

SZAKMAI BESZÁMOLÓ

Pályázati eljárás száma: VKK/4/2006

Program neve: A piacmeghatározás verbális és statisztikai módszereinek összehasonlítása a külföldi versenyhatóságok gyakorlatában c. kutatás

A támogatási szerződés száma: AL/317/2007/002

Kedvezményezett neve: MTA Közgazdaságtudományi Intézet

Szakmai felelős neve: Vincze János

A Program befejezésének határideje: 2007. november 30.

A beszámoló csak részeredményre vonatkozik:¹ □

1. **Ismertesse a Program megvalósításának menetét, írja le a végrehajtás egyes lépéseit és csatolja a végrehajtás során keletkezett fontosabb dokumentumokat! Sorolja fel a Program megvalósításában közreműködőket (a Kedvezményezett részéről vagy megbízása alapján)!**

Az első fázisban az interneten elérhető anyagok feldolgozása történt. Ezután egy néhány napos tanulmányúton egészítettük ki interjúk segítségével az információkat, illetve tesztelődtek az irodalom feldolgozásakor felmerült kérdések és hipotézisek. Az interjúk és az út során szerzett esetleges egyéb anyagok segítségével véglegesült a tanulmány. A munkát Vincze János végezte.

2. **Részletesen ismertesse és értékelje a Program eredményeit!**

- **szakmailag / tudományos szempontból**
- **a pályázati célkitűzésekkel összefüggésben**
- **újszerűség bemutatása**
- **a továbbfejlesztés lehetőségei (pl. Program kiterjesztése, további kutatás, módosítás szükségessége)**
- **az eredmények hasznosításának lehetőségei**

Az NMa-ban elsősorban a koncentrációs eseteknél tartják elengedhetetlenül fontosnak a releváns piac alapos, és mélyreható kutatáson alapuló meghatározását. Bármilyen információt felhasználnak, többek között más versenyhatóságok piac definícióit, akár párhuzamosan folyó ügyekben is. Alaposan figyelembe veszik az érintettek véleményét, és igyekeznek válaszolni az ellenkutatások eredményeire, illetve felhasználni azokat. Általában kutatóintézeteket bíznak meg a kutatással, de bizonyos esetekben saját hatáskörben is végeznek kérdőíves felméréseket, illetve bizonyos számításokat (Elzinga-Hogarty teszt, kritikus veszteség számítás, szállítási költség számítások) maguk végeznek el. Kvalitatív módszereik a szokásosak: kérdőívekben a termékek vagy szolgáltatások keresleti helyettesíthetőségéről tesznek fel direkt kérdéseket, illetve a belépés esélyeiről, a belépési költségek jelentőségéről, és a versenytársak várható viselkedéséről kérdeznak meg vállalatokat.

Kvantitatív téren a közelmúltbeli árváltozások korrelációit mindig megnézik, de ezeknek döntő fontosságot nem tulajdonítanak. Tisztában vannak az Elzinga-Hogarty teszt elvi problémáival, de ahol van adat, ott kiszámolják, azért mert „arra legalább van adat”, és

¹ Amennyiben a szakmai beszámoló a Program valamely fázisában született részeredmény(ek) bemutatására szolgál, a beszámolót csak az adott részeredményre vonatkozóan kell értelemszerűen kitölteni.

egyszerű. A múltbeli tényekből való keresleti elaszticitások számításának akut problémáival tisztában vannak, és nem is nagyon használják ezt a módszert. Hiszen versenyjogi probléma (például koncentráció) akkor szokott felmerülni, amikor fundamentális változás van a környezetben, és csak szerencsés esetben lehet ilyenkor a múltbeli statisztikákat értelmes ökonometriai becslésre használni. Ugyanakkor a múltbeli adatok használatának kényszerét is érzik, érzékenyek arra, hogy mit lehet bizonyítani a bíróság előtt esetleg. A földrajzi piacot igyekeznek nem közigazgatásilag meghatározni, de az egymást átfedő körök problémára nem találtak kielégítő megoldást. Van némi ellentmondás aközött, hogy a releváns piac meghatározást függetlennek tekintik az ügy egészétől, vagy nem. Néha, mintha a végső verdikt alapján alakítanák, máskor pedig szigorúan szeparáltan attól, még akkor is, ha ez a végkifejletet „veszélyezteti”.

A holland gyakorlatban a kínálat visszatartása eleve releváns piac bizonyítéknak van elfogadva, és ilyenkor nem foglalkoznak precízen a piac definíciójával, és a kínálat mértékének definiálásával. Ez a megoldás főként olyan esetekben lehet megkérdőjelezhető, ahol a piacokon nagy externáliák vannak. Végső célnak, és irányadónak, a SSNIP teszt megvalósítását tekintik, illetve, ha ez értelmetlen, akkor annak valamilyen kvantifikálható minőségromlási megfelelőjét. Nem láttam olyant, hogy ezt a kettőt egyszerre alkalmazták volna, pedig logikailag nem kizárt. A kritikus veszteségek kiszámítását fontosnak tartják, de nem tekintik a SSNIP helyettesítőjének. Igyekeznek előretekinteni, ez azonban a hipotetikusságot növeli. Mindenesetre a kérdőívekben, amennyire lehet, egy egész piaci viselkedési modellt próbálnak megfogalmazni, ami természetesen általában nehéz. Tisztában vannak a celofán baki problémával, és mindig megpróbálják kezelni azt, ám az információ hiány ezt gyakran meggátolja.

Mit akarunk végül is megfogni a SSNIP teszttel? Az áruk és szolgáltatások és azok földrajzilag behatárolható vevőkörét, ahol egyetlen eladó léte komoly károkat okozhat a vevőknek. Képes lenne-e egyetlen eladó a termék árát jelentősen emelni a versenyár fölé, és/vagy a minőséget rontani? Az elmélet szerint ezt akkor teheti meg, ha a kereslet érzékelt elaszticitása kicsi a versenyárnál. Az érzékelt elaszticitás azonban függ a nemcsak a kereslettől, hanem a kínálati oldalon a versenytől is. Az elaszticitás nemcsak a saját ár, hanem más árak, és a potenciális versenytársak viselkedésének függvénye is. A releváns piac meghatározásánál teljes piaci modellt kellene felírni, amikor gyakran nem is biztos, hogy egy tökéletes versenyző piac életképes. Az adatokból nehéz következtetni a kereslet teljes elaszticitására, mivel ehhez jól kellene ismerni a piacon érvényesülő piaci struktúra, és az érzékelt elaszticitás kapcsolatát. Pontos kvantitatív becslésre tehát szinte nincs is lehetőség. Az elkerülhetetlen egyszerűsítésekre nincs pontos és egyértelmű szabály, a törekvés valami olyasmi, hogy meghatározzák a keresleti oldali helyettesítést, néha formálisan az objektív keresleti függvényt, és sok mindent mondjanak a kínálati oldali (belépési) dolgokról. A celofán bakival, illetve a kiinduló árproblémájával, akkor foglalkoznak, ha számottevőnek érzik. A kérdőívekben meg lehet próbálni egy egész piaci stratégiát (feltételes döntések sorozatát) megfogalmazni, de ez nagyon bonyolult lehet. Modern kérdőíves technológiák sokat segíthetnek a probléma megoldásában, mintegy szimulálva a döntéshozás folyamatát. A sok nehézség azonban nem azt jelenti, hogy a releváns piac meghatározásánál feltett kérdések, vizsgált problémák ne lennének lényegesek. A piac pontos definíciójánál fontosabbak lehetnek a piac meghatározása során nyert ismeretek.

3. Sorolja fel és mellékelten csatolja a Programmal (annak eredményeivel) összefüggésben született tanulmányokat, kiadványokat, publikációkat, előadásokat stb.! A Program végrehajtása mennyiben segítette a Programban résztvevők tudományos előmenetelét?

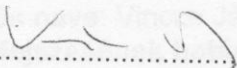
A munka során készített és csatolt tanulmány: A releváns (érintett) piac meghatározása a Holland Versenyhatóság gyakorlatában (Vincze János).

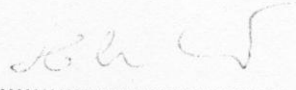
4. Mutassa be, a Program megvalósítása mennyiben felel meg az eredeti munkatervnek (ütemezés, eredmények, esetleges eltérések indokai, különös tekintettel a támogatási szerződés módosítása nélkül végrehajtottakra)!

A program megvalósítása megfelelt az előzetes munkatervnek.

5. Amennyiben rendelkezésre áll, csatolja a Program résztvevői / célcsoportja által készített értékelést!

Kelt: Budapest, 2007. 11. 30.


.....
Szakmai felelős aláírása


.....
**Kedvezményezett
(képviselőjének cégszerű
aláírása)**