



ADATOK

A GVH ÁLTAL AZ ÖSSZEFONÓDÁSOK KVANTITATÍV ELEMZÉSÉHEZ FELHASZNÁLT ADATOK RÉSZLETEZETTSÉGÉRE ÉS MINŐSÉGÉRE VONATKOZÓ

ELVEK

1. Miért és mikor van szüksége a GVH-nak további adatokra a kérelemben megadottakon túl?

Bonyolultabb kérdéseket felvető összefonódások esetén alaposabb közgazdasági elemzés lehet szükséges az esetleges versenykorlátozó hatások bizonyításához vagy éppen elvetéséhez. Ennek érdekében a GVH az összefonódási kérelem űrlapjában megjelölt adatokon túl további adatkérésekkel is fordulhat mind az összefonódásban résztvevő felekhez, mind pedig harmadik felekhez.

2. Melyek azok az adatok, amelyekre a GVH jellemzően támaszkodik elemzése során?

A piacelemzés kiindulópontját a legtöbb esetben árra, mennyiségre, árbevételre és költségekre vonatkozó adatok adják. Megalapozott következtetések levonása érdekében a piaci folyamatok időbeli alakulásáról (trendjéről) lehetőség szerint minél alaposabb képet kell alkotni, és ehhez szükséges, hogy az adatok ne csak egy időpontra (pl. az összefonódás előtti naptári évre) vonatkozóan álljanak rendelkezésre.

3. Milyen elvárásokat támaszt a GVH a bekért és beérkezett adatokra vonatkozóan?

3.1. Az adatok frissessége

Mivel az elemzés a jövőre vonatkozó piaci eseményeket kívánja előrejelezni, ezért az összefonódás időpontjához közelebb eső folyamatok nagyobb jelentőséggel bírnak. Ennek megfelelően jellemzően szükséges az összefonódás előtti hónapokra is adatot szolgáltatni, különösen ha az összefonódás távolabb esik a naptári év kezdetétől.

3.2. Az adatok időbeli részletezettsége (periodicitása)

Az adatok időbeli bontását mindig az adott ágazat (és üg) sajátosságainak megfelelően érdemes meghatározni. A kiindulópont az, hogy a piac működését meghatározó tényezők, ezen belül is legfőképpen az árak változásának rendszerességével összhangban álló részletezettségű adatok közelíthetik jól a piaci változásokat.¹ A részletesebb bontásnak az is a haszna, hogy ennek segítségével könnyebben azonosíthatóak a kiszűrendő piaci ciklusok vagy a szezonális.²

3.3. Az adatsorok hossza

Az adatokkal lefedett időtáv az elvégzendő kvantitatív elemzések módszertanától is függ, de ahhoz, hogy statisztikai értelemben is megbízható (szignifikáns) eredmények születhessenek, kellő számú adatponttal kell rendelkezni; ezen okból is preferáltak általában a havi vagy esetleg negyedéves adatok. A kiinduló célkitűzés az, hogy az összefonódást megelőző 2-3 évre vonatkozóan rendelkezésre álljon valamilyen kép a piaci folyamatokról.

3.4. Az adatok termékenkénti részletezettsége

A fő cél az, hogy azonosítani lehessen olyan kisebb számú reprezentatív mutatót/terméket, amelyek alakulása jól mutatja a piaci folyamatokat. Sok esetben ugyanakkor az összefonódó felek a piacon számos változatát kínálják a termékeiknek,³ vagy azokat különféle árú és összetételű csomagokban értékesítik.⁴ Ebben az esetben választható megoldás például, hogy a vállalatok 3-5 standard terméke vagy legnépszerűbb (legnagyobb mértékben értékesített) terméke kerüljön elemzésre. Egyes esetekben lehetséges módszer egy reprezentatív fogyasztói kosár (esetleg az átlagos fogyasztás) és az erre vonatkozó ár választása.

3.5. Sokkok szerepe

Ha azonosítható olyan keresleti vagy kínálati változás, ami segítheti a helyettesítés/verseny nyomás értékelését, akkor fontos ennek időpontjának megjelölése, illetve az, hogy a sokk időpontját megelőző és azt követő időszakra is rendelkezésre álljon megfelelő számú adatpont.

3.6. Kontrollok szerepe

¹ Az üzemanyag-kiskereskedelem piacán például az árak naponta (vagy legalább hetente) változnak, míg a telekommunikációs piacokon az árak/csomagok 1-3 havonta változnak (és jellemzően az adatok nyilvántartása, illetve a számlázás is havonta történik).

² A transzportbeton kereslete például jelentősen nagyobb nyári hónapokban, hiszen ekkor sokkal több építkezés zajlik; az üzemanyag kereslete hasonlóan ciklikus.

³ Például különböző adalékanyagokkal kevert betonfajták vagy különböző nagyságú/anyag-összetételű papírszákok.

⁴ Például telekommunikációs szolgáltatások esetén.

Az árak és mennyiségek alakulásának vizsgálatakor érdemes azokat az egyéb tényezőket is figyelembe venni, amelyek szintén befolyásolhatják a keresleti/kínálati viszonyokat és ezen keresztül a fogyasztói árat: ilyen lehet például a reklámozásra költött összegek vagy a termelési (átlag)költségek alakulása. Ahhoz, hogy az elemzés során ezek hatását azonosítani lehessen és el lehessen különíteni az egyéb hatásoktól, az szükséges, hogy ezekre vonatkozóan lehetőség szerint ugyanolyan bontású adatok álljanak rendelkezésre, mint az ár- és mennyiségváltozásokról. Ugyanakkor ennek hiányában is hasznos, ha lehet olyan nagyobb időintervallumokat azonosítani (például havi bontású áradatok, de féléves reklámköltségek), amivel az elemzés közelebb kerül egy sokkelemzési logikához.

3.7. Adatok értelmezhetősége és konzisztenciája

Fontos, hogy a GVH részére átadott adatok gazdaságilag értelmezhetőek és számszakilag konzisztensek legyenek. Ez egyrészt azt jelenti, hogy az adatbázis ne tartalmazzon olyan adatokat, amelyek értelmetlenek (például negatív értékesített darabszám), másrészt az egymással összefüggő adatok is helyesek legyenek és ne mondjanak ellent egymásnak (például a havi értékesítések összege adja ki az éves értékesítéseket).

3.8. Becsült adatok

Amennyiben egyes adatok nem állnak rendelkezésre, a GVH az adatokra vonatkozó megalapozott becsléseket is felhasználhat. A GVH a becsült adatokból számított eredményeket fenntartással kezeli és a becsült adatokat más forrásokkal is összeveti, azonban a megalapozott becslések benyújtását (a becslési eljárás megjelölésével) hasznosnak tartja.

3.9. Adatok formátuma

Lényeges, hogy a GVH az adatokat szerkeszthető elektronikus formátumban is megkapja, ez ugyanis nagyban meggyorsítja az elemzést.⁵ Az adatok felhasználását segítő fontos az adatok (adatbázis) dokumentálása (mértékegységek megnevezése, transzformált adatok esetén azok számítási módja, változók elnevezése).

4. Milyen adatigényeket támaszt a GVH a hozzá benyújtott elemzésekhez kapcsolódóan?

Az eljárás során az összefonódásban részt vevő feleknek is lehetősége van arra, hogy az összefonódáshoz kapcsolódóan saját elemzést készítsenek (adott esetben külső szakértő megbízása útján), beleértve a kérdőíves kutatásokat is.⁶ Az eljárás során benyújtott

⁵ A GVH Excel, Eviews és Stata programcsomagokat használ az adatok értékelésére.

⁶ A kérdőíves felmérések szerepe különösen akkor jelentős, ha az elemzéshez szükséges piaci adatok beszerezhetőek, illetve nehezen használhatóak vagy összehasonlíthatók, különösen ha bizonyos termékeknek

elemzésekkel kapcsolatban – azok reprodukálhatósága érdekében – a következő adatelvárások fogalmazhatók meg:⁷

a) *Az elemzés alapadatai:* az elemzés reprodukálhatóságának biztosításához mindenképp szükséges, hogy a GVH megkapja az elemzés alapadatait (mind a nyers, mind a tisztított adatokat), a 0. pontban ismertetett adatformátum- és dokumentálási elvárásoknak megfelelően.⁸

b) *Az adatforrások ismertetése:* az elemzés alapadataira vonatkozóan szükséges az adatforrások, az adatgyűjtési módszerek ismertetése. Az adatforrásokat mind a belső, mind a külső forrásból származó adatok esetében szükséges megnevezni.⁹

c) *Az adatgyűjtési módszerek ismertetése:* az adatgyűjtési módszerek részletes bemutatása leginkább a kérdőíves kutatások kapcsán releváns. Ennek magában kell foglalnia a minta összeállításának és a mintaelemek kiválasztási módszertanának ismertetését, a lekérdezett kérdőívet és a kérdőív lekérdezési módszerének ismertetését is.¹⁰

d) *Módszertani leírás:* az elemzés során a legtöbb esetben az elemzők transzformálják az alapadatokat (aggregálnak, átlagokat, arányokat számítanak stb.), ezen transzformációk módszertani leírását (dokumentációját) is be kell nyújtani.¹¹ Előfordul továbbá, hogy az elemzések bizonyos alapadatokat/megfigyeléseket nem vesznek figyelembe, illetve az is, hogy hiányzó adatokat/megfigyeléseket pótolnak. Fontos, hogy ezen kihagyott vagy pótolta adatokat egyértelműen azonosítani lehessen a GVH részére

nincs, vagy nem jól mérhető az ára vagy fogyasztása (például ingyenes sajtótermékek vagy internetes tartalmak olvasottsága).

⁷ Ilyen elemzésnek tekintendő például már a piaci részesedések időbeli trendjének bemutatása, és abból a verseny szempontjából releváns következtetések levonása is.

⁸ Piaci részesedések időbeli trendjének elemzésénél például nem elegendő csupán a részesedéseket tartalmazó adatbázist átadni a GVH-nak, hanem mindazon adatokat is át kell adni, amelyek alapján a részesedéseket az elemző kiszámította (például piacméret, cégenként értékesített mennyiség vagy árbevétel).

⁹ Belső adatforrásnak tekinthető például a számviteli rendszer, míg külső adatforrásnak a más szereplők (például állami intézmények, szakmai szövetségek, magáncégek) adatgyűjtései.

¹⁰ A minta összeállításához kapcsolódóan például ismertetni kell a reprezentativitási szempontokat, a kiválasztási módszertan esetén pedig a mintavételi tervet (például véletlen mintavételi terv, többlépcsős mintavétel, amely esetén az egyes lépcsőket is be kell mutatni). A kérdőív lekérdezési módszere lehet például telefonos, személyes, online-, illetve ezek valamilyen kombinációja.

¹¹ Amennyiben az elemző például súlyozott átlagokat használt, a módszertani leírásban ezt – a felhasznált súlyok bemutatásával (vagy a súlyozó változó megnevezésével) együtt – jelezni kell. Aggregált adatok használata esetén be kell mutatni, hogy az aggregálás mi szerint történt (időben és térben mely megfigyelések lettek összevonva), és milyen transzformációval (például összeadással vagy átlagolással).

átadott adatbázisban, illetve szükséges a kihagyás/pótlás módszertanának ismertetése is.¹²

¹² Kihagyott adatok esetén például ismertetni szükséges, hogy miért kerültek figyelmen kívül hagyásra (például azért mert kiugró értékek vagy – technikaibb néven – „*outlierek*”).