

Járműkereskedelem és a gazdasági versenyképesség erősödése

Dr. Lakatosné dr. Novák Éva
Széchenyi István Egyetem
9026 Győr, Egyetem tér 1.
novakeva@tvn.hu

Tartalmi összefoglaló

A gazdasági növekedéssel együtt jár az új gépjárművek eladásának emelkedése. Az autókereskedelem liberalizálásával hazánkban európai színvonalú értékesítési hálózatok épültek ki, melyek korszerű, a közösségi jogszabályokkal összhangban lévő előírások alapján végzik gépjármű-forgalmazási tevékenységüket. Számba véve az évente értékesített új gépjárművek számát és értékét, továbbá az autókereskedelemhez kapcsolódó kiegészítő tevékenységeket, megállapítható, hogy a gépjármű-szektor komoly gazdasági súlyt képvisel a kereskedelemben, s hozzájárul hazánk versenyképességének javulásához, ezért is szükséges e folyamatok gazdasági-jogi komplex elemzése.

1. Fenntartható közlekedés és járműkereskedelem

Egy ország, egy térség gazdasági versenyképessége, az életmód minősége meghatározó mértékben függ a közlekedés fejlettségétől. A gazdasági fejlődéssel együtt járt a közlekedési hálózat fejlődése. A pillanatnyi közlekedésfejlesztési prioritások között kiemelt szerepe van az ország és a régióközpontok nemzetközi elérhetőségének javítása. Elsődleges cél a transzeurópai közlekedési hálózat fejlesztése, s Magyarország kiemelt szerepet kaphat az Ázsia és Európa közti kereskedelemben is (pl. közép-európai viszonylatban hazánk a hongkongi export felét fogadja). Magyarország kelet-európai áruelosztó központtá válhat, ha az infrastrukturális fejlesztések a megfelelő ütemben folytatódnak.

Magyarországon a közlekedés, szállítás állítja elő a GDP 6%-át. A közlekedési hálózatok építését és a járműgyártást is figyelembe véve minden tizedik munkahely a közlekedéssel kapcsolatos. A háztartások fogyasztásában a szállítási szolgáltatás részaránya a járművásárlással és üzemeltetéssel együtt eléri a 21%-ot.

Igaz, hogy a személyközlekedés fejlesztésénél súlyponti kérdés a környezetbarát közlekedési módok: a vasút és a vízi közlekedés preferálása, a városi és agglomerációs közösségi (elsősorban kötöttpályás) közlekedés fejlesztése, egyre nagyobb teret hódít az egyéni (autós) közlekedés annak ellenére, hogy jelentős környezetterhelést (légszennyezést és zajterhelést) okoz.

Tekintettel az alkotmányban szereplő piacgazdasági elvekre az állam közvetlenül nem avatkozhat be a járműkereskedelemben és írhatja elő bizonyos gépjárműtípusok értékesítésének tilalmát. A fenntartható közlekedés érdekében azonban a személygépjárművekkel, azok használatával kapcsolatban az államnak mégis van olyan eszköze, amellyel ösztönözheti a kedvező paraméterű személygépkocsik vásárlását.

- A személygépjárművekre vonatkozó technikai-műszaki és környezetvédelmi előírások jelentős mértékben hozzájárulhatnak a környezetszennyezés csökkentéséhez (ld. károsanyag-kibocsátás maximális értékének meghatározása, az ezzel kapcsolatos ellenőrzés, a bio-üzemanyaggal működő járművek fejlesztése, annak támogatása, stb.).
- A behozatali szabályozással hozzájárulhat régi, környezetszennyező járművek visszaszorításához vagy éppen elterjedéséhez is, a járműállomány minőségének javulásához vagy éppen romlásához.
- A gépjármű után fizetendő adók, ill. azok mértékének meghatározásával ösztönözni lehet bizonyos gépjármű-kategóriák preferálását vagy éppen visszaszorulását (pl. a luxusadó kivetése nagyobb kategóriájú autókra vagy terepjárókra).

- A gépjármű-használattal kapcsolatos hatósági szabályozás (pl. a gépjárművek vagy egyes gépjárművek kitiltása meghatározott területekről) bizonyos területeket mentesíthet a gépjárműhasználattal járó környezeti terheléstől.
- Az üzemanyagárban jelen lévő állami terhek mértéke szűk körben befolyásolja csak a személygépjármű-tulajdonosok közlekedési szokásait.
- Állami-önkormányzati összefogással, közösségi támogatásával, s esetleg a magánszféra bevonásával enyhíteni lehetne a városi közlekedés zsúfoltságát a városszéli őrzött parkolók kiépítésével és ezzel egy időben a városi és elővárosi forgalomban az egyéni közlekedés helyett a megközelítőleg hasonló szolgáltatási színvonalat nyújtó korszerű, kényelmes, környezetbarát közösségi közlekedési módok kiépítése az esetleg meglévő kötöttpályás vagy más közlekedés korszerűsítésével.

A járműkereskedelem a gépjárműpark megújításához járul hozzá.

2. A magyar autópiacon jellemzői

A magyar autópiacon a rendszerváltás és a piacgazdaság kiépítése hozott jelentős változásokat. Az elmúlt másfél évtized alatt egyrészt három járműkonzern (Audi, Suzuki, Opel) is alapított gyárat Magyarországon, megváltozott az újautó-eladások rendszere, kialakult a márkakereskedői hálózat. Korábban a gépjármű-import állami monopólium, volt, amit három állami vállalat végezhetett attól függően, honnan származó, illetve milyen típusú gépjárműről volt szó (MERKUR: az akkori szocialista államokban gyártott gépjárművek importőre, INTERÁG: a BMW behozatalára szakosodott, KONZUMEX: a „nyugati” gépjárműveket importálta). Az autókereskedelem liberalizálása után megnyílt az út, hogy magánszemélyek és kereskedők új, illetve használt gépkocsit hozzanak be külföldről. Megalakultak az Európában használt járművek gyártóinak hivatalos importőrcegei is. A kezdeti időszakra volt tehető az a kellemetlen jelenség, hogy hazánkat – a gépjárművekre vonatkozó szigorú környezetvédelmi szabályok hiányában – előzönlötték a „nyugati”, de rendkívül öreg, s emiatt rossz állapotban lévő, bár kétségkívül olcsó személygépkocsik. Ezt az időszakot követte – hála a környezetvédelmi szabályok változásának – a minőségileg jobb gépjárművek behozatala, s a gazdasági fejlődésnek köszönhetően az új gépjárművek vásárlásának fellendülése. (A jelenlegi szabályozás sajnos ismét megengedi a régi gépjárművek behozatalát.)

A gépjárműpark, illetve a gépjárműpiac jól mutatja egy adott ország gazdasági helyzetét: a gazdasági növekedéssel együtt jár az új gépkocsik eladásának emelkedése is (ld. régi jármű újabbra, jobbra cserélése, második gépjármű megjelenése a háztartásban). Jelenleg hazánkban mintegy 800 márkakereskedő cég 1100 szalonban évente körülbelül 200-210 ezer új gépjárművet értékesít, s 30-35 ezer fő alkalmazását biztosítja. Ez a néhány szám (az egyes modellek árának hozzávetőleges ismeretében, s tudva, hogy az autókereskedelemhez kapcsolódó kiegészítő tevékenységben is több ezer vállalkozás vesz részt) jelzi a gépjármű-szektor gazdasági súlyát a kereskedelemben.

A magyar gépjárműpiac kevésbé pozitív jellemzői között említendő, hogy a gépjármű-park átlagéletkora 10 év felett van, ami különösen is indokolja a fenntartható közlekedésről való gondolkodást.

3. Az új járművek forgalmazásának komplex megközelítése

3.1. Az új járművek forgalmazásának jogi szabályozása

A téma vizsgálata során megállapítható, hogy az üzleti-gazdasági életben e területen sem lehet egy jogágban gondolkodni, a jogalkalmazás során a jog egészét komplex módon kell vizsgálni. Több jogterületet is figyelembe kell venni:

- a polgári jog szabályozza az áruforgalmi láncban a tulajdoni viszonyokat, a résztvevő alanyok közti kapcsolatot, illetve a tulajdonátszállás, a kereskedelem szabályait,
- a fogyasztóvédelmi szabályok biztosítják a fogyasztók jogait, segítenek jogos érdekeik érvényesítése során (igaz, a fogyasztóvédelmi szabályok besorolhatók a polgári jogi, versenyjogi, közjogi szabályok közé is),
- a versenyjogi szabályok a gazdasági verseny tisztaságát, élénkségét célozzák,

- a pénzügyi jog szabályait kell figyelembe venni a kereskedelemben, gépjármű-finanszírozásban, de a gépjármű üzemeltetése során is (ld. adózás), továbbá az Európai Unión kívüli államokkal folytatott kereskedelemben a vámszabályokat is alkalmazni kell, melyek szintén a pénzügyi jog részét képezik,
- eljárási kérdésekben a közigazgatási jog szabályait kell figyelembe venni,
- a közlekedés során pedig a közlekedési jog előírásait,
- s nem szabad megfeledkezni a közösségi jog szabályairól sem, melyek uniós csatlakozásunk óta direkt módon befolyásolják mindennapjainkat.

A járműkereskedelem meghatározása is komplex szemléletet kíván meg, hiszen nem egy jogviszony vizsgálatára kell szorítkoznunk, hanem több jogalany kapcsolatainak egész hálózatát kell elemeznünk. A jogi hátteret is több jogszabály együttes vizsgálata adja. Kiemelendő azonban egy jogszabály, mely speciálisan a jármű-értékesítéssel foglalkozik, s a közelmúltban jelentős változásokon esett át Magyarországon és az Európai Közösségben egyaránt: a versenykorlátozás tilalma alól mentesítő közösségi, ill. magyar csoportmentességi rendelet.¹

3.2 Vertikális struktúra a gépjármű-értékesítésben

A járműkereskedelem szereplőinek elhelyezkedése a társadalmi újratermelési rendszerben támpontot jelent az elemzésnél. E rendszer fő részeit képezi a termelés, a forgalom és a fogyasztás. Termelés alatt az anyagi javak és szolgáltatások előállítását, ill. nyújtását értjük. A forgalom során juttatjuk el a javakat, szolgáltatásokat a további felhasználókhoz, ill. a végfogyasztókhoz. A fogyasztás pedig az anyagi javak, szolgáltatások felhasználása további termelési folyamatokban vagy személyes szükségletek kielégítésére szolgáló végső felhasználás.

Korábban, az autó feltalálása után, az autógyárak alapításának éveiben az értékesítés közvetlenül a gyáron keresztül történt. Akkoriban csak kevés, s az ügyfelek igényei szerint legyártott járművet adtak el. Ma is létezik még közvetlenül a gyárból történő eladás (elsősorban nagyfogyasztóknak, lízingcégeknek, stb.), de arányait tekintve ez már az egyéb értékesítéshez képest elenyésző.

A termelői/gyártói szint többnyire olyan nemzetközi társaságot jelent, mely az egyes alkatrészek gyártására akár több államban is működtet leányvállalatot. S ha tovább kívánjuk finomítani a gépjármű-gyártók szintjét, el lehet választani a tényleges **gyártói szinttől a tulajdonosi szintet** (pl. az Opel gyártó részvénytársaság a General Motors Co. tulajdonában van).

A gyártói szinttől elkülönül, bár érdekeit nézve ehhez a szinthez áll közel a **regionális/nemzeti importőri-forgalmazói szint** (nagykereskedő). Hálózattól függően a regionális (több államot átfogó) vagy a nemzeti szervezet rendelkezik jogi személyiséggel. Az ide tartozó szervezetek gyakorlatilag a gyártót képviseli saját gépjármű-márkájuk tekintetében a saját területükön az értékesítés és a szervizelés terén. A hálózat döntése alapján az e szinthez tartozó importőrök nyithatnak akár saját márkakereskedést is (ld. a Renault-hálózat). Az importőr-forgalmazó alanyösszevonás etikailag mindenképp aggályos, a forgalmazó érdekeivel ellentétes, azt sértő, s versenyjogi szempontból is az elfogadhatóság határán van, hiszen a többi márkakereskedő piaci lehetőségeit jelentősen rontja, a verseny korlátozásával jár (különösen igaz ez a flottaértékesítés területén).

A **forgalmazói szinten** a márkakereskedések helyezkednek el. A fentebb említett csoportmentességi rendeletek nem titkolt célja volt ennek a szintnek az erősítése, érdekeik fokozottabb védelme. E szektorban az általános csoportmentességi szabályok helyett szükség volt speciális előírásokra, melyek egyrészt szigorúbbak, másrészt rugalmasabbak az általános szabályoknál, s speciálisan a gépjármű-értékesítés és szervizelés terén felmerülő problémákra adnak választ.²

¹ Nagy jelentőségű és komoly előrelépést jelentett az Európai Közösség Bizottságának 1400/2002/EK rendelete a Római Szerződés 81. cikke (3) bekezdésének gépjármű-forgalmazási és szerviz-megállapodások egyes csoportjaira történő alkalmazásáról, s az ennek mintájára – kissé megkésve – megalkotott 19/2004. (II. 13.) Kormányrendelet a gépjármű ágazatban a vertikális megállapodások egyes csoportjainak a versenykorlátozás tilalma alól való mentesítéséről. A magyar jogszabály nagyrészt megegyezik az Európai Bizottság által elfogadott rendelet szövegével. A nagyfokú hasonlóság, ill. megegyezés minden bizonnyal segíti a piaci résztvevőket a mindennapi egységes jogalkalmazásban.

² A magyar és a közösségi csoportmentességi rendelet növeli a kereskedők függetlenségét a gyártóktól, lehetővé teszi több márka értékesítését, szétválasztja a gépjármű-értékesítést és szervizelését, javítja a független javítóműhelyek és alkatrészgyártók versenyhelyzetét, s nagymértékben liberalizálja a műszaki információkat.

A hatályos szabályozás szerint a gyártók eldönthetik, hogy szelektív vagy exkluzív értékesítési rendszerben kívánják-e kereskedői hálózatukat kiépíteni. A gyártó mindkét rendszerben szakképzett kereskedőkkel/forgalmazókkal rendelkezik, akik az ő követelményeinek megfelelően tevékenykednek. A **szelektív értékesítési rendszerben**³ meghatározott – versenyjogi szempontból objektív és indokolt – feltételekhez kötik a forgalmazói, azaz a márkakereskedői státuszt. A gyártó maga választja ki márkakereskedőit minőségi (kvalitatív szelektív értékesítési rendszer) vagy mennyiségi (kvantitatív szelektív értékesítési rendszer) szempontok alapján. Minőségi feltétel lehet pl. a kiállítóhelység nagysága és minősége, a termék megfelelő bemutatása, az értékesítési személyzet szakképzettsége, az elvárás, hogy a kereskedő az adott gépjármű-márkából teljes modellválasztékot kínáljon, vagy az az elvárás, hogy a kereskedő bemutató autóval rendelkezzen. Mennyiségi szelektív értékesítési rendszer esetén a gyártó közvetlenül meghatározhatja a kereskedői számát. Mennyiségi kritérium lehet pl. a kereskedők maximális számának, a minimális forgalomnak vagy a minimális éves nyereségnek a meghatározása. A feltételek kialakításával a gyártó el tudja érni, hogy az egész piac megfelelő számú kereskedővel lefedett legyen.

A szelektív értékesítési rendszerben a kereskedők az egész piacon végezhetnek aktív eladási tevékenységet, azonban viszonteladók közül csak a gyártó értékesítési hálózatához tartozónak adhatnak el gépjárművet. Ez azt jelenti, hogy pl. egy holland székhelyű kereskedő (Hollandiában olcsóbbak a gépjárművek, mint Németországban) hirdetheti magát német újságban, s személyre szóló leveleket vagy e-maileket küldhet német fogyasztóknak. A korábbi előírások szerint a kereskedelmi területen kívül csak az általános reklám és a passzív eladás volt megengedett. Az új szabályozás így természetesen hozzájárul az intrabrand (márkán belüli) verseny fokozásához.

További korlátozás megszüntetését jelentette az ún. „**székhelyi klauzula**” eltörlése. A záradék alapján a gyártó megkövetelhetette a kereskedőtől, hogy csak bizonyos székhelyen működjön, s az nem nyithatott további értékesítési helyet vagy raktárt más piacokon. Az új rendelet alapján a szelektív értékesítési rendszerben korlátozás nélkül nyitható fióktelep az Európai Unióban.

Az **exkluzív értékesítési rendszerben**⁴ a gyártó kizárólagos értékesítési területet (vagy ügyfélkört) biztosít minden kereskedőnek. Itt is támaszthatók a kereskedővel szemben bizonyos minőségi előírások, de az adott területre (ügyfélkörre) más kereskedőt jogosítani tilos.

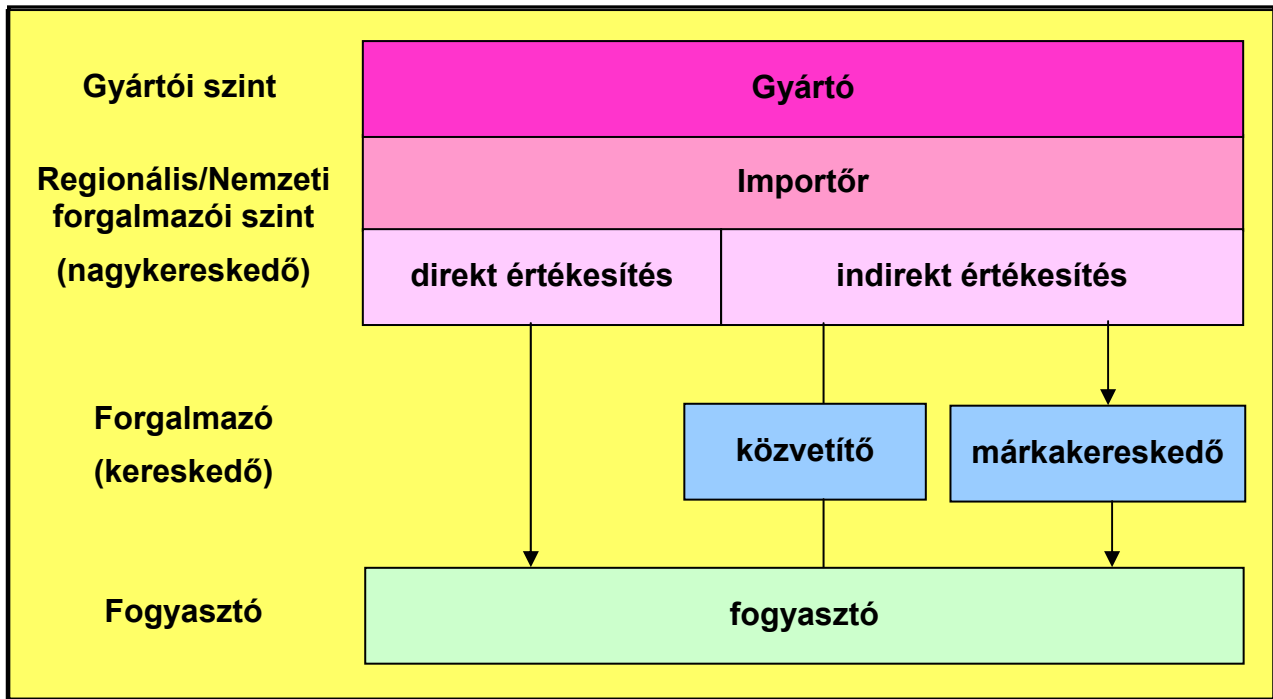
Az exkluzív értékesítési rendszer más módszer alapján működik, mint a szelektív rendszer. A fogyasztó eszerint bárhol megvásárolhatja a gépjárművet, ugyanakkor a kereskedőnek értékesítési területén kívül csak passzív értékesítésre van lehetősége, az adott területen kívüli aktív értékesítést a gyártó megtilthatja. Megvan viszont a kereskedő joga, hogy független kereskedőnek is eladhasson gépjárművet.

A forgalmazói szinthez köthetők a közvetítők is, hisz az ő munkájuk is azt segíti, hogy a fogyasztó gépjárműhöz jusson. A közvetítő a fogyasztó megbízása alapján jár el, többnyire nem szerez tulajdonjogot az adott gépjármű felett. Az államok (házánk tekintetében nyilván az Európai Unió tagállamai) gépjármű-árai közti különbség előnyeinek kihasználásánál fontos szerepet tölthettek volna be a közvetítők, a korábbi szabályozás azonban ezt nem engedte. A korábbi közösségi csoportmentességi rendelet szerint az eladott gépjárművek max. 10%-át lehetett közvetítőkön keresztül értékesíteni. A hatályos szabályozás a közvetítők tevékenységét ugyan liberalizálta, szerepük mégsem nőtt jelentősen, mivel a gyártókra nehezedik a kényszer, hogy a közösségi belső piacot egységesen kezeljék, s ennek megfelelően az egyes tagállamokbeli gépjármű-árait is közelítsék.

³ „**Szelektív értékesítési rendszerek**” azok az értékesítési rendszerek, melyekben a szállító kötelezi magát, hogy a szerződés szerinti termékeket vagy szolgáltatásokat közvetlenül vagy közvetve csak olyan kereskedőknek vagy műhelyeknek adja el, melyeket meghatározott tulajdonságok alapján választottak ki. Ezen rendszerekben ezek a kereskedők és műhelyek kötelezik magukat, hogy az érintett termékeket és szolgáltatásokat nem adják el fel nem jogosított kereskedőknek vagy független műhelyeknek, nem érintve az alkatrész eladási lehetőséget független műhelyeknek, valamint azt a kötelezettséget, hogy a független piaci résztvevők rendelkezésére bocsássanak minden technikai információt, diagnosztikai felszerelést, gépet vagy szakmai útmutatást, ami a gépjárművek forgalomba helyezéséhez és karbantartásához, illetve a környezetvédelmi előírások szempontjából szükséges. *A Bizottság 1400/2002/EK rendelete, 1. cikk (1) bekezdés f) pontja*

⁴ A rendelet az **exkluzív értékesítési** rendszer fogalmát nem definiálja. A fogalom-meghatározások között szerepel azonban a „kizárólagos beszállítási kötelezettség”, ehhez tartozik minden olyan közvetlen vagy közvetett kötelezettség, mely arra ösztönzi a szállítót, hogy a szerződés szerinti terméket vagy szolgáltatást speciális felhasználás vagy továbbeladás céljából a belső piacon belül csak egy vásárlónak adja el. *A Bizottság 1400/2002/EK rendelete, 1. cikk (1) bekezdés e) pontja*

A termelési lánc végén természetesen a **végfogyasztók** helyezkednek el. A végfogyasztó tágan értelmezett pozíciójába többféle módon kerülhet a gépjármű használója. Lehet egyrészt tulajdonosa és használója a gépjárműnek. Nem saját finanszírozásnál elválhat a tulajdonos és a használó. Ilyen esetben elképzelhető, hogy a használó később tulajdonossá válik (ld. később pénzügyi lízing), s az is előfordulhat, hogy a használó nem is akar tulajdonossá válni (ld. később operatív lízing és outsourcing).



1. ábra: Az új gépjárművek forgalmazásának rendszere

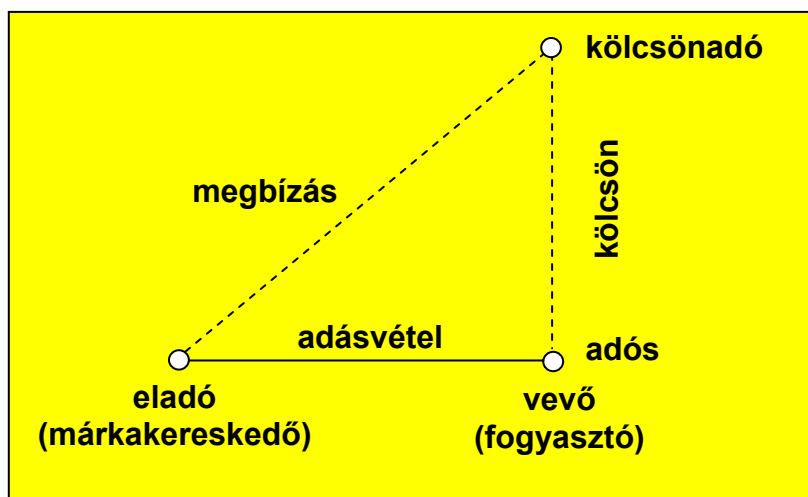
3.3. A jogalanyok közti szerződéses kapcsolat

A gyártó/importőr (továbbiakban: **nagykereskedő**) és a **márkakereskedő** szerződéses kapcsolatát a kettejük közti keretszerződés határozza meg. Ez a két fél közti hosszú távú gazdasági kapcsolat alapdokumentuma, mely a felek közti kapcsolattartástól kezdve a márkakereskedőtől elvárt technikai-műszaki, megjelenésbeli, stb. előírásokon át pl. többek között az elvárt értékesítési célkitűzésekre, raktáron tartott gépjármű-darabszámra vonatkozó előírásokat is tartalmazza.

A szelektív és az exkluzív értékesítési rendszerben is lehetőségük van a márkakereskedőknek arra, hogy a fogyasztók igényeinek megfelelő, de sem náluk, sem a központi raktárban meg nem található személygépkocsit egy másik, a hálózathoz tartozó márkakereskedőtől „lehívják”, azaz a fogyasztóval megkössék az adásvételi szerződést egy másik márkakereskedő tulajdonában álló gépjárműre. A márkakereskedők közti elszámolás a fogyasztóval történt szerződéskötés után jön létre.

A gépjármű-forgalmazási rendszerben a **fogyasztó** legtöbbször a **márkakereskedővel** áll kapcsolatban, s így jut hozzá a személygépjárműhöz. Ennek többféle módja lehet attól függően, hogy a fogyasztó tulajdonosa kíván-e lenni az adott gépjárműnek vagy csak használni akarja azt, ill. a tulajdonossá váláshoz valamilyen finanszírozási segítséget igénybe kíván-e venni.

A gépjármű-forgalmazással kapcsolatos alapkötelmet az **adásvételi szerződés** jelenti. A vevő az ár megfizetésére vonatkozó kötelezettségét teljesítheti saját megtakarítása terhére, de megteheti ezt valamilyen kölcsönösszögből. A kölcsönadó a vevővel áll szerződéses kapcsolatban, s lehet magánszemély, pénzügyintézet vagy egyéb jogalany is. Tovább árnyalhatja a képet, ha a kölcsönszerződés létrejöttében a márkakereskedő nyújt segítséget. Ebben az esetben is a vevő és a kölcsönadó a szerződés alanya, de a kölcsönszerződés megkötésére tekintettel a kölcsönadó (többnyire pénzügyintézet) jutalékot fizet a márkakereskedőnek, s így korábbi, a jutaléokra vonatkozó megállapodásuk alapján közöttük is fennáll egy jogviszony. Előfordulhat az is, hogy a márkakereskedő a kölcsönadó megbízottjaként is eljárhat. Ilyen esetekben a márkakereskedőt kötelezettségek is terhelik a kölcsönszerződéssel kapcsolatban.



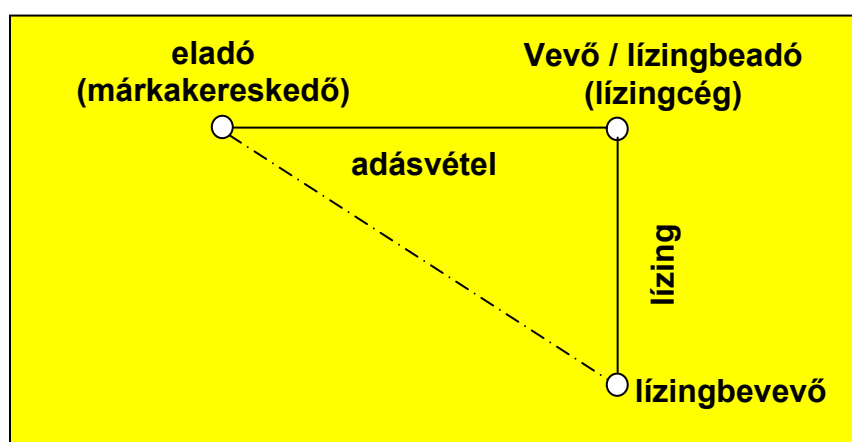
2. ábra: A márkakereskedő, a fogyasztó és a kölcsönadó közti jogviszony

A gépjármű-forgalmazás terén említést kell tennünk a mára már sui generis szerződéstípusává vált és a gyakorlatban sokszor előforduló **lízingszerződés**ről. Lizingszerződés alapján a lízingbe adó a gépjármű használatát biztosítja, s átengedi a hasznok szedésének jogát is (ebben a haszonbérlettel megegyezik). Több változata közül témánk szempontjából a pénzügyi és az operatív lízinget kell megemlíteni.

Pénzügyi lízing esetén a használati kötelelem jellemzői mellett a tulajdonjog átruházására is sor kerül. Pénzügyi lízing esetén a lízingbe adó a lízingbe vevő igényei szerint beszerzett gépjárművet lízingdíj ellenében a szerződésben rögzített időtartamra a lízingbe vevő birtokába adja azzal, hogy a lízingbe vevőt terheli a használatból eredő minden költség és kockázat. A szerződés lejártakor a lízingbe vevő vagy az általa megjelölt személy a maradványérték megfizetésével vagy anélkül tulajdonjogot szerezhet a gépjárműn (elővételi jog illeti meg). A gépjármű tulajdonosa a lízingbe adó.

Operatív lízing esetén csak a használati kötelek jellemzői fedezhetők fel. Operatív lízing esetén is a lízingbe vevő igényei szerint beszerzett és a lízingbe adó tulajdonát képező gépjármű használatba adására vállal kötelezettséget a lízingbe adó határozott időtartamra és meghatározott lízingdíj ellenében, de a lízingbe vevő a futamidő végén a lízingelt gépjárművet köteles a lízingbe adónak visszaszolgáltatni.

Mindkét lízingszerződésnél a lízingbe adó a gépjármű tulajdonosa, aki átengedi a birtoklás, a használat és a hasznok szedésének jogát. Lényeges eltérés azonban, hogy pénzügyi lízingnél a lízingbe vevő a gépjármű tulajdonosává válhat, s számviteli szempontból is jelentős különbségek vannak: pénzügyi lízing esetén a lízingelt eszközt a lízingbe vevő aktiválja, ő számolja el pl. az értékcsökkenést, operatív lízing esetén pedig a lízingbe adó teszi ezeket. Lizingszerződés esetén a lízingbe vevő is kapcsolatba kerül a márkakereskedővel. Az ő igényei szerint szerzi be a lízingbe adó a gépjárművet, s a szavatossági, jótállási, javítási-karbantartási tevékenység során ő köteles a márkakereskedővel tartani a kapcsolatot.



3. ábra: Gépjármű-értékesítés és lízingszerződés

Forrás: Saját szerkesztés

A gazdasági életben az elmúlt évtizedekben jelent meg és kapott egyre nagyobb szerepet a **gépjármű-kiszervezés/outsourcing**. Vállalati szinten gépjárművet üzemeltetni minden esetben bonyolult adminisztrációt, többletköltséget, valamint az adott cég fő tevékenységi körétől távol eső problémák kezelését jelenti. Mára már egyre több helyen bevált gyakorlat, hogy a vállalatok (nagyságtól függetlenül) járműparkjuk beszerzését, finanszírozását, üzemeltetését professzionális autókezelőre bízzák. Az átfogó szolgáltatást nyújtó **flottakezelő** már a gépjárművek beszerzésénél kedvezőbb feltételeket tud kialakítani (tekintettel a nagy mennyiségű vásárlásra), s jelentős mennyiségi kedvezményt kap a biztosítótársaságoktól, az üzemanyagok után, a gumik és alkatrészek árából, a szervizek óradíjából, amit beépít saját díjaiba, s részben továbbad partnereinek. A szerződő partner nem köt le komoly pénzeszközöket saját gépjárműpark kialakítására, mentesül a beszerzés, üzemeltetés (javítás, karbantartás, biztosítás, súlyadó, adminisztrációs tevékenységek, stb.) kötelezettsége, a gépjármű értékesítésének gondja alól, jogosult csereautó szolgáltatás, segélyszolgálat és sofőrszolgálat igénybe vételére. A flottakezelő szerződés a bérleti szerződés elemeit is magán hordozza, de az egyszerű bérletnél több szolgáltatást nyújt.

A **gépjármű bérlet** a gépjármű használatának átengedése terén nem terjedt el. Bár bérleti szerződés alapján a bérlő jogosult a gépjármű birtoklására, használatára, az elszámolási szabályok és egyéb előnyök hiánya miatt inkább az egyéb konstrukciókkal (pl. kölcsön, lízing, flottakezelés) találkozhatunk a mindennapokban.

A hatályos szabályozás megengedi, hogy a gépjármű ne csak a márkakereskedőn, hanem **közvetítőn** keresztül is eljuthasson a fogyasztóhoz. A közvetítő a fogyasztó megbízása alapján jár el, többnyire nem szerez tulajdonjogot az adott gépjármű felett.

4. Az új gépjárművek értékesítésének versenyjogi vonatkozásai

4.1. A gazdasági verseny joga

A piac és a verseny alapvető szerepet játszik a piacgazdaságok mindennapjaiban. A kormányzatok versenypolitikájának célja a kezdetektől az, hogy a piaci szereplőket versenykörülmények közé szorítsák. A versenynek szabadnak kell lenni, ami a piaci szereplőknek széles lehetőségeket biztosít, ugyanakkor meg kell akadályozni, hogy szabadossá váljon, ezért az állam beavatkozásával megszületik a gazdasági verseny joga. A versenyjog védi a gazdaság szerkezetét (cél, hogy minél több szereplő vegyen részt a gazdasági életben, s lehetőleg azonos „súlycsoportban” versenyezzenek), védi a piacot (tiltja a tisztességtelen piaci magatartásokat), s van fogyasztóvédelmi funkciója is (mivel a verseny döntő mértékben a fogyasztók megnyeréséért folyik, velük szemben fokozottabban elvárható a korrekt és tisztességes üzleti magatartás).

4.1.1. A gazdasági szerkezet védelme

A versenygazdaság szerkezetének védelme terén három területet emel ki versenyjogunk: foglalkozik a gazdasági versenyt korlátozó megállapodások tilalmával (**kartelltilalom**), a gazdasági erőfölénnyel való visszaélés tilalmával, valamint a vállalkozások összefonódásának ellenőrzésével (füziókontroll). Ezek közül témánk szempontjából az első kettő kiemelendő.

A tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (továbbiakban Tpv.) 11. § (1) bekezdés szerint „*Tilos a vállalkozások közötti megállapodás és összehangolt magatartás, valamint a vállalkozások társadalmi szervezetének döntése (a továbbiakban együtt: megállapodás), amely a gazdasági verseny megakadályozását, korlátozását vagy torzítását célozza, vagy ilyen hatást fejthet, illetve fejt ki.*” Ilyen lehet pl. az árkartell, a piacra lépés akadályozása, a piac felosztása, stb. Kartelltilalomba ütköző magatartás a márkakereskedők egymás közti viszonylatában, illetve az importőr hatására fordul elő legtöbbször a gyakorlatban. A vertikális kartellek esetében azonban van lehetőség a tilalom alóli mentesülésre (ld. később csoportmentességi rendelet), ha az erről szóló rendelet előírásainak megfelelnek..

Jobb piaci pozíciójával, gazdasági erejével élhet minden vállalkozás, a gazdasági erőfölényre törekvés sem törvénysértő önmagában, tilos viszont a **gazdasági erőfölénnyel visszaélés**. Ezt a fajta versenyjogsértést többnyire a gyártók/importőrök követik el a márkakereskedőkkel szemben.

4.1.2. A piac védelme

A piacvédelem terén a Tpv-t-ben egy generálklauzula védi a versenytársak és a fogyasztók érdekeit, s mellette példákat találhatunk a jogsértésre. Ilyen jogsértést követhetnek el a márkakereskedők, ill. márkakereskedők és importőrök, amikor pl. nem megfelelő reklámmal próbálnak vásárlókat csábítani kereskedésükbe.

4.1.3. A fogyasztók versenyjogi védelme

A Tpv-t. 8. § szerint „tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni”. Ez a terület a piac védelméből önállósult, tehát versenyjogi szabályanyag, ugyanakkor legalább ennyire kapcsolódik a fogyasztóvédelem területéhez. A versenyjog sokáig nem vette figyelembe a fogyasztók érdekeit, inkább a versenytársak szempontjai domináltak. A modern versenyjog azonban már felvállalja a fogyasztók védelmének szükségességét, nem utolsó sorban azért, mert a verseny is végső soron a fogyasztók érdekét szolgálja.

4.2. A közösségi versenyjog szabályozási rendszere

Az Európai Közösségben is megfogalmazódott az igény a közösségi szintű szabályozás kialakítására, így a verseny védelmét a Római Szerződés szabályozza az alapelvek között. A Szerződés 4. cikk (1) bekezdése szerint:

„... a Közösség és a tagállamok tevékenysége a jelen Szerződésben előírt feltételekkel és időrendben magában foglalja egy olyan gazdaságpolitika kialakítását, (...) amelyet a nyitott szabadversenyves piacgazdaság elvének tiszteletben tartásával alkalmaznak.”

A Szerződés 3. cikk (1) bekezdés g) pontja szerint:

„... a Közösség tevékenysége (...) az alábbiakat foglalja magában:

g) olyan rendszert, amely biztosítja, hogy a belső piac területén folyó verseny ne torzuljon ...”

Az alapvető szintű rendelkezések mellett a Római Szerződés VI. címének 1. fejezete foglalkozik részletesen a versenyszabályokkal, melyek közül témánk szempontjából különösen a 81. cikk rendelkezései érdemelnek figyelmet. A másodlagos jogforrások közül e területen szinte kizárólag rendeletekkel találkozunk. Ezek közül kiemelendő az 1/2003/EK rendelet, mely a Római Szerződés kartelltilalmának és gazdasági erőfölénnyel visszaélés tilalmának legfontosabb végrehajtási szabályrendszere, valamint a csoportmentesség terén a Bizottság 2790/99/EK rendelete a vertikális megállapodásokkal kapcsolatban és az 1400/2002/EK rendelet a gépjármű-forgalmazással kapcsolatban.

A versenyjog területi hatályával összefüggésben érdekesség, s a nemzeti jogokra nem is jellemző, hogy az nemcsak a Közösség tagállamainak területére terjed ki, hanem lehetséges annak ún. extraterritoriális, azaz a tagállamok területén kívüli alkalmazása is a hatáselv segítségével. A hatáselv szerint nem követelmény, hogy a versenyt korlátozó magatartást a közösség területén fejtse ki, elegendő, hogy annak következményei ott érezhetők legyenek.

A vállalatokra vonatkozó közösségi versenyjogi szabályok közül a járműkereskedelemben a versenykorlátozó megállapodások (kartellek) tilalmát rendező előírások vonatkoznak. A szabályozás célja, hogy megakadályozza azon piaci magatartások kifejtését, ill. hatását, amelyek a verseny zavartalansága ellen hatnak, amelyek veszélyeztetik a belső piac egységét. Fő szabály szerint tilos minden olyan versenykorlátozó megállapodás, mely a gazdasági verseny ellen hat. A vertikális megállapodások terén jelentkező kedvező hatások miatt a közösségi versenyjog is kidolgozta a kartelltilalmi megállapodások rendszere mellett a mentesülés lehetőségeit is.

4.3. A vertikális megállapodások egyes csoportjainak a versenykorlátozás tilalma alóli mentesülése

A gazdasági versenyt korlátozó megállapodás lehet versenytársak (potenciális versenytársak) közötti, úgynevezett **horizontális kartell** vagy lehet **vertikális kartell**, melyet a termelési-forgalmazási lánc különböző szintjén elhelyezkedő résztvevők kötnek egymással. A járműkereskedelemben megállapodásai ez utóbbi csoportba tartoznak. A különböző vertikális kartell megállapodások, korlátozások bizonyos értelemben versenykorlátozások létrejöttét eredményezhetik (pl. a kizárólagos értékesítési, a kizárólagos beszerzési, a területi kizárólagosságot nyújtó megállapodások). Így a vertikális korlátozások nehezíthetik a piacra jutást, illetve el is zárhatják a piacot. Emellett ugyanakkor kedvező hatásai is lehetnek, élénkíthetik a versenyt. A vertikális kartellek, mint a versenykorlátozások egyik

formája, részei az általános kartelltilalomnak, de a vertikális megállapodások meghatározott területei, melyek pozitív piaci jelenségnek tekinthetők, mentesek vagy mentesíthetők a tilalom alól. A vertikális kartelltilalom mindig széleskörű mentesítési lehetőséggel jár együtt.

A jogszabályi mentesítés megtalálható mind közösségi, mind tagállami szinten: az Európai Közösségben a Bizottság 1400/2002/EK rendelete említendő, hazánkban pedig a 19/2004. (II. 13.) Kormányrendelet.

A kormányrendelet szerkezete annyiban tér el közösségi rendeletétől, hogy a rendelkezések sorrendjét megváltoztatta a magyar jogalkotó. A bizottság rendeletében a fogalom-meghatározások az első, míg a magyar tervezetben az egyik utolsó szakaszban kaptak helyet. Egyebekben a magyar jogszabály követi a mintául szolgált bizottsági rendelet felépítését, bár néhány közösségi rendeleti cikk a magyar kormányrendeletből hiányzik. A mentesítés feltételeinél meghatározott összehatárok is megegyeznek (260,-Ft/1,-euro átváltási áron számítva), ami – tekintve a magyar cégméreteket – nem biztos, hogy helytálló hazai viszonylatban. Feltűnő különbség viszont, hogy míg a közösségi rendelet időbeli hatálya 2010. május 31-ig tart, megszabva, hogy legkésőbb 2008. májusáig a Bizottság köteles értékelő jelentést készíteni a rendelet alkalmazásáról, alkalmazhatóságáról, a magyar jogszabály nyitva hagyja az időbeli hatály végét.

A rendeletek elősegítik a gépjármű-szektorbeli versenyt, javítják a piac működését, figyelembe veszik a résztvevők különböző érdekeit. A rendeletek megalkotásával a jogalkotók az alábbi célokat szolgálták:

- Nagyobb gazdasági függetlenséget kell biztosítani a márkakereskedőknek (többségükben kis- és középvállalkozások) a gyártókkal szemben.
- Nagyobb piacra lépési lehetőséget kell biztosítani a független értékesítőknek és alkatrészgyártóknak.
- Javítani kell a fogyasztók helyzetét.
- Élesebben kell meghúzni a határt a megengedhető és a nem megengedhető megállapodások között.
- Választani lehessen a szelektív és az exkluzív értékesítési rendszer között.
- Több márka értékesítése is lehetséges legyen.
- Külön kell választani a gépjármű-értékesítést és a szervizt.
- Liberalizálni kell a műszaki információkat.

A rendeletek hatályba lépése óta eltelt idő már mutatott némi elmozdulást a régi rendszerhez képest, ha nem is mindig a jogalkotó várakozásainak megfelelően. A rendeletek fő célja a gyártók erőfölényének visszaszorítása volt. A gyártók reagáltak a rendeletek hozta változásokra, de eredményességüket az új szabályozás nem befolyásolta. A forgalmazóknál a nagyobb holdingok még nagyobbak lettek, a kisebb önálló egységek sorsa viszont kedvezőtlenebbre fordult. Az alkatrészgyártók tekintetében pedig a nagy forgási sebességű termékek gyártói kerültek kedvezőbb helyzetbe.

A rendeletek nyomán a gyártók választottak a szelektív és az exkluzív értékesítési rendszer között. A gépjármű-árakat Európa-szerte sávosan harmonizálták/harmonizálják. A tagállamok között egyre kisebb a gépjármű-árak közti különbség. (Ez viszont a Közép-Európai tagállamok számára kedvezőtlen, hiszen e területeken ez áremelkedésben nyilvánult meg.) A több márkás értékesítés megengedett, a márkakereskedők azonban a második, harmadik értékesíteni kívánt márkának többnyire márkacsoporton belüli gépjármű-márkát választottak. Bár a márkakereskedőknek nem kötelező továbbra is szervizt működtetni, nem jellemző a márkaszerviz nélküli márkakereskedés.

A rendeletek ügyfelekre gyakorolt hatása még nem mérhető, ahhoz hosszabb időnek kell eltelni. Az elmúlt években tapasztalt járműpark-növekedés (pl. újabb gépjárművek, második, harmadik gépjármű megjelenése egy családban) inkább a gazdasági helyzetnek és a csábító finanszírozási konstrukcióknak tudható be. (A gépjármű-eladások száma önmagában csalóka következtetésekre is adhat lehetőséget, hiszen a finanszírozott gépjárműveket nagy számban adták vissza a fogyasztók a finanszírozónak a teljesítőképességük hiánya miatt.)

4. Záró gondolatok

„Tempora mutantur et nos mutamur in illis”⁵ mondták egykor a rómaiak. Ez különösen igaz napjainkra, s a járműkereskedelemre egyaránt.

Az elmúlt bő másfél évtizedben jelentősen megváltozott a járműkereskedelem gyakorlata. Magyarországon is létrejött szinte a semmiből egy európai szintű értékesítési hálózat, az uniós csatlakozással nagymértékben módosultak a piaci viszonyok, tagjai lettünk a belső piacnak, megújult és sok tekintetben megváltozott a jogi környezet.

A járműkereskedelem szereplői közti vertikális és horizontális viszony csak akkor írható le hitelesen, ha több szempontból, komplex módon vizsgáljuk. A járműkereskedelemre ható tényezők ugyanakkor nem statikusak, hanem hatnak egymásra: fokozzák vagy visszafogják egymás hatását, dinamikusan fejlesztik a járműkereskedelem jogi-gazdasági-műszaki környezetét.

Jelen tanulmánnyal remélhetőleg sikerült rámutatni a járműkereskedelem egyes érdekcsoportjainak helyzetére, jogos érdekeikre, valamint a járműkereskedelem jogi hátterére, hozzájárulva ezzel is a téma hiányos szakirodalmának bővítéséhez.

Felhasznált irodalom

1. Prof. Dr. Creutzig, Jürgen [2000]: „Die Rechtlichen Rahmenbedingungen für die Neufahrzeugvertrieb”. *Gesellschaft zur Förderung des Kraftfahrzeugwesens GmbH.*, Bonn
2. Dr. Darázs Lénárd [2003]: „A vertikális kartelltilalom hiánya a magyar jogban és jogharmonizációs kötelezettségeink – egy javaslat a megoldásra”. *Magyar jog*, 1994/12
3. Miskolczi Bodnár Péter (szerk.) [2003]: „Az üzleti élet szerződésai”. *Unió Lap- és Könyvkiadó Kereskedelmi Kft.*, Budapest
4. Miskolczi Bodnár Péter [2002]: „A versenytörvény magyarázata”. *KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft.*, Budapest
5. Dr. Lakatos István (szerk.) [2004]: „Márkakereskedők kézikönyve” *GÉMOSZ*, Budapest
6. Dr. Lakatosné dr. Novák Éva (szerk.) [2003]: „A járműkereskedelem jogi szabályozása az EU-ban”. *Minerva-Sop Bt.*, Győr
7. Vékás Lajos (szerk.) [2001]: „Európai Közösségi jogi elemek a magyar magán- és kereskedelmi jogban”. *KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft.*, Budapest
8. Vörös Imre [1996]: „Az európai versenyjogok kézikönyve”. *Logod Bt.*, Budapest
9. Közlekedés Operatív Program
10. A Bizottság 1400/2002/EK rendelete a Szerződés 81. cikke (3) bekezdésének gépjármű-forgalmazási és szerviz-megállapodások egyes csoportjaira történő alkalmazásáról
11. 19/2004 (II. 13.) Kormányrendelet a gépjármű ágazatban a vertikális megállapodások egyes csoportjainak a versenykorlátozás tilalma alól való mentesítéséről
12. 1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról

⁵ Az idők változnak és mi is velük változunk.