

## SZAKMAI BESZÁMOLÓ

(Beszámoló terjedelme 15280 karakter, a többi a melléklet)

### A tárgykörben létrehozott adatbázis és módszer

A kutatás keretében KSH adatok alapján létrehoztunk egy olyan adatbázist és módszert, amely lehetővé teszi a hazai kereskedelem vállalati, bolthálózati és települési koncentrációjának és a koncentráció néhány hatásterületének vizsgálatát.

A **vállalati adatbázis** 1999 és 2004 között évente valamennyi társas és egyéni vállalkozóra kiterjedően 11 létszám-kategória szerint mutatja a vállalatok számát, létszámát és árbevételét. Erre az adatbázisra építve a mikro-, kis-, közép- és nagyvállalatok létszám-kategóriái szerint vizsgálható a vállalati koncentrátság mértéke ágazati szinten és hét szakágazatban, továbbá a koncentráció néhány hatásterülete (például a koncentráció és a foglalkoztatás, a termelékenység és a vállalati méretek közötti kapcsolat).

A **bolthálózat és a települések kereskedelmi adatbázisa** a KSH valamennyi működő boltra kiterjedő felvételének feldolgozásán alapul. Becsléssel állapítottuk meg az alapterület-kategóriák, továbbá a települések jogállása és népesség-kategóriái szerinti kiskereskedelmi forgalmakat. Az adatok részben az 1996. év, részben 2000, 2002., 2003., 2004. és 2005. év tekintetében álltak rendelkezésünkre. Az általunk kidolgozott módszer 8 alapterület-kategória szerinti szerkezetben lehetővé teszi a koncentráció mértékének, a boltok száma és alapterülete alakulásának, a bolti hatékonyság és a bolti méretek közötti kapcsolat vizsgálatát. Ezen kívül elemezni lehet a bevásárlóközpontok és hipermarketek koncentrációban betöltött szerepét

A települések tekintetében a jogállás (Budapest – megyei jogú város – többi város – község) és 6 népességszám-kategória szerinti szerkezetben vizsgálható a kereskedelem települési koncentrációjának mértéke, a kiskereskedelmi üzletek számának és alapterületének alakulása és megoszlása, a bolti hatékonyság, továbbá az üzletekkel való ellátottság és az ellátatlan települések száma.

Az MTA Közgazdaságtudományi Intézetben folyamatban van az intézeti honlapon is megjelenő elektronikus adatbázis fejlesztése. Tervezzük, hogy a létrehozott adatbázist az intézeti adatbázis részévé tesszük, és a módszerünk alapján kialakítunk egy olyan eljárást, amely a kutatás tárgykörében elemzéseket segítő interaktív lekérdezéseket tesz lehetővé indikátorok alapján.

### Elért eredmények

A **kereskedelmi koncentráció módszertanának** rendszerezésével, továbbá a fogalom, az osztályozás és az elemzési módok átfogó elemzésével igyekeztünk hozzájárulni a módszertan fejlesztéséhez. A kutatás kapcsolódott a koncentráció általános módszertanához is, mert vizsgálta a módszerek kereskedelemben történő alkalmazásának lehetőségeit, előnyeit és hátrányait. Fontos szerepet kaptak a kereskedelmi sajátosságok. Néhány kérdésben a módszertan és a kereskedelmi gyakorlat közötti eltérésekre is rámutattunk, továbbá gyakorlati példák alapján is bemutattuk a vizsgált módszerek, mutatók egy részének alkalmazását.

Fontos kutatási eredménynek tarjuk egyrészt az értékesítési és beszerzési koncentráció megkülönböztetését, ami a kistermelőkre gyakorolt hatás szempontjából fontos. A beszerzési társulások miatt ugyanis a kereskedelem számos területén a beszerzési koncentráció jóval nagyobb, mint az értékesítési. Másrészt az értékesítési koncentráció tipizálását. A főbb típusok a vállalati, a bolthálózati, a tulajdonosi és a területi (földrajzi, települési) koncentráció. Ezek együttes vizsgálata pontosabb, árnyaltabb képet ad a koncentrációról. A bolthálózat szerepét növeli, hogy a bolti kiskereskedelmi értékesítés helyhez kötött tevékenység (a vállalati központoktól elkülönülő, szétszórt hálózati egységekben folyik), továbbá a vállalatok (és az integrációk, társulások) jelentős részének sok egysége van és a bolthálózat differenciált nagyságrendű. Ebből eredően a bolthálózat koncentrátsága jelentősen eltérhet (kisebb lehet) a vállalattól. A kereskedelem területi, települési koncentrációja fontos társadalmi, gazdasági kérdésekkel áll kapcsolatban (például az urbanizáció, a kistelepülések szerepe, jövője). A

globalizáció folyamatában fontos a multinacionális vállalatok, illetve a nagy láncok szerepe egy-egy ország kereskedelmi koncentrációjában.

Feltártuk a kereskedelmi koncentráció vizsgálatára alkalmas elemzési módokat. Kiemeljük a koncentrációs táblázat és a Lorenz görbe szerepét. Az előbbi a koncentrátság mértékének egyik legfontosabb elemzési eszköze a kereskedelemben. Az utóbbi pedig jól alkalmazható a koncentráció grafikus szemléltetésére, a fő trendek vizsgálatára, több ismérv (pl. forgalom, létszám) alkalmazására, és az egyes árucsoportok, illetve szakágazatok (pl. élelmiszerek, ruházat, háztartási gépek) koncentrációjának összehasonlítására.

A módszertani kutatás eredményei alapján az 1989-et követő időszak egy részére tudomásunk szerint elsőként kíséreljük meg teljes körű, valamennyi társas és egyéni vállalkozóra kiterjedő adatok alapján a hazai kereskedelem vállalati, bolthálózati és települési koncentrációjának, továbbá ezek egyes hatásterületeinek vizsgálatát.

A módszertani eredményeket egy kiadványban és „A kereskedelem koncentrációja” című könyv egyik fejezetében összegeztük.

**A koncentráció általános tendencia**, amely a nagyméretű kereskedelem pozíciójának megerősödéséhez vezetett szinte mindenütt a fejlett világban és felszínre hozta a méretek különbözőségéből eredő konfliktusokat a kereskedelemben, továbbá a termelés és kereskedelem kapcsolatában.

**A kereskedelmi kisvállalkozások, kisboltok** a méretgazdaságossági mutatók tekintetében hátrányba kerülnek a nagy egységekkel szemben, de ebből nem következik a nagyarányú ellehetetlenülésük szükségessége. Megkülönböztetjük a fejlődőképességet és az életképességet. Többségünkél nem reális elvárás a fejlődőképesség és a gazdaságosság szempontjából fontos fejlesztési forrás (nyereség) képződése. Ettől azonban még hosszabb távon is életképesek maradhatnak, mert a képződő forgalom arra elegendő lehet, hogy egy személyt, egy családot, vagy néhány alkalmazottat eltartson.

Nagyarányú megszűnésük lehetősége a multinacionális vállalatok terjeszkedéséből következik, amely a kisvállalkozások, kisboltok részére egyre szűkülő piacot eredményez. A jelenlegi tendencia folytatódása és a túlzott mértékű koncentráció kialakulása 10-15 éves távlatban jelentősebb számú ellehetetlenülésüket valószínűsíti.

Egy szelekciós folyamat indokolt, de a megfelelő színvonalú kisboltokra a jövőben is szükség lesz. Feltártuk ezek fennmaradását indokló legfontosabb társadalmi és gazdasági tényezőket: a foglalkoztatásban betöltött szerepüket, a városépítési, városképi és idegenforgalmi fontosságukat, továbbá a jelentős társadalmi rétegeket érintő lakóhelyi, lakóközeli kereskedelemben és a kistelepülések létében, jövőjében betöltött funkciójukat.

Túlélési esélyeiket javíthatják a koncentrációhoz igazodó szemléletváltás és alkalmazkodási stratégiák. Jelentős eredményeket értünk el ezek feltárásában.

A túlzott mértékű koncentráció kialakulásának, a negatív hatások felerősödésének és az önálló kiskereskedők, kisboltok piacról történő nagyarányú kiszorulásának megakadályozására makroszintű és önkormányzati eszközökre is szükség van. Ezekre javaslatokat tettünk.

**A nagyméretű kereskedelem és a kisárutermelés között** a méretek különbözőségéből eredő fő konfliktus-területek a mennyiség, a választék, a minőség és az ár, továbbá a tőkeerő, a termékpálya szervezése, a logisztikai rendszer (annak részeként korszerű technikai, technológiai, informatikai eszközök és szervezési módszerek alkalmazása) és az innováció.

Világszerte, és azon belül az Egyesült Államokban és az Európai Unióban is megfigyelhető tendencia, hogy a kisárutermelők elsősorban a piacfelügyeletre és piacsabályozásra irányuló állami eszközöktől várják a megoldást, az államon keresztül próbálnak hatni a kereskedelemre. Ezek az eszközök (amelyek szükségessége nem kérdőjelezhető meg) azonban csak egyedi esetek és egyes területek kezelésére és szabályozására képesek, de nem tudják megváltoztatni a kereskedelmi koncentráció tendenciáját, illetve a nagyméretű kereskedelem és a kisárutermelés közötti alapvető konfliktusokat. E felismerés hatására a kisárutermelők szemléletváltása, és ennek kertében az alkalmazkodás kerül előtérbe.

A hazai problémák alapvető oka, hogy kisárutermelők többsége nem hajlandó lemondani az önállóság egy részéről és kooperációkkal, társulásokkal növelni a gazdasági potenciált.

Továbbra is külön-külön kívánják meghozni a termelési és értékesítési döntéseiket. Ebben szerepet játszik a kisárutermelésre alapozott korszerű kooperáció és társulás hagyományainak hiánya, továbbá az, hogy nem, vagy nehezen tudják magukat túltenni azon az általuk negatívnak tartott pszichológia hatásán, amit az önállóság egy részének elvesztése okoz. Ilyen körülmények között azonban nem lehet jelentősen csökkenteni a konfliktusokat.

Mivel a hazai termelés egyik vállalati szférájának élő aktuális, hosszú távú problémájáról van szó, fontosnak tartottuk, hogy a hozzájáruljunk a probléma megoldásához. Kutatásunk alapján a megoldás alapfeltétele a kisárutermelők szemléletének és stratégiai gondolkodásmódjának megváltozása. Ennek lényege: a kereskedelemre történő „mutogatás” és az állami eszközöktől remélt „megváltó” szerep helyett a kereskedelem koncentrációjához történő alkalmazkodás. Erre azért is szükség van, mivel az értékesítés csatornáiban a nagyméretű kereskedelem részarányának növekedése a tendencia.

Három alapvető stratégiai lehetőségük van. Az egyik: azt kell nézniük, hogy hol tudnak nagy mennyiségben szállítani és ezeken a területeken termelési és értékesítési kooperációval, társulásokkal, továbbá korszerű termékpályás logisztikai rendszerek létrehozásával meg kell teremteniük a kínálati koncentráció feltételeit. A másik: a nagyméretű láncok, társulások, illetve nagy-alapterületű kereskedelmi egységek kínálatában a nagy gyártóvállalatok által szabadon hagyott piaci rések. A harmadik: a nagyméretű kereskedelmen kívüli rés piacok. Kutatásunk során feltártuk ezeket a lehetőségeket. Ide tartozik a nagybani piac, a fogyasztói piacok, a társulásokhoz nem csatlakozott önálló kiskereskedők, kisboltok, a speciális, kiszériás termékek, szakosodás valamire, amit a többiek nem csinálnak, továbbá a direkt fogyasztó értékesítési formák.

A kis méretből eredő hátrányos helyzet miatt a hazai kisárutermelők saját erőfeszítései önmagukban nem elegendők, versenyképességük növekedéséhez szükség van állami támogatási és ösztönzési eszközökre. Ha viszont a kisárutermelők stratégiai gondolkodásmódjának problémái nem oldódnak meg, akkor ezek hatástalanok. Ezért az állami eszközöket az alkalmazkodás segítésére és kikényszerítésére, és ezen belül a termeltető és termékpályás funkciókat ellátó közös szervezeteken keresztül történő értékesítés bővítésére, továbbá korszerű logisztikai centrumok-bázisok-körzetek elterjedésének segítésére kellene koncentrálni.

Az **eredmények gyakorlati jelentőségét** abban látjuk, hogy a kereskedelmi kisvállalkozások, kisboltok és kisárutermelés jövőjében, szerepében döntő szerepe lesz a szféra stratégiájának. Elhibázott stratégia és késve történő reagálás esetén a jelentős részük a koncentrációs folyamat egyik vesztese lehet.

A kereskedelmi koncentráció tendenciáit, a hazai kereskedelem vállalati, bolthálózati és települési koncentrációját, a kereskedelmi mikro-vállalkozások, kisboltok helyzetét, alkalmazkodási lehetőségeiket, továbbá a makroszintű és önkormányzati eszközöket két kiadványban és „A kereskedelem koncentrációja” című könyv két fejezetében összegeztük

### **A kutatás eredményeit közlő publikációkra történt – eddig megismert – hivatkozások**

Juhász Anikó – Seres Antal – Stauder Márta (2005): A kereskedelmi koncentráció hatásának egyes kérdései. *Közgazdasági Szemle*, 52. évf. 10. sz. 2005. 774-794 p.

= Agárdi Irma – Bauer András: Kiskereskedelmi stratégiai szövetségek hatása.

*Vezetéstudomány* 38. évf. 1. sz. 2007. 25-34 p.

Juhász Anikó – Seres Antal – Stauder Márta (2005): A kereskedelmi koncentráció tendenciái. MTA Közgazdaságtudományi Intézet, MT-DP 2005/7. 85 p.

= Lehota József – Fehér István: Borexport-marketing. Szent István Egyetem Marketing Intézet, ISBN 963948373-7, 2007.

Juhász Anikó – Seres Antal – Stauder Márta (2005): A kereskedelmi koncentráció tendenciái. MTA Közgazdaságtudományi Intézet, MT-DP 2005/7. 85 p.

= MKIK Gazdaság- és Vállalkozáselemző Intézet: Nagyméretű kiskereskedelmi láncok és beszállítóik kapcsolata. A Gazdasági Versenyhivatal megbízásából készített tanulmány. 2007. 110. p. [www.gvh.hu](http://www.gvh.hu)

Seres Antal (2006): Koncentráció a hazai kereskedelemben. MTA Közgazdaságtudományi Intézet, MT-DP 2006/14. 31. p.

= MKIK Gazdaság- és Vállalkozáselemző Intézet: Nagyméretű kiskereskedelmi láncok és beszállítóik kapcsolata. A Gazdasági Versenyhivatal megbízásából készített tanulmány. 2007. 110. p. [www.gvh.hu](http://www.gvh.hu)

### **Az eredmények felhasználása**

A felhasználást célozta, hogy a részeredményeket folyamatosan publikáltuk. Részben az oktatás és a gyakorlat számára is felhasználható módon három kiadványban összegeztük és megküldtük a potenciális felhasználóknak. Részben ezt célozták az ismeretterjesztő írások és a potenciális felhasználók által olvasott szaklapokban történő publikációk.

Az eredmények felhasználásnak egyik lehetséges területe az egyetemi és főiskolai oktatás. Eddig két helyről érkezett visszajelzés. A Budapesti Corvinus Egyetem Marketing Intézete a kereskedelmi kurzusok tananyagában, a Statisztikai Tanszék a koncentráció oktatásában kívánja felhasználni.

Az eredmények gyakorlati hasznosításának lehetőségei, illetve potenciális felhasználói a következők:

- Kereskedelempolitika, versenypolitika, kisvállalkozás-politika, kereskedelemfejlesztési koncepciók és programok, pályázatok – Országos gazdaságpolitikai, piacfelügyeleti és helyi önkormányzati szervezetek.
- A kereskedelem statisztikai rendszerének fejlesztése – Központ Statisztikai Hivatal.
- Vállalati stratégia fejlesztése, verseny- és alkalmazkodóképesség erősítése, pályázatok, ezen belül Európai Unió pályázatok – termelő és kereskedelmi vállalatok és azok hálózati egységei.
- Érdekképviselési és szövetségi munka – Vállalatok érdekképviselési, kamarai, ágazati szervezetei, szövetségei

A kutatási eredmények eddigi gyakorlati felhasználása (részben visszajelzések alapján):

- Gazdasági és Közlekedési Minisztérium – Kereskedelempolitika megalapozása.
- Fővárosi Önkormányzat – Kereskedelemfejlesztési koncepciók kialakítása.
- Országos Kereskedelmi Szövetség (OKSZ), Általános Fogyasztási Szövetkezetek Országos Szövetsége (ÁFEOSZ), Kiskereskedők Országos Szövetsége (KISOSZ) – Érdekképviselési és szövetségi munka.
- Konzultációk formájában segítettük a KSH kereskedelemmel kapcsolatos statisztikai rendszerének fejlesztését.
- 2004-ben opponáltuk a Gazdasági és Közlekedési minisztérium kereskedelempolitikai koncepcióját.
- 2005-ben a Gazdasági Versenyhivatal részére véleményeztük a termelők és kereskedők közötti etikai kódex tervezetét.

Végül megemlítenénk, hogy a kutatómunka is segítette a kutatásban részt vevő fiatal kutató – Juhász Anikó – tudományos fejlődését. Folyamatban van a PhD fokozat megszerzése.

### **Melléklet**

A kutatás alapján készített „A kereskedelem koncentrációja” című könyv-kézirat két szakmai lektori véleménye

## Lektori vélemény

Juhász Anikó - Dr. Seres Antal- Dr. Stauder Márta:

A kereskedelem koncentrációja c. könyvről

A monográfia jellegű könyv rendkívül fontos, aktuális témával foglalkozik. A hazai szakirodalomban hézgapótlónak tekinthető a kereskedelemben végbemenő koncentrációs folyamat tartalma, formái, hatása témakör kutatása. A könyv átfogóan, gazdag számanyaggal, széles körű nemzetközi kitekintéssel, irodalom feldolgozással, a téma szempontjából releváns ország csoportok, országok, majd a hazai helyzet elemző bemutatásával vizsgálja a kiskereskedelem koncentrációját.

A könyv 121 oldal terjedelmű, a 44 táblázat, 20 ábra, a mellékletben lévő 13 táblázatos számanyag segíti az empirikus kutatást, a téma feldolgozását. A friss információkat is összefogó gazdag adatállománya további kutatások, elemzések kiinduló pontja lehet.

Az 1. fejezet módszertani összefoglalást ad, amely részben a fogalmak tisztázását, egyértelműsítését célozza, az operacionalizálást segíti, részben pedig az elemzés során felhasználható statisztikai eszköztár (eloszlások, táblák, grafikus ábrák, mérőszámok,) bemutatását tartalmazza. Minden esetben precízen kezeli az elemzéshez kiindulásképpen nélkülözhetetlen sokaság, méretjellemező ismérv megjelölését.

A II-VI. fejezetek - a vonatkozó, elsősorban külföldi szakirodalomra - támaszkodva-bemutatják a kiskereskedelemben, elsősorban az élelmiszer kiskereskedelemben végbemenő koncentráció tendenciáját kiemelt ország-csoportokra, illetve országokra (EU, Egyesült Államok, Németország, Ausztria) nézve.

A VII. fejezet foglalkozik a koncentrációnak a gazdasági versenyt érintő hatásával, a piacszerkezet változásával.

A további fejezetek (VIII-IX.), amelyek a hazai kiskereskedelem hét szakágzatában vizsgálják a vállalati, illetve a bolti kiskereskedelem koncentrációját, igen értékes, eredeti feldolgozású részét képezik a könyvnek. E terület kutatását KSH adatállomány felhasználásával végezték a szerzők.

A hazai kisboltok helyzetét, jövőjét ok - okozati összefüggésben vizsgálták. Konkrét javaslatokat fogalmaztak meg a kisboltok számára saját életképességük fejlesztéséhez, ugyanakkor a kormányzati és önkormányzati eszközök felhasználását is elengedhetetlennek tartják.

A szerzők a felhasznált forrásanyagokra korrekten hivatkoznak.

A könyv szerkesztésének bizonyos formai elemei (tartalomjegyzék, fejezetek összevonása, alfejezetek, alpontok logikus taglalása és számozása) azonban még átdolgozást igényelnek.

A javításokra, kiegészítő magyarázatokra vonatkozó konkrét észrevételeimet a kapott példányon jeleztem, és a szerzőknek átadtam.

Összegezve az a véleményem, hogy e könyv a kereskedelemmel foglalkozó szakemberek számára érdekes és hasznos lesz. Megjelentetését javasolom.

Budapest, 2007. augusztus 21.

Kerégyártó Györgyné s. k.  
egyetemi tanár

## LEKTORI VÉLEMÉNY

Juhász Anikó, dr. Seres Antal, dr. Stauder Márta  
A KERESKEDELEM KONCENTRÁCIÓJA c. könyvről

A könyv hiánypótlónak tekinthető a forgalmi szférában az elmúlt közel egy évtized alatt végbement szervezeti, strukturális és funkcionális fejlődés, változások feltérképezésében, mind nemzetközi, mind hazai viszonylatban.

Erőssége, hogy több, a témára célzott kutatás előzte meg, s ezek tapasztalataira támaszkodva megalapozottsága stabil, tartalmilag többoldalúan bizonyított.

A módszertani rész, a nemzetközi és hazai szakirodalom gazdag metodikát vonultat fel és elemez, részben matematikai statisztikai, részben pedig adaptációs szempontokból, s emellett széles áttekintést ad a legfontosabb országok, ország-csoportok kereskedelméről, illetve abban a globalizáció egyre nagyobb térnyeréséről.

Nagy érdeme, hogy a rendszerváltás óta szegényes és bizonytalan magyar kereskedelem-statisztikai adatok szívsösszegyűjtésén túl, azokat saját számításokkal továbbfejlesztve képzett egy jó adatbázist az elemzéseikhez.

A fokozatos hozzáféréssel párhuzamosan bekapcsolta vizsgálataiba az Európai Unió hálózat statisztikai kategóriáit, áthidalva és korrigálva a korábbi magyar rendszertől való eltéréseket, alkalmassá téve az ily módon már mélyebb merítésű szakmai elemzésre.

Tovább gazdagítja az információ-tömeget a kereskedelmi cégek és hálózati egységek körében végzett primer vizsgálatokkal /kérdőíves megkérdezés, mélyinterjúk/.

Éppen a sokoldalú megalapozás és a jól beágyazott szakmai ismeretek teszik lehetővé, hogy a koncentráció /elmúlt évtizedekben szinte megállíthatatlannak tűnő/ folyamatát reálisan értékelje.

A koncentráció kétségtelenül sokirányú, gyakran keresztirányú hatások következménye, s így végeredményében is pozitív és negatív elemek sokasága fedezhető fel. Ezekkel, s ezek reális minősítésével találkozunk az anyagban.

A könyv az alkalmazott kutatásnak egy olyan pozitív példája mely komolyan lehetővé teszi a hasznosíthatóságot. Cégek, szövetségek, nagy és kisebb hálózati egységek tudják használni: beazonosíthatják önmagukat, s a saját /forgalmi, méret, közigazgatási, stb./ kategóriájukban összehasonlíthatják eredményeiket, számaikat a kategória-átlagok adataival. Ennek során üzletpolitikájuk javítására, piaci pozícióik erősítésére nyílhat lehetőségük.

Ugyancsak segítséget nyújthat a könyv a nagy, közepes és kisvállalkozásoknak a következő években megnyíló, különböző Eus és hazai fejlesztési források megismerésében és megszerzésében.

Megjelentetését javaslom.

2007. október 10.

Makay Istvánné dr. s. k.  
kutató közgazdász