

FARKAS RICHÁRD–BACZUR ROLAND

Az üzemanyagpiaci árazási stratégiák komplex elemzése

Árréelemzés és a költségátadás vizsgálata

A jelen cikk két empirikus kutatás eredményeit integrálja annak bemutatására, hogy az üzemanyagpiaci árazási stratégiák elemzése milyen komplex, többdimenziós megközelítést igényel. Az első tanulmány a vertikálisan integrált domináns vállalat költségátadási magatartását vizsgálja a magyar üzemanyagpiacon, különös tekintettel az aszimmetrikus költségátadás jelenségére. A második egy horizontális fúzió (MOL–AGIP) árhatásait elemzi, bemutatva, hogy az árhatások időben különböző szakaszokban jelentkeznek. A két elemzés együttesen rávilágít arra, hogy a piaci erő kihasználása különböző formákban jelenhet meg a piacokon (aszimmetrikus költségátadás, fúzió utáni áremelések), és hogy az árazási hatások komplex időbeli dinamikával rendelkeznek. A tanulmány fő hozzájárulása, hogy a magyar kiskereskedelmi üzemanyagpiac példáján bemutatja, hogy az árazási stratégiák átfogó megértéséhez elengedhetetlen a horizontális és vertikális piaci struktúrák, a térbeli tényezők, valamint az időbeli dinamika egyidejű vizsgálata.*

Journal of Economic Literature (JEL) kód: L11, L12, L22, L40.

Bevezetés

A magyar üzemanyagpiac szerkezete egyedülálló lehetőséget biztosít az árazási stratégiák komplex vizsgálatára. A piac központi szereplője a Magyar Olaj- és Gázipari Nyrt. (MOL), amely mind a nagy-, mind a kiskereskedelemben jelentős piaci erővel rendelkezik. A vállalat tulajdonában áll az egyetlen magyarországi olajfinomító, továbbá vertikális integráltsága révén kiterjedt kiskereskedelmi hálózat felett is diszponál. A nagykereskedelemben a MOL piaci részesedése a vizsgált időszakokban 70

* A TKP2021-NKTA-19 számú projekt az Innovációs és Technológiai Minisztérium Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, a TKP2021-NKTA pályázati program finanszírozásában valósult meg.

Farkas Richárd, PTE Közgazdaságtudományi Kar Közgazdaságtan és Ökonometria Intézet (e-mail: farkasr@ktk.pte.hu).

Baczur Roland, PTE Közgazdaságtudományi Kar Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola; PTE Rektori Kabinet (e-mail: baczur.roland@pte.hu).

A kézirat első változata 2020. június 13-án érkezett szerkesztőségünkbe.

DOI: <https://doi.org/10.18414/KSZ.2025.9-10.992>

és 80 százalék között mozgott, míg a kiskereskedelemben ez az arány a később bemutatandó horizontális fúzió előtt 30 százalék, míg az AGIP felvásárlása után jelentősen megnövekedve, 40 százalék környékén mozgott (GVH [2014], *European Commission* [2016]). E tények kiváló alapot nyújtanak azon empirikus vizsgálatok lefolytatására, amelyek esetében jó okkal vélelmezhető, hogy olyan piacot figyelhetünk meg, ahol egy domináns vállalat meghatározó piaci erőfölényt birtokol.

Az üzemanyagpiaci árazási stratégiák vizsgálata különös jelentőséggel bír mind a fogyasztók, mind a gazdaságpolitikai döntéshozók számára. Az üzemanyag a háztartások költségvetésének jelentős részét teszi ki, így az árazási anomáliák közvetlenül befolyásolják a fogyasztói jólétet. Az üzemanyagárak alakulása a gazdaság egészére is hatással van a szállítási költségeken keresztül. A piaci erő esetleges visszaélészerű kihasználása nemcsak statikus hatékonyságvesztést okoz, hanem dinamikus hatásai révén az innovációt és a hosszú távú versenyképességet is kedvezőtlenül befolyásolhatja.

Ennek fényében e tanulmány célja két, korábban publikált empirikus kutatás eredményeinek integrálása annak bemutatására, hogy az üzemanyagpiaci árazási stratégiák megértéséhez komplex, többdimenziós elemzési megközelítés szükséges. Az első tanulmány a költségátadás aszimmetriáját vizsgálta vertikálisan integrált piaci környezetben, míg a második egy horizontális fúzió árhatásait elemezte. A két vizsgálat eredményeinek együttes elemzése révén bemutatjuk, hogy a piaci erő különböző formában történő kihasználása (vertikális és horizontális), a térbeli tényezők, valamint az időbeli dinamika egyidejű figyelembevétele nélkül nem kaphatunk átfogó képet az üzemanyagpiaci árazási folyamatairól.

Elméleti háttér

A költségátadás (*cost pass-through*) mechanizmusa a mikroökonómia egyik alapvető kérdése, amely a vállalatoknak a költségeikben bekövetkező változásokra adott árazási reakcióit vizsgálja. Tökéletes verseny esetén a vállalatok teljes mértékben és azonnal érvényesítik áraikban a költségváltozásokat, mivel semmilyen árazási mozgásterük nincs. Számottevő piaci erő birtokában azonban a vállalatok dönthetnek arról, hogy a költségnövekedések vagy -csökkenések mekkora részét és milyen gyorsasággal építik be az értékesítési áraikba. A költségátadás mértéke és sebessége így a piaci erő egyik fontos indikátora lehet (*Peltzman* [2000]).

Az aszimmetrikus költségátadás, közismertebb nevén a „rakéták és tollak”¹ jelenség azt írja le, amikor a vállalatok a költségeik növekedését gyorsabban építik be az

¹ A „rakéták és tollak” (*rockets and feathers*) árazási jelenség azt írja le, hogy a vállalati árak gyorsabban emelkednek, ha a beszerzési (input-) költségek nőnek – akár „rakétaként” –, de lényegesen lassabban csökkennek, ha a költségek mérséklődnek, „lefelé viszont csak úgy, mint a tollpihé”. Ezt eredményezheti például a fogyasztók nehezebb, költségesebb keresése alacsonyabb árak után, vagy az, hogy a szereplők a versenytársakhoz igazítják döntéseiket. A klasszikus közgazdasági magyarázatok mellett gyakran felmerül a kollúzió (kartell) lehetősége is, de a jelenség megjelenhet információs aszimmetria, készletezési stratégiák vagy akár egyszerű piaci verseny miatt is, amikor az inputár gyors növekedésére „versenykényszerből” gyorsabban reagálnak a cégek, míg a csökkenéskor inkább kívárnak.

értékesítési árakba, mint a költségcsökkenéseket. Ezt a jelenséget először Bacon [1991] dokumentálta az Egyesült Királyság üzemanyagpiacán. Az aszimmetria több okra vezethető vissza, amelyek közül a leggyakoribbak: a fogyasztói keresési költségek és információs aszimmetriák, készletezési megfontolások, explicit vagy titkolt kartellezés, valamint az Edgeworth-ciklusok. A magyar üzemanyagpiac esetében a költségváltozások időzítése és a költségadatok nyilvánossága miatt bizonyos tényezők szerepe korlátozott, így a piaci erő miatti koordinációs problémák válnak relevánssá.

A horizontális fúziók árhatásai a versenypolitika egyik központi kérdését képezik. A standard oligopóliumelméletek szerint a horizontális fúziók növelik a piaci koncentrációt és ezáltal a vállalatok piaci erejét, ami magasabb árakhoz vezethet. Ugyanakkor a fúziók hatékonyságnövelő hatásai (például méretgazdaságosság, szinergiák) ellensúlyozhatják a versenykorlátozó hatásokat. A fúziók árhatásainak empirikus vizsgálata különösen fontos azokban az esetekben, amikor a fúzió jelentős piaci részesedéssel rendelkező vállalatokat érint. A magyar üzemanyagpiacon a MOL-AGIP fúzió esete különösen érdekes, mivel a fúzió során a piac vezető vállalata vásárolta fel egyik jelentős versenytársát.

A piaci erő és az árazási magatartás közötti kapcsolat vizsgálata során fontos megkülönböztetni a piaci erő különböző dimenzióit. A horizontális piaci erő egy adott piaci szinten mért koncentrációhoz kötődik, míg a vertikális piaci erő a termelési lánc különböző szintjei közötti integrációból eredő előnyöket jelenti. A vertikálisan integrált vállalatok esetében az árazási stratégiák különbözők lehetnek az egyes piaci szinteken, attól függően, hogy melyik szegmensben rendelkeznek nagyobb piaci erővel. Ez a magyar üzemanyagpiacon különösen releváns, ahol a MOL nagykereskedelmi dominanciája erősebb, mint kiskereskedelmi pozíciója.

Módszertani megközelítések

A költségátadás vizsgálatára hibakorrekciós modelleket (*error correction model, ECM*) alkalmaztunk, amelyek lehetővé teszik az árak és a költségek közötti rövid és hosszú távú kapcsolatok egyidejű elemzését (Farkas-Yontcheva [2019]). A Borenstein és szerzőtársainak [1997] alapműve nyomán kifejlesztett metodológia széles körben elfogadott az üzemanyagpiaci költségátadás elemzésében. A hosszú távú egyensúlyi kapcsolat becslése után a hibakorrekciós tag segítségével mérjük az egyensúly felé való visszatérés sebességét. Az aszimmetria vizsgálatához külön paramétereket becsültünk a pozitív és a negatív költségváltozások esetére, majd kumulatív válaszfüggvényeket (*cumulative response functions, CRF*) számítottunk a költségátadás teljes folyamatának nyomon követésére.

A fúziók árhatásainak vizsgálatára különbségek különbsége (*difference-in-differences, DiD*) becslést alkalmaztunk, amely a kezelt és a kontrollcsoportok közötti különbségeket hasonlítja össze a fúzió előtti és utáni időszakban (Erdős és szerzőtársai [2022]). A módszer előnye, hogy kontrollálja az időben állandó megfigyelhetetlen tényezőket, amelyek befolyásolhatják mind a kezelt, mind a kontrollcsoportot. A fúzió hatásának mérésére két kritikus időpontot határoztunk meg: 1. a fúziós

szerződés hatálybalépésének napját és 2. az összes megvásárolt töltőállomás teljes átalakulásának befejezését. Ez a megközelítés lehetővé tette a fúziós árhatások időbeli dinamikájának részletesebb elemzését.

Mindkét elemzésben kiemelt figyelmet fordítottunk a térbeli tényezőkre, mivel az üzemanyagpiacon a lokális verseny intenzitása jelentősen befolyásolja az árazási magatartást. A költségátadás elemzésében különböző típusú (vertikálisan integrált, *franchise* formájában működtetett, valamint független) töltőállomásokat hasonlítottunk össze. A fúziós elemzésben *Pennerstorfer és Weiss* [2013] térbeli klaszterezési indexét alkalmaztuk, amely méri a helyi piaci koncentrációt és a töltőállomások térbeli eloszlását. További térbeli kontrollváltozóként bevontuk a népességsűrűséget, az autópálya melletti elhelyezkedést és a fővárosi lokációt.

Az időbeli dinamika elemzése központi szerepet játszott mindkét vizsgálatban. A költségátadás elemzésében két időszakot hasonlítottunk össze: a szabályozói vizsgálat előtti (2002–2008) és utáni (2015–2017) időszakot. Ez lehetővé tette a szabályozói beavatkozás hatásának vizsgálatát. A fúziós elemzésben a fúzió különböző fázisainak hatásait elemeztük: az azonnali hatásokat a szerződés hatálybalépésekor és a késleltetett hatásokat az átalakulás befejezésekor. Az időbeli dinamika figyelembevétele kulcsfontosságú volt annak megértéséhez, hogy az árazási stratégiák miként fejlődnek a piaci körülmények változásával (1. táblázat).

1. táblázat

Módszertani összehasonlítás

Szempont	Költségátadás vizsgálata	Fúziós árhatás elemzése
Fő módszertan	hibakorrekciós modell (ECM)	különbségek különbsége (DiD)
Időhorizont	rövid és hosszú távú hatások	azonnali és késleltetett hatások
Térbeli aspektus	töltőállomás-típusok szerint	térbeli klaszterezési index
Függő változó	árszintek	árrések a nagykereskedelmi költségek felett
Kulcsidőszakok	szabályozói vizsgálat előtt/után	fúziós szerződés/átalakulás

Forrás: saját szerkesztés.

A szabályozói vizsgálat előtti időszakban (2002–2008) nagykereskedelmi szinten erős bizonyítékot találtunk az aszimmetrikus költségátadásra (*Farkas–Yontcheva* [2019]). A MOL a nyersolaj árának emelkedését szignifikánsan gyorsabban adta át a nagykereskedelmi árakban, mint a csökkenéseket. A költségnövekedések körülbelül 30 százalékát az első héten érvényesítették az áraikban, míg a költségcsökkenések esetében ez az arány csak 15 százalék volt. A teljes átadási folyamat három hétnél hosszabb időt vett igénybe, és egyik irányban sem volt teljes. A kumulatív válaszfüggvények elemzése szerint a költségnövekedések hosszú távú átadási rátája magasabb volt, mint a költségcsökkenéseké, ami lehetővé tette a vállalat számára az árrés növelését a költségek csökkenésekor.

Kiskereskedelmi szinten lényegesen kisebb aszimmetriát tapasztaltunk a vizsgálat előtti időszakban. A nagykereskedelmi árváltozások átadása gyorsabb és

teljesebb volt: az emelkedések 95 százalékát már az első héten érvényesítették, míg a csökkenések esetében ez az arány 91 százalék volt. Ez azt sugallja, hogy a kiskereskedelemben élesebb verseny uralkodott, ami korlátozta a vállalatok mozgásterét az aszimmetrikus árazásban. Érdeemes kiemelni, hogy a MOL saját töltőállomásai lassabban konvergáltak a hosszú távú egyensúly felé, különösen a költségek csökkenésekor, ami arra utal, hogy még a kiskereskedelemben is kihasználták vezető piaci pozíciójukat.

A vertikális integráció jelentős hatással volt az árazási magatartásra. A MOL, mint vertikálisan integrált vállalat, eltérő stratégiákat alkalmazott a termelési lánc különböző szintjein. A nagykereskedelemben, ahol piaci dominanciája a legerősebb volt, kifejezetten aszimmetrikus költségátadást tapasztaltunk. A kiskereskedelemben, ahol a verseny intenzívebb volt, kisebb mértékű aszimmetriát találtunk. Ez alátámasztja azt az elméleti várakozást, hogy a vertikálisan integrált vállalatok azon a szinten használják ki visszaélészerűen a piaci erejüket, ahol számukra a legkedvezőbbek a piaci körülmények.

A szabályozói vizsgálat utáni időszakban (2015–2017) jelentős változást tapasztaltunk a vállalat árazási magatartásában. A nagykereskedelemben a költségátadás aszimmetriája jelentősen mérséklődött: a költségeknek mind a növekedését, mind a csökkenését gyorsabban és teljesebben érvényesítették. Ugyanakkor a kiskereskedelemben az aszimmetria enyhe növekedését figyeltük meg, különösen a MOL töltőállomásainál. Ez arra utal, hogy a szabályozói figyelem hatására a vállalat a piaci erejét inkább a kevésbé ellenőrzött területen használta ki. Az eredmények alátámasztják azt a hipotézist, hogy a piaci erő és a költségátadás aszimmetriája között pozitív kapcsolat áll fenn.

A fúzió árhatásainak empirikus eredményei

A MOL–AGIP fúzió esetében a felvásárlási szerződés hatálybalépése (2016. augusztus 1.) után azonnal szignifikáns áremelkedést tapasztaltunk (*Erdős és szerzőtársai* [2022]). A különbségek különbsége becslés alapján az egész iparágban átlagosan 1,14 forinttal (3,1 százalékkal) növekedtek az árreakciók. Ez azt mutatja, hogy a fúzió nemcsak a közvetlenül érintett vállalatok árazására volt hatással, hanem az egész piac árszintjét emelte. A felvásárló MOL töltőállomásai további 1,186 forinttal növelték az árreakciókat az iparági átlaghoz képest, ami összesen 6,33 százalékos árreakciónövekedést jelent a fúzió előtti időszakhoz képest. Az eredmények robusztusak maradtak mind az időben állandó, mind az idővel változó fix hatásokra való kontrollálás után is.

A fúzió teljes befejezése, azaz az összes AGIP-töltőállomás MOL-arcúlatúra történő átállítása hosszabb időt vett igénybe, és csak 2017. július 31-én fejeződött be. Ez az átalakulási időszak lehetőséget adott a késleltetett árhatások vizsgálatára. Eredményeink azt mutatják, hogy a teljes folyamat befejezése után további áremelkedés következett be. Miután szétválasztottuk a két esemény hatását, azt tapasztaltuk, hogy a szerződés hatálybalépése utáni azonnali áremelkedés mértéke nagyobb volt (2,271 forint), ugyanakkor az átalakulás befejezése után az iparági átlagos árreakció visszatért

a kiinduló szintre. De mind a korábbi AGIP-, mind a MOL-töltőállomások tovább növelték árrésüket, ami arra utal, hogy a fuzionáló vállalatok hosszú átmeneti időszak esetén időben elosztják az áremeléseiket.

A térbeli tényezők jelentős szerepet játszottak a fúzió árhatásainak alakulásában. A térbeli klaszterezési index (*Pennerstorfer–Weiss* [2013], amely a töltőállomások térbeli eloszlását és koncentrációját méri, erősen szignifikáns hatást mutatott a DiD-bebecslésben: az index egy egységnyi növekedése több mint 15 forint növekedést jelzett az árrésben, ami alátámasztja azt a hipotézist, hogy a lokális piaci erő jelentősen befolyásolja az árazási magatartást. Érdekes módon az időben állandó fix hatások bevonása után ez a hatás nem szignifikánssá vált, ami arra utal, hogy a térbeli tényezők hatása időben nagyrészt állandónak tekinthető ebben az iparágban. A felvásárolt állomások versenytársainak árrésnövekedése (1,99 százalék) azt jelzi, hogy a fúzió hatására csökkent a versenynyomás a lokális piacokon.

A fúzió nemcsak a közvetlenül érintett vállalatok árazására volt hatással, hanem a többi versenytársra is. Különösen azok a töltőállomások reagáltak áremelésekkel, amelyek közvetlen versenyben álltak a felvásárolt AGIP-állomásokkal. E versenytársak áremelése azt jelzi, hogy a fúzió következtében csökkent az árverseny intenzitása, ami lehetővé tette valamennyi piaci szereplő számára nagyobb árrések alkalmazását. Ez az eredmény összhangban van a korábbi empirikus kutatásokkal, amelyek szerint az oligopolpiacokon a fúziók gyakran iparági szintű áremelkedéshez vezetnek, mivel a versenytársak követik a piacvezető árstratégiáját.

Az eredmények integrálása

A két empirikus vizsgálat eredményeinek együttes értelmezése alapján világossá válik, hogy a piaci erő többdimenziós természetű, és különböző formákban jelentkezik. Horizontális dimenzióban a fúzió eredményeként növekvő piaci koncentráció (a MOL piaci részesedése kb. 30-ról 40 százalékra nőtt a kiskereskedelmi piacon) közvetlen áremelkedéshez vezetett. Vertikális dimenzióban a nagykereskedelmi dominancia (70–80 százalék körüli piaci részesedés) aszimmetrikus költségátadásban nyilvánult meg. A két dimenzió kölcsönhatása különösen érdekes: a MOL nagykereskedelmi és kiskereskedelmi stratégiái nem függetlenek egymástól. A szabályozói vizsgálat hatására a nagykereskedelemben csökkent az aszimmetria, miközben a kiskereskedelemben – ahol időközben a piaci részesedés növekedett – fokozódott. Ez a megfigyelés arra utal, hogy a vállalatok a piaci erő kihasználását áthelyezhetik a termelési lánc különböző szintjei között.

Az árazási stratégiák időbeli fejlődése mindkét vizsgálatban központi szerepet játszik. A költségátadás esetében a rövid és a hosszú távú hatások elkülönítése alapvető fontosságú volt. Megállapítottuk, hogy a nagykereskedelemben a költségátadás több mint három hétig tartott, és az aszimmetria elsősorban a második heti válaszokban jelentkezett. A fúzió esetében az azonnali és a késleltetett hatások megkülönböztetése révén kimutattuk, hogy az árhatások nem korlátozódnak a fúziós szerződés hatálybalépésének időpontjára, hanem további áremelések jelentkezhetnek a teljes

átalakulási folyamat befejezése után is. Ez az eredmény különösen fontos a fúziók versenypolitikai értékelése szempontjából, mivel rámutat arra, hogy a fúziós hatások teljes körű megértéséhez hosszabb időtávú elemzés szükséges.

A szabályozói beavatkozás jelentős hatással volt a vállalati magatartásra. A versenyhatósági vizsgálat után a MOL költségátadásának aszimmetriája a nagykereskedelemben mérséklődött, ami arra utal, hogy a szabályozói figyelem korlátozza a piaci erő visszaélészerű kihasználását. Ugyanakkor a vállalat áthelyezte az aszimmetrikus árazási gyakorlatot a kiskereskedelmi szintre, ahol időközben – részben a fúzió következtében – megnőtt a piaci részesedése. Ez a megfigyelés rávilágít arra, hogy a vertikálisan integrált vállalatok képesek a szabályozói nyomásra adaptív módon reagálni és a piaci erő kihasználását áthelyezni a termelési lánc különböző szintjei között. Ez felhívja a figyelmet arra, hogy a hatékony piaci működés biztosításához a szabályozói beavatkozásnak a termelési lánc minden szintjére ki kell terjednie.

A térbeli és vertikális piaci struktúrák kölcsönhatása különösen érdekes vonatkozása az üzemanyagpiaci árazási stratégiáknak. A fúziós elemzésben a térbeli klaszterezési index szignifikáns hatása azt mutatta, hogy a térbeli koncentráció növeli az árreket. A költségátadás elemzésében a különböző típusú (vertikálisan integrált, *franchise* keretében működtetett, független) töltőállomások összehasonlítása révén kimutattuk, hogy a vertikális kapcsolatok befolyásolják az árazási magatartást. A vertikálisan integrált vállalat töltőállomásai különösen erős pozícióval rendelkeznek a helyi piacokon, mivel a nagykereskedelemben élvezett dominancia biztosítja számukra a kedvezőbb beszerzési feltételeket. Ugyanakkor a fúzió által megnövekedett térbeli koncentráció csökkenti a versenynyomást, ami további lehetőséget biztosít az aszimmetrikus árazásra.

Következtetések és összefoglalás

Tanulmányunk két empirikus kutatás szintetizálásával bizonyítja, hogy a magyar üzemanyagpiaci árazási stratégiák elemzése nem értelmezhető egyszerű, egydimenziós módon: a piaci folyamatok megértése több szempont (a vertikális integráció, a horizontális koncentráció, a térbeli szerkezet és az időbeli dinamika) egyidejű vizsgálatát igényli. Kiemelkedő jelentőségű, hogy a MOL mint vezető piaci szereplő meghatározó erőfőlénnel bír, amit mind a nagy-, mind a kiskereskedelemben képes érvényesíteni. A nagykereskedelemben elsősorban az aszimmetrikus költségátadásban nyilvánul meg a dominanciája, vagyis a költségek növekedését gyorsan, a csökkenését viszont lassabban érvényesíti áraiban – ezt nevezi a szakirodalom „rakéták és tollak” effektusnak. Ugyanakkor a horizontális fúziók (mint a MOL–AGIP akvizíció) közvetlen árszintemelkedést hoznak, és az árreket növekedésével járnak, ami nemcsak az érintett állomásokra, hanem a piac egészére is vonatkoznak.

Az empirikus elemzések azt mutatják, hogy a szabályozói beavatkozás, bár képes mérsékelni a nagykereskedelmi aszimmetriákat, gyakran csupán áthelyezi az árazási mozgásteret a termelési lánc másik részére: a vállalat alkalmazkodóképessége miatt a versenytorzító hatások a kiskereskedelemben vagy épp a térben

koncentrált piacokon újraéledhetnek. A helyi és regionális piaci szerkezet kitüntetett szerepét alátámasztja, hogy a térbeli klaszterekben (azaz ahol a töltőállomások sűrűbben helyezkednek el, vagy a fogyasztóknak kevés alternatívájuk van) sokkal nagyobb árresek és erősebb piaci hatások mérhetők. A vizsgálat így azt is igazolta, hogy a verseny és a szabályozás hatékonysága rendkívül érzékeny a földrajzi (térbeli) viszonyokra.

Ami az idődimenziót illeti, a piacok nem azonnal reagálnak a költségsokkokra vagy a fúziókra: a nagykereskedelmi árazás válasza akár hetekig elhúzódhat, míg a fúziók áremelő hatásai gyakran többlépcsősek, szakaszosak. Ezért elengedhetetlenek a dinamikus elemzési módszerek: például a hibakorrekciós modellek (amelyek hatékonyak az aszimmetrikus költségátadás kimutatásában) vagy a különbségek különbsége módszerrel végzett becslések (amelyek alkalmasak a fúziók árhatásainak azonosítására) a rövid és hosszú távú következmények, valamint a piaci események hatásainak nyomon követésében. Az említett két módszer kiegészíti egymást: az ECM modellek az árak és a költségek közötti dinamikus kapcsolatokat tárják fel, míg a DiD-becslés a strukturális változások hatásait vizsgálja.

A fentiekből a szabályozók és a versenyhatóság számára az a fontos tanulság adódik, hogy egyetlen piaci szint ellenőrzése kevés: csak a teljes vertikum és térstruktúra együttes felügyelete akadályozhatja meg a piaci erő kihasználásának új formáit. Az időbeli csúszások, késleltetett árkorrekciók, valamint a vállalati stratégiák szintek közötti „váltása” miatt a fúziók és piacszerkezeti átalakulások értékelésekor fontos a hosszabb időtávú, folyamatos monitoring.

Összegezve: a kutatás fő hozzájárulása annak bemutatása, hogy a piac szerkezetére, a szereplők stratégiáira és a szabályozói kihívásokra adott válaszok csak átfogó, többdimenziós elemzéssel ragadhatók meg. Az ilyen keret kreatív módszertani kombinációt, valamint a piac minden lényeges szintjének, idő- és térbeli sajátosságának együttes figyelembevételét igényli, ami egyúttal a jövőbeli kutatás és szabályozás számára is új irányokat nyit meg az üzemanyagpiacon és más hasonló oligopolpiacokon. Éppen ezért a jövőbeli kutatások számára javasoljuk a horizontális és vertikális piaci struktúrák, a térbeli eloszlás és az időbeli dinamika egyidejű vizsgálatát, valamint a szabályozói beavatkozások hatásainak hosszú távú nyomon követését.

Hivatkozások

- BACON, R. [1991]: Rockets and feathers: the asymmetric speed of adjustment of UK retail gasoline prices to cost changes. *Energy Economics*, 13. évf. 3. sz. 211–218. o. [https://doi.org/10.1016/0140-9883\(91\)90022-R](https://doi.org/10.1016/0140-9883(91)90022-R).
- BORENSTEIN, S.–CAMERON, A. C.–GILBERT, R. [1997]: Do gasoline prices respond asymmetrically to crude oil price changes? *The Quarterly Journal of Economics*, 112. évf. 1. sz. 305–339. o. <https://www.jstor.org/stable/2951284>.
- ERDŐS, K.–BACZUR, R.–KEHL, D.–FARKAS, R. [2022]: When post-merger price effect becomes smoothed over time: A case of a gasoline market merger. *Energy Economics*, 105. köt. 105682. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2021.105682>.

- EUROPEAN COMMISSION [2016]: Regulation (EC) No. 139/2004 Merger Procedure. Case M. 7849 – MOL/ENI Hungaria/ENI Slovenija Commission Decision. https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7849_386_3.pdf.
- FARKAS, R.–YONTCHEVA, B. [2019]: Price transmission in the presence of a vertically integrated dominant firm: Evidence from the gasoline market. *Energy Policy*, 126. köt. 223–237. o. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2018.11.016>.
- GVH [2014]: A Gazdasági Versenyhivatal versenytanácsának Vj/50-722/2010. sz. végzése. https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/archiv/dontesek_2010/vj_50_2010_722.
- PENNERSTORFER, D.–WEISS, C. [2013]: Spatial clustering and market power: Evidence from the retail gasoline market. *Regional Science and Urban Economics*, 43. évf. 4. sz. 661–675. o. <https://doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2013.04.002>.
- PELTZMAN, S. [2000]: Prices rise faster than they fall. *Journal of Political Economy*, 108. évf. 3. sz. 466–502. o. <https://doi.org/10.1086/262126>.