kitétt tömegtermékek szegmenseiben vannak jelen, erősebb árnyomás érvényesül a kiskereskedelem irányából.**
11. A termelés, a logisztika, valamint a kiskereskedelem fejlődése, globalizálódása következtében még a **friss élelmiszer termékek kínálatának, választékának** – nem az adott földrajzi terület éghajlati sajátosságaihoz igazodó – stabilitása, relatív **állandósága következett be**. A **fogyasztók ezt kedvelik, mert nagyobb a választék**, nincs feltétlenül szükség házi tartósításra, vagy tartósított élelmiszerek beszerzésére. Ennek következménye, hogy **a friss élelmiszerek piaca is erősebb és folyamatosabb versenyhatásoknak van kitéve**, hiszen **jóval nagyobb az importtermékek aránya**.
12. **A nagyobb befektetéseket igénylő utánpótlási rendszereket a keresleti oldal igényei alapján építették ki, nagyobb mozgásteret biztosítanak a kereskedelem részére.** A felépített kapcsolati, ellátási rendszerek alkalmasak, vagy – viszonylagosan kis költségekkel – könnyen alkalmassá tehetők arra, hogy adott földrajzi területen – időjárás, vagy más okokból – fellépő kínálati zavarok esetén **alternatív lehetőségeket kínáljanak a kereskedelem részére** akár a tényleges alkalmazkodásban (többlet mennyiség biztosítására), akár a tárgyalási pozíciót erősítő (árcsökkentési nyomásgyakorlásra).
13. Az egymásra épülő vertikális szinteken tapasztalható **koncentráció eltérések** (a mezőgazdasági termelés alacsonyabb, illetve a feldolgozás és a kereskedelem magasabb koncentrációja) **befolyásolhatják az egyes szintek közötti áralakulásokat: az ártranszmisszió a kereskedelem irányából a termelő felé működik** – kis mértékű kereskedelmi árcsökkentés egyre nagyobb áresést idéz elő a beszállítói szintek között, a végén – a termelőknél – jelentkezik a legnagyobb hatás. Ellenkező irányban ez úgy jelenik meg, hogy a beszállító által nyújtott árengedmény nagy része elvész a vertikum további, koncentráltabb szereplői között, s csupán kis része jut el a fogyasztóhoz abban az esetben, ha ezt a termelő valamilyen szerződéses kikötéssel megkísérli garantálni, vagy az értékesítési oldali verseny kikényszeríti az átadást. A termelői árak, a termelési költségek változása jellemzően nem hat a kiskereskedelmi értékesítési árakra, az ártranszmissziós elemzések ilyen hatásokat nem tudtak kimutatni.

14. **Amennyiben a szezonális termékeknél a termelési oldalon** értékesítési csatornában, tárolási lehetőségekben vagy felhasználásban és feldolgozásban **nem állnak rendelkezésre érdemi alternatívák**, akkor a kereslet-kínálat bármilyen kiegyensúlyozatlansága vagy csupán az árvárakozások eltérései esetén **a piaci zavarok, extrém indulatok, árviták törvényszerűen bekövetkeznek**. Ezek a problémák minden olyan esetben nagyobb valószínűséggel eszkalálódhatnak, amikor a kínálati oldal szereplőinek jelentős hányada nem diverzifikált kínálattal rendelkező, egy termékre szakosodott termelő, amelynek az adott piac alakulásától függ szinte a teljes jövedelme, továbbá ha e termelők földrajzilag koncentráltan helyezkednek el.
15. **Ha a zavarok esetén az állami szervezetek** piacbefolyásoló, különösen **árakat érintő ad-hoc beavatkozásai nem esnek egybe** a piaci törvényszerűségek működéséből, a kereslet-kínálat, illetve az ezt tükröző **piaci árak alakulásából következő tendenciákkal**, akkor – mégha alkalmasak is az indulatok csillapítására – **ezek nem képesek a piaci folyamatokat tartósan befolyásolni, sőt csökkentik a tartós megoldások kialakulásának esélyét**.

3.2 A piaci problémák kezelésében alkalmazható egyes jogi eszközök értékelése

1. **Az élelmiszer termékpályákon**, amelyek jellemzően versenypiaci jellegzetességekkel bírnak (nincsenek domináns, erőfölényes helyzetű piaci szereplők, a piaci struktúra kevésbé vagy közepesen koncentrált) **a versenyjog eszközrendszere jellemzően nem alkalmas a fellépő koordinációs problémák, árviták, vagy egyéb zavarok kezelésére**. Ez nem is tartozhat, tartozik a versenypolitikának, s a versenyjognak a klasszikus közgazdasági elméleten alapuló funkciói közé.
2. **Az agráriumra az ágazati szabályozás speciális, a versenyjogi rendelkezéseknél megengedőbb szabályokat tartalmaz**. A szektorális szabályozás, külön jogszabályokban meghatározott eszközrendszerét, az ott meghatározott körülmények bekövetkezése esetén, s az ott meghatározott módon alkalmazhatják az ágazati szabályozásra, beavatkozásokra feljogosított szervezetek.
3. **Az élelmiszer termékpálya szereplői** azonban teljes immunitást nem élveznek, s – az ágazati szabályozás alá nem vont területeken, illetve magatartások tekintetében – **vonatkoznak rájuk is a versenyjog általános szabályai**. Kétségtelen tény, hogy a versenyjogi szabályok alkalmazása az agráriumra vonatkozó ágazati szabályokkal összhangban történhet, ahol **a mezőgazdaságra vonatkozó szabályok elsőbbséget élveznek**.
4. **A kőkemény versenykorlátozás tilalmi szabályai általában** (pl. árkartell, piacfelosztás – kivéve kvóta szabályok) **az élelmiszer termékpálya szereplőire is vonatkozó** versenyjogi rendelkezések. A versenykorlátozási tilalom szabályai nem csak a jogi személyiségű vállalkozásokra vonatkoznak, de azok szövetségei, testületei is e rendelkezések hatálya alá tartoznak, továbbá azok a természetes személyek is, akik gazdasági tevékenységet folytatva jelen vannak a piac kínálati oldalán. Ha törvénymódosítás látszólag kőkemény versenykorlátozásokra is lehetőséget ad a nemzeti verseny törvény alóli kivétellel, az esetek azon részében, ahol az EU versenyjoga érvényes, a GVH eljárási kötelezettsége fennmarad.
5. A versenytársak közötti tiltott versenykorlátozó megállapodások veszélyét növelő egyes jellegzetességek az agráriumban és az élelmiszeriparban is jelen vannak (pl. termék homogenitás magas szintje több termékkörben is), de ezek ott válhatnak nagyobb

- valószínűséggel valós törvénysértésekké, ahol a szereplők kisebb száma, jobb szervezettsége, az érdekazonosság hosszabb távon hatékonyan fenntartható.
6. **Emeli a versenyjogba ütköző, tiltott eszközök használatának veszélyét a versenykultúra alacsony szintje, a versenyjog kartelltilalmi szabályainak elutasítotttsága, illetve a politikai szereplők olyan megkérdőjelezhető fellépései,** amelyek a fellépés jogosságának látszatát keltik, s a törvényen felüliség érzetét erősítik a vállalkozások, vagy vállalkozások szövetségei körében.
 7. **Az élelmiszer termékpályákon a piaci szereplők közötti koncentrációnak, illetve vertikális koordinációnak érdemi akadályai a versenyjog általános szabályai alapján nincsenek.** Egyes ágazati szabályok külön elismerési rendszerek működtetésével is támogatják az agrárium egyes koordinációs megoldásait, pontosabb eligazítást adva a piaci szereplőknek ezek létrehozásához.
 8. **A versenyjog általános jellegéből adódóan nem célszerű a mezőgazdaságra, vagy más ágazatra vonatkozó speciális szabályok versenytörvénybe foglalása** különösen azoknál az ágazatoknál, ahol van az ágazatra vonatkozóan sajátos tevékenységi szabályzás. A versenyjog általános jellegével általános jellegű – minden ágazatra kiterjedő – kivételi szabályok vannak összhangban
 9. **Annak nincsen elvi akadálya, hogy a versenytörvényhez kapcsolódó, a versenyjog versenykorlátozást tiltó rendelkezései alóli automatikus mentesülés eseteit megállapító kormányrendeleti kör bővítésre kerüljön** olyan esetben, amikor jól körülhatárolható egy adott megoldás, s igazolható az, hogy milyen körülmények esetén biztosítható annak társadalmi jóléti szempontból vett hasznossága. Ez ugyanis jól szolgálhatja a vállalatok döntéseinek megalapozottságát. Ilyen példák adaptálásával, nagyobb eséllyel segíthetők az élelmiszer termékpályák vállalatai is, akiknek szervezettsége gyenge, így az ilyen koordinációkból fakadó potenciális hatékonysági előnyök is elvesznek.
 10. **Speciális szabályozás a kereskedelemre is létezik a magyar jogban, figyelembe véve azt is, hogy a kereskedelmi vevői erő jogszerű használatának kimutatható előnyei vannak jóléti szempontból. Ebből következően nem a vevői erő létezése tiltott, hanem a visszaélészerű alkalmazása.**
 11. **A vevői erő létezése a beszállítók számára azért okoz sajátos kiszolgáltatottsági helyzetet, mert a nagy alapterületű, széles hálózattal rendelkező láncokba való szállítás koncentrált értékesítést kíván, amely helyzetekben a kapcsolat megszakadása a beszállító vállalat fennmaradását fenyegeti,** miközben a kereskedelmi láncban ettől még egy-egy szállítóval való szerződéses kapcsolat megszakítása alig érezhető jövedelemvesztéssel fenyeget. További kiszolgáltatottsági forrás, hogy **a kereskedelmi lánc egyúttal versenytársa is lehet a beszállítójának** (kereskedelmi márkák), ami miatt a kereskedő **az árdiszkrimináció eszközével kizorító hatást tud gyakorolni a gyártói márkatermékekre.** Ezen túl a beszállító bizonyos – alig nélkülözhető – külön szolgáltatások tekintetében a beszállító megrendelője, maga is **vásárlója a kereskedelmi vállalatnak, ahol monopolista túlárazási jellegű veszélyeknek van kitéve.**
 12. **A nagyméretű kereskedelem, a kereskedelmi láncok jelentős piaci, vevői erejével való visszaélésre vonatkozó tilalom három éves. E szabályok általánosak, minden beszállítóra érvényesek, s nem kizárólag az élelmiszer termékpálya vállalatait érintik**

abból következően, hogy a **vevői erővel rendelkező kereskedőkkel szemben a beszállítói tárgyalási helyzet gyengesége nem élelmiszer specifikus probléma.**

13. E szabályokon alapuló – konkrét sérelmeket tartalmazó – **beadványok alig érkeztek** az eljárási hatáskörrel rendelkező **GVH-hoz** közvetlenül az élelmiszer szektorból. A GVH három év alatt hét eljárást folytatott, amelyekből öt a nagy láncok általános szerződési feltételeit vizsgálta. Az **eljárások kötelezettségvállalásokkal zárultak, amelyekben a kereskedők vállalták, hogy szerződési feltételeiket összhangba hozzák a kereskedelmi törvényi rendelkezésekkel.**
14. A kereskedők elkészítettek egy külön, **kereskedelmi etikai kódexet**, amelyet a GVH formálisan először egy, majd további két évre jóváhagyott azzal, hogy a határidők lejártakor beszámolót kér azok alkalmazásáról. Az első évben gyakorlatilag **nem volt példa** beszállító-vevő közötti kapcsolatrendszerrel érintő **panasztételre**, visszaélészerű magatartásra.
15. Ezzel párhuzamosan **erős törekvések vannak** csak az **élelmiszer termékpálya szereplőit érintő külön magatartási szabályok** (külön etikai kódex, külön törvény) **megalkotására** anélkül, hogy ismert és igazoltak volnának azok más, sajátos okok, amelyek miatt e szektorbeli beszállítók speciális külön védelmet érdemelnének.
16. Az **Élelmiszer Termékpálya Kódex** rendelkezéseinek jelentős része az élelmiszer termékpálya egymással vertikális kapcsolatban lévő szereplői közötti méltányosabb, egymás hosszú távú érdekeinek tiszteletben tartását segítő magatartási szabály gyűjtemény. Jellegénél fogva az erősebb tárgyalási helyzetű, a termékpályán termelődő profitból nagyobb arányban részesedő kereskedelmi vállalatok beszerzési oldali viselkedésére tartalmaz önkorlátozó szabályokat. Az önkorlátozás vállalása a beszállítói oldal várakozásai szerint méltányosabb osztozkodást eredményezhetne az ő javukra, a kereskedők haszna terhére. Emiatt eleve nyilvánvaló az, hogy ha a rövid távú profitcélok a kereskedelmi vállalatok tulajdonosai körében prioritást élveznek más célokhoz képest (pl. társadalmi felelősségvállalás, környezetvédelem stb.), akkor az önkorlátozás vállalása nem esik egybe a céljaikkal, s így érdekeikkel ellentétben áll az önkorlátozás vállalása.
17. Az élelmiszer termékpálya zavarainak elhárítására kidolgozott és elfogadott, ámde ki nem hirdetett **élelmiszer termékpálya törvény a GVH szerint alkalmatlan** az indoklásban megfogalmazott célok elérésére, különösen azért, mert valamennyi élelmiszer beszállító-kereskedő szerződéses kapcsolat esetén feltételezi az értékesítési oldali kiszolgáltatottságot. Mindeközben kimutathatóan vannak olyan szegmensei a kereskedelemnek, amely maga is független, kisméretű kereskedőkből áll, gyenge érdekérvényesítő képességgel rendelkezik. Egyes élelmiszer feldolgozóipari ágazatok ellenben maguk is koncentráltak, s nemzetközi nagyvállalatok nyújtják a kínálat jelentős részét, amelyeknek nem indokolt külön védelmet biztosítani a kereskedelmi vállalatokkal szemben.
18. A GVH álláspontja szerint **indokolt lehet a kereskedelmi törvényi vevői erővel rendelkező kereskedőkre vonatkozó sajátos szabályait illetően** – a szabályozás céljainak, a jogalkotási megoldás alkalmasságának, illetve a jogalkalmazás tapasztalatainak összegyűjtését és összevetését követően – **a szabályozás revíziója.** Nem ismertek azonban olyan, külön élelmiszer-ágazat specifikus szabályozás iránti igényt megalapozó kutatások, elemzések, amelyek a kereskedői vevői erő visszaélésű alkalmazása tekintetében az élelmiszer szektort érintő sajátosságokkal alátámasztanák egy külön szabályozás indokoltságát.

3.3 Összefoglaló következtetések

1. **A jogalkotási utat igénylő egyes megoldások** nyilvánvalóan a vállalkozások működésének jogi környezetére tudnak befolyást gyakorolni, de **nem tudják megszüntetni azokat a mélyreható problémákat** (koncentrációs aszimmetria a vertikális szintek között, tömegesen alacsony üzemméretetek, gyenge termelési hatékonyság, koordinációs mechanizmusok tökéletlenségei, az európai vagy akár világméretű versenykörülmények alakulásához való alkalmazkodás gyengeségei, hiányosságai stb.), **amelyeket a vállalkozások piaci igényekhez való alkalmazkodási folyamatainak felgyorsításával lehet csak csökkenteni.**
2. **A mezőgazdasági termelési szintjén** a gazdaságos üzemméretetek, a termelési ismeretek, szakmai tudás fejlesztése mellett **a piacorientáció javítása elemi változásokat kíván** a viselkedésben, attitűdben. Amennyiben nincs meg a termelők jelentős részében az igény és az ismeret az alkalmazkodási kényszer elfogadására, úgy a tömeges szelekció veszélye csak nőni fog a mezőgazdaságban.
3. A piaci tevékenység során **számos, az alkalmazkodást segítő eszköz** (lásd részletesen a **5. sz. mellékletben** összefoglaltakat) **áll rendelkezésre**, amely lehetséges eszközöknek változatos kombinációit érdemes és kell alkalmazni a hatékonyság, a dinamizmus növelése, a piaci sűrűlódások hatásainak csökkentése érdekében. **Fontos** azonban ezen belül **olyan megoldásokat előnyben részesíteni, amelyek a lehetőségek szerint leginkább versenyjog kompatibilisek**, s elkerülni a versenyjogi rendelkezésekbe ütközés veszélyeit.
4. A versenyjoggal való összhang szempontjából **általában nem**, vagy csak korlátozott esetkörben **ajánljuk a**
 - **horizontális**, különösen az ár- és piacfelosztást eredményező **összefogásokat**, mert ezeket a versenyjog szigorúbban üldözi, s az agrár rendtartási szabályozás alapján sem mindig esnek kivétel alá, vagy
 - az egyébként is **jelentős piaci részesedésekkel rendelkező vállalatok közötti koordinációkat, összefogásokat.**
5. Ellenben, még ha nem is jelentenek tökéletes megoldást, **ajánljuk azokat az összefogásokat, amelyek választása vélhetően nem lesz versenyjogsértő:**
 - a **vertikális megállapodásoknak**, megállapodás rendszereknek, fúzióknak kevesebb a veszélye, szélesebb körű a megengedettsége, vagy
 - a kisméretű, **kis piaci részesedéssel rendelkező vállalkozások közötti összefogásoknak** (beszerzési-értékesítési koordinációknak, koordinatív közös vállalatoknak, vagy akár fúzióknak) is általában igazolhatóan több az előnye, mint a hátránya.
 - Az esetek döntő részében minimális, vagy egyáltalán nincs versenyjogi relevanciája a termék megkülönböztetést elősegítő rendszerek működtetésének, az oktatás és képzés közös megszervezésének, vagy a minőségbiztosítás területén megvalósuló szabványosításnak.
6. Az egyes termékpiacokon a piaci, alkalmazkodási feszültségek okai, az egyes okok súlya eltérő lehet, ezért általános receptet nem lehet adni. **Számos olyan gond van – főként a magyar mezőgazdaság versenyképességét illetően –, amelyeknek megoldási csomagjait csak komplex módon, rendszerszerűen, egymással is összehangolva**

érdemes kialakítani és megvalósítani ahhoz, hogy egy kritikus – érdemi változásokat elindító – tömeget elérjen az intézkedési csomag.

7. Egy, az agrár- illetve élelmiszergazdaságot érintő intézkedési és szabályozási csomagnak azonban a GVH álláspontja szerint **nem része a magyar versenyjog alaprendszerének megváltoztatása, vagy az élelmiszerszektor egészének versenyjog hatálya alól való kivonása.** Ez sem nem célszerű, sem nem jogszerű.
- **Nem célszerű** azért, mert az élelmiszer termékek piacai egyre inkább világméretűvé válnak, s a piaci folyamatok diktálta alkalmazkodási kényszer elől való elzárkózás csak tartósíthatja az ágazat gyenge teljesítményét, leszakadását. A természeti környezet, a hazai szükségleteket meghaladó termelési adottságaink és képességeink következtében az önellátásra való törekvés nem reális alternatíva. Az export és import bármilyen akadályozása, a verseny kényszerének csökkentése ebből következően az ágazat visszamaradottságához, további visszaeséséhez vezetne. Ez pedig ártana a magyar társadalomnak, várhatóan tovább csökkentené a jólétet.
 - A versenykényszer jogi garanciája a vállalatokra vonatkozó versenyjogi rendelkezések létezése, s azok állami kikényszerítése. Az Európai Unió tagállamaként Magyarországon a versenyjogot az Uniós és a harmonizált hazai versenyjogi szabályok jelentik. Az agrárszektor specialitásait ezzel szemben a közös és a magyar agrárpolitika jelenítik meg. A közös és a tagállami agrárpolitika garanciáit az ezeken a területeken érvényesülő ágazati szabályozások és ezek állami megvalósítása jelentik. Alapvető jogalkalmazási elv, hogy az Uniós, vagy harmonizált magyar agrárszabályozás alkalmazása megelőzi a versenyjogi szabályok alkalmazását. Ez biztosítja a szektorspecifikus szabályozások elsőbbségét a versenyszabályozással szemben. A további kivétel, s a **versenyszabályok alkalmazásának kizárása az élelmiszer termékpiacán már az elfogadott harmonizációs elvek, EU tagállami kötelezettségeink felmondását jelentené,** s ebből következően **nem jogszerű megoldást jelent.**⁷⁸
8. **Az agrár- és élelmiszer szektor vállalatai is ki vannak téve a piaci törvényszerűségekből fakadó kényszereknek.** Ebből következően versenypolitikai okok miatt **célszerű és szükséges,** egyúttal az EU tagsággal vállalt elengedhetetlen kötelezettségünk **érvényesíteni feléjük is a versenyjog – ágazati szabályozásokat kiegészítő – általános szabályaiból következő versenykényszert.** A GVH meggyőződése, hogy hosszabb távon ez garantálhatja mind az ágazat versenyképesebbé válását, mind a magyar fogyasztók és társadalom jólétét.

78 Ld. pl. az Európai Közösségek Bizottsága, Brüsszel, 22.7.2009, COM(2009) 385 végleges A Bizottság Közleménye a Tanácsnak: A tejpiac helyzete 2009-ben {SEC(2009) 1050} „10.2. Verseny” cím alatt: „A tejágazati élelmiszerlánc minden egyes szereplőjét magukban foglaló **ágazatközi szervezetek** szintén elősegíthetik a tejpiac különböző szereplői közötti hasznos párbeszédet. **Az ezekhez hasonló kezdeményezéseknek ugyanakkor illeszkedniük kell a mezőgazdasági ágazatra alkalmazandó versenyszabályokban lefektetett korlátozásokhoz és feltételekhez. Felettből nemkívánatos precedenst teremtené ugyanis, ha valamely ágazatban lehetőség nyílna versenytellenes gyakorlatok megvalósítására.**”