



**SZENT ISTVÁN EGYETEM
GÖDÖLLŐ
GAZDÁLKODÁS- ÉS SZERVEZÉSTUDOMÁNYOK
DOKTORI ISKOLA**

Doktori (PhD) értekezés tézisei

**AZ ÉLELMISZER-KERESKEDELMI RENDSZER
ÁTALAKULÁSÁNAK HATÁSA A HAZAI TERMELŐK
PIACI HELYZETÉRE**

Készítette:
Stauder Márta

Témavezető:
Dr. Popp József
főigazgató-helyettes,
MTA doktora

**Gödöllő
2010**

A doktori iskola

megnevezése: Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola

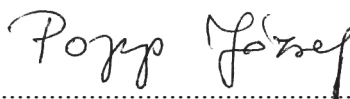
tudományága: Gazdálkodás- és Szervezéstudományok

vezetője: Dr. Szűcs István
egyetemi tanár, tudomány doktora, közgazdaságtudomány
SZIE, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar,
Gazdaságelemzési Módszertani Tanszék

Témavezető: Dr. Popp József
főigazgató-helyettes, MTA doktora
Agrárgazdasági Kutató Intézet



.....
Az iskolavezető jóváhagyása



.....
A témavezető jóváhagyása

TARTALOMJEGYZÉK

| | |
|---|----|
| 1. BEVEZETÉS | 4 |
| 1.1. A téma aktualitása és jelentősége | 4 |
| 1.2. Célkitűzés | 6 |
| 2. ANYAG ÉS MÓDSZER | 9 |
| 3. AZ ÉRTEKEZÉS FŐBB MEGÁLLAPÍTÁSAI | 12 |
| 3.1. A mezőgazdasági termékek kereskedelme | 12 |
| 3.2. Élelmiszer-kereskedelem | 15 |
| 3.3. A termelők és kereskedők kapcsolatának változása | 19 |
| 4. HIPOTÉZISVIZSGÁLAT | 22 |
| 5. ÚJ KUTATÁSI EREDMÉNYEK | 24 |
| 6. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK | 25 |
| HIVATKOZOTT FORRÁSOK | 28 |
| PUBLIKÁCIÓK | 28 |

1. BEVEZETÉS

1.1. A téma aktualitása és jelentősége

A rendszerváltozás, a privatizáció az élelmiszer-kereskedelem területén is alapvető változásokat hozott. Ez magában foglalta a szervezeti átalakulást, új üzlet- és vállalkozástípusok meghonosodását, a nemzetközi és hazai élelmiszerláncok fokozódó térnyerését, valamint az élelmiszer-kereskedelem koncentrációját.

Az élelmiszeripar privatizációjának sajátosságai miatt (a mezőgazdasági termelők általában „kimaradtak” a tulajdonszerzésből) tovább romlott a mezőgazdasági termelők piaci alkupozíciója. A helyzet az élelmiszer-kereskedelem növekvő koncentrációjával, a nemzetközi és hazai láncok erősödésével még kedvezőtlenebbül alakult a mezőgazdasági termelők szemszögéből. A élelmiszeripar és a kereskedelem kapcsolata konfliktusokkal terhelt.

A mezőgazdasági nyersanyagok kereskedelme gyökeres átalakuláson ment át a kilencvenes évtizedben, változott az egyes szereplők súlya, jelentősége, illetve bővültek az integrációs és koordinációs kapcsolatok. A beszerzési és értékesítési struktúra is átalakult, ugyanis e szervezetek közül valójában csak az ÁFÉSZ¹ maradt meg, tevékenységét a piaci verseny által kikényszerített új szervezeti, funkcióbeli elemekkel kiegészítve. Megjelent a közraktározás, az árutőzsde és az árverés intézménye. Újabb, bár még „gyerekcipőben járó” értékesítési csatorna, az elektronikus kereskedelem is előtérbe került az élelmiszerek értékesítésében.

Az élelmiszer-kereskedelem külföldi, illetve hazai fejlődési tendenciáit figyelembe véve valószínűsíthető a kereskedelem további koncentrációja. Magyarország EU-csatlakozásával még élesebb verseny alakult ki az ellátási lánc szereplői között. Így a versenyképes import növekedésével egyes ágazatok (beszállítók) belső piaci részesedése tovább csökkent.

Az 1990-es évtizedben az élelmiszer-kereskedelemre vonatkozó legfontosabb megállapításaim:

A mezőgazdaságban:

- az alapanyag-termelés a mezőgazdaság átalakulása következtében a kilencvenes évtizedben szétaprózottá vált;
- a vertikális kapcsolatok szinte teljes egészében szétestek;
- újabb szereplők is színre léptek, új piaci intézmények alakultak ki, illetve megváltozott funkciókkal működtek tovább a régiek;
- összességében a mezőgazdasági termékek értékesítése egyre nagyobb kihívást jelentett, mert a szétaprózott kínálat miatt a nagytömegű értékesítés, egyenletes minőség követelményének nehezebb volt megfelelni.

¹ Általános Fogyasztási és Értékesítési Szövetkezet

Az élelmiszeriparban:

- az élelmiszeripar koncentráltabb lett, ezzel párhuzamosan „elszakadt” a termelői érdekektől;
- nagy szerepe volt a külföldi tőkének mind a nagyvállalatok, mind a kis- és középvállalkozások létrehozásában, fejlesztésében;
- a külföldi tőke szerepéről, pozitív és negatív hatásairól megoszlanak a szakmai vélemények, ugyanakkor a mezőgazdasági termelőknek általában nem sikerült tulajdonrészt szerezni az élelmiszer-feldolgozóknak, ezáltal érdekérvényesítő képességük tovább csökkent.

Az élelmiszer-kereskedelem:

- gyökeresen átalakult a tulajdonviszonyoktól kezdve a szervezeten keresztül a fogyasztói mentalitásig (fogyasztó-centrikus megközelítés) bezárólag a „fogyasztói társadalom” irányába;
- ezen túlmenően a kis üzletek nagy, de csökkenő száma mellett egyre erőteljesebb a koncentrációs folyamat a nemzetközi és hazai élelmiszer-kereskedelmi láncok agresszív terjeszkedésével, így tovább éleződik a piaci verseny, általában a fogyasztó javára és a mezőgazdasági és élelmiszeripari szereplők kárára. Óriási vita zajlik arról, hogy a versenyképes kereskedelem mellett vajon a gazdák és feldolgozók nemzetközi versenyképességének erodálódása okozza-e a folyamatos konfliktusokat a termékpálya szereplői között.

A beszállítók (mezőgazdasági és élelmiszeripari) és az élelmiszer-kereskedők kapcsolatrendszeré szintén drasztikusan átalakult; ma egyértelműen a kereskedelem az erősebb fél a piaci alkuerőben (habár a kereskedelemben is óriási horizontális versenynek lehetünk szemtanúi). Ehhez nem könnyű alkalmazkodni, sem Magyarországon (pedig a rendszerváltozás óta eltelt két évtized), sem a fejlett piacgazdaságú országokban. Ugyanakkor a beszállítók részéről is gyorsabb alkalmazkodásra lenne szükség, mert a kereskedelem létezni fog helyi termelés és feldolgozás nélkül is. A kereskedelem globalizálódásával a fejlődő országokban is egyre inkább előtérbe kerül ez a probléma. A hatás „tompítására” a mezőgazdasági termelőknél az összefogás, együttműködés lehet az egyik megoldás a marketing gyakorlat fokozott javítása mellett. Az élelmiszeriparnak szintén esélyt kínálnak a marketing eszközök piaci alkupozíciójuk erősítésére, ennél azonban sokkal többre van szükség, főképpen a feldolgozás versenyképességének a növelésére.

A múltban egyszerűen nem volt együttműködési kényszer, mert a kooperáció hiányából fakadó versenyképességi problémákat elfedték a folyamatos, tűzoltó jellegű állami intézkedések. Az integráció kérdésében nem a forma a meghatározó, mert a közös cél az egyéni kockázat minimalizálása és a haté-

konyság javítása. A működőképes vertikális (és horizontális) integráció hiánya a gyenge versenyképesség egyik meghatározó oka. A nemzetközi tapasztalatok alapján a folyamatosan változó gazdasági környezetben az integrált termékpálya rendszerek sikeresebbek az egyéni gazdálkodásnál. Az integráció tehát a méretgazdaságosság adta előnyök kihasználása mellett kockázatmegosztó és jövedelem-elosztó rendszer is. Az együttműködést a szakmai érdekvéviselői szervezetek között is létre kell hozni, mert a szűkös anyagi és intellektuális forrás tükrében csak közös erővel lehet racionális választ adni a szakmapolitikai kihívásokra.

Az ellátási lánc megfelelő működéséhez (de az egyes ágazatok működéséhez is) elengedhetetlen a „támogató”, illetve „kiszolgáló” tevékenységek folyamatos fejlesztése, mint például a logisztika, az információtechnológia, az elektronikus üzletvitel, valamint az elektronikus kereskedelem.

A 2000-2003 közötti időszak az EU-csatlakozásra történő felkészülés jegyében telt el, de időközben kiderült, hogy ez nem volt sikeres. A csatlakozást követő években szembesültünk a felkészülés hiányosságaival, a világgazdasági környezet folyamatos változásával, valamint a magyar élelmiszer-gazdaság versenyképességi hátrányaival, ami tovább nehezítette a beszállítói kapcsolatot a gyorsabban alkalmazkodó élelmiszer-kereskedelem szereplőivel.

1.2. Célkitűzés

Az értekezés célja az élelmiszer-kereskedelmi rendszer átalakulásának vizsgálata és annak feltárása, hogy az milyen hatással volt a hazai (mezőgazdasági és élelmiszeripari) termelők piaci helyzetére. A téma feldolgozásának eszköze a rendszerváltozás óta végzett vizsgálatok eredményeinek összefoglaló elemzése (a hangsúly természetesen az utóbbi évekre koncentrálódik). Az elmúlt évtized eseményei, illetve a jelen helyzet felvázolása mellett a jövőbeli tendenciákat is bemutatom a termelők és a kereskedők kapcsolatrendszerének vizsgálatán keresztül. A fő célkitűzés a termelői alkupozíció erősítési lehetőségeinek feltárása, bemutatása.

Specifikus célkitűzések:

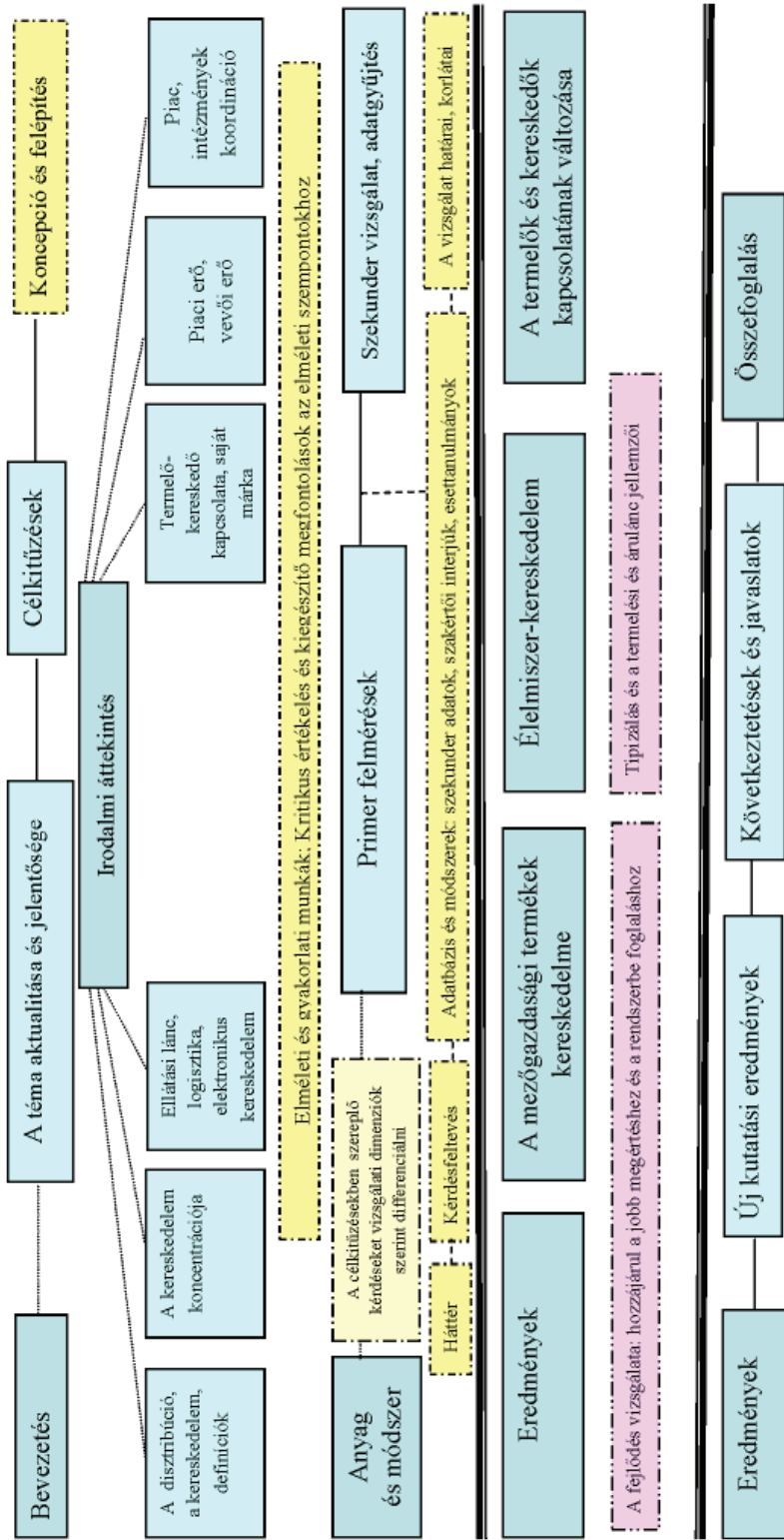
- A mezőgazdasági termékkereskedelem bemutatása a főbb ágazatok (gabona, hús, zöldség-gyümölcs) példáján keresztül;
- Az élelmiszer-kiskereskedelem elemzése a rendszerváltástól napjainkig;
- A kiskereskedelmi koncentráció elméletének ismertetése;
- A magyarországi élelmiszer-kiskereskedelmi koncentráció bemutatása;
- A termelők és kereskedők kapcsolatának vizsgálata;
- A gyártói versus kereskedelmi márka kérdéskörének elemzése.

Az élelmiszer-kereskedelmen belül az élelmiszer-kiskereskedelemmel foglalkozom elsősorban (főleg a hazai tulajdonú élelmiszer-kiskereskedelmet vizsgálom). Az élelmiszer-kiskereskedelem globalizálódásáról, a fokozódó koncentrációról számos elméleti és gyakorlati munka látott napvilágot nemzetközi összehasonlító adatokkal. Saját vizsgálataim alapján ezek többnyire csak összefoglaló jellegű információknak tekinthetők, mivel az alapadatok valószínűleg nem egyneműek, nem összehasonlíthatóak (gondolok itt például a nagy- és kiskereskedelmi cégek egy helyen való szerepeltetésére). A beszerzési társaságok szerepe, hatása is nehezen számszerűsíthető a koncentráció mérésében, mivel halmozódást mutathat. Emiatt a magyar élelmiszer-kiskereskedelem koncentrációs számításainál vállalatsoros adatokra támaszkodtam.

Az értekezés struktúráját, a tartalmi és logikai kapcsolódásokat összefoglaló ábra segítségével mutatom be (1. ábra).

Hipotéziseim a következők:

1. Az élelmiszer-kereskedelmi rendszer átalakulására hatott egyrészt a rendszerváltozással bekövetkezett új helyzet (gyökeres változás) és az élelmiszer-kereskedelem folyamatos koncentrálódása, globalizálódása. Ez a folyamat eltérő fokú volt az egyes országokban, régiókban, de összességében globális jelenségről van szó.
2. A termelők (mezőgazdasági és élelmiszeripari) és a kereskedők kapcsolata szintén gyökeresen megváltozott, ehhez a termelőknek többé-kevésbé alkalmazkodniuk kellett (volna). Ez a folyamat a fejlett piacgazdaságú országokban is végbement a kínálati piac kialakulásával, de nem olyan gyorsan és váratlanul, mint Magyarországon és a többi új uniós tagországban. Az alkalmazkodás (és ezzel egyidejűleg a kedvezőbb piaci alkupozíció elérése) azonban nem történt meg elégséges mértékben.
3. A termelők és kereskedők viszonyában nem lehet reális célkitűzés a kereskedelmi oldal versenyképességének gyengítése (pl. eltérő tagországi szabályozással), hanem sokkal inkább a termelői oldal (mezőgazdasági alapanyag termelők és élelmiszer-feldolgozók) hazai és nemzetközi versenyképességét szükséges erősíteni.



1. ábra
Az értekezés tematikája

2. ANYAG ÉS MÓDSZER

Az értekezés több éves kutató munkám során összegyűlt tapasztalatok összegzéseként született, összefoglaló műnek tekinthető. A kutatások „outputja” elsősorban tanulmányokra, valamint nemzetközi és hazai konferenciákon elhangzott előadások publikációra támaszkodik.

A primer források körébe tartoznak:

- a nemzetközi tudományos konferenciákon való részvétel, az ahhoz kapcsolódó farm- és élelmiszeripari látogatások, valamint nemzetközi előadásaim publikációi (proceedings) lehetőséget adtak helyszíni gyakorlati tapasztalatok szerzésére. Ezek közül a legfontosabb nemzetközi konferenciák:
 - IAAE (International Association of Agricultural Economists),
 - EAAE, (European Association of Agricultural Economists),
 - IAMO (Institut für die Agrarentwicklung von Mittel- und Osteuropa), Halle
 - Gewisola (Gesellschaft für Wirtschaft und Sozialwissenschaften) Németország
 - ÖGA (Österreichische Gesellschaft der Agrarwirtschaft), Ausztria
 - Babes-Bolyai University, Románia
 - VUEPP (Výskumný Ústav Ekonomiky Pol'nohospodárstva a Potravinárska), Szlovákia
- hazai egyetemek és főiskolák konferenciái;
- személyes interjúk, valamint a
- kérdőíves megkérdezés.

A szekunder források:

- a téma irodalmának áttekintése hazai és külföldi (német, angol és francia nyelvű) szerzők publikációi alapján. A kereskedelemelmélet mellett az élelmiszer-kiskereskedelem változását, koncentrációját számos forrásból tudtam nyomon követni: kutatóintézetek és egyetemek tanulmányai, publikációi; piackutató intézetek gyakorlatorientált információi; szakfolyóiratok aktuális információi. A szakirodalmi áttekintés fejezetén túlmenően a 4. fejezetben is számos irodalmi forrás szerepel.
- statisztikai adatok gyűjtése, feldolgozása és elemzése (statisztikai táblák, indexsorok, Lorenz görbe). Itt részben KSH adatokra támaszkodva végeztem elemzéseket. A saját szerkesztésű Lorenz görbék elkészítéséhez a KSH által nyilvántartott működő vállalatok számára, foglalkoztatotti létszámára és árbevételére vonatkozó adatokat használtam fel. Mivel az adatok létszámkategóriák szerinti bontásban álltak rendelkezésemre, a Lorenz görbe súlyozott adatokból szerkeszt-

hető változatát alkalmaztam a létszámkategória értékeket pontszerűen ábrázolva, azokat egyenes vonalakkal összekötve. Ennek következtében kapták a görbék a jellegzetes „töredezett” alakjukat. Első lépésben az adatokat tartalmazó koncentrációs táblázatból előállítottam kategóriánként a vállalkozások számából való részesedéseket (relatív gyakoriságokat), valamint a létszámból, illetve a nettó árbevételből való részesedéseket (relatív értékösszegeket). Második lépésként – a részeredmények növekvő sorrendbe állításával – kumulált relatív gyakorisági sort, és kumulált relatív értékösszegeket hoztam létre. Harmadik lépésként a kapott eredményeket egy négyzethálón, grafikusán ábrázoltam úgy, hogy a vízszintes tengelyen a gyakorisági sort, a függőleges tengelyen pedig az értékösszegeket helyeztem el.

Személyes interjúkat kereskedelmi cégek vezetőivel sikerült készítenem, ahol a téma főleg a beszállítók lehetősége (egy esetben a kis beszállítókra összpontosítva) volt. Ez a módszer azonban igen behatárolt, mert a nagy cégek egy része nem szolgáltat megfelelő mennyiségű és minőségű információt.

Az elmélet, illetve a desk research kiegészítéseként a kérdőíves megkérdezés jó lehetőséget nyújtott a szakirodalom tapasztalatainak verifikálására, valamint „élőbbé”, a gyakorlathoz közelebbivé tették vizsgálataimat, ami ennél a témánál különösen fontos szempont. A kérdőíves megkérdezés (a visszaérkezett kérdőívek viszonylag alacsony aránya mellett is) nagyobb tömegű információnyerést tesz lehetővé, habár a nyitott kérdések véges volta miatt mélyebb elemzésre nem alkalmas. A nyitott kérdésre adott válaszok általában őszinték voltak, a válaszadók ugyanis örülnek, ha foglalkoznak a problémájukkal.

Az előre megadott válaszlehetőségek némely esetben torzíthatnak, különösen akkor, ha nem sikerül megfelelően a helyzet előzetes felmérése, amelynek alapján a válaszokat megfogalmazom. Cél lehet a kérdőívnel az is, hogy minél kisebb erőfeszítéssel lehessen kitölteni, ugyanakkor fontos információk vehetnek el. Az időhorizont (már a kilencvenes évek eleje óta foglalkozom az élelmiszer-kiskereskedelem témakörével) miatt lehetőségem volt két ízben is kérdőíves feldolgozást végezni, 1994-ben és 2006-ban. A válaszok egy része összehasonlítható volt, amiből kiderült, hogy számos területen alig történt változás az eltelt időszakban. Az írásbeli kérdőíves megkérdezés alanyait a fentebb említett vállalati kör képezte. Több témára terjedt ki, de eseti megkérdezés volt. Az utóbbi kommunikációs módszer előnye, hogy gyorsan eljuthatott a címzettekhez, így a válaszadóknak volt idejük az átgondolásra.

A kérdőíveket a KSH Cég-kódtár címlistája alapján küldtem ki 2006-ban összesen 3000 cégnek (1000 mezőgazdasági termelő, 1000 élelmiszer-feldolgozó és 1000 élelmiszer-kereskedő). Az első szűrési kritérium a megyék szerinti megoszlás volt, ezután következett a tevékenység, illetve árbevétel szerinti szűrés, illetve arányosítás. Mindezek után az egyes kategóriákban véletlenszerűen történt a mintaelemek kiválasztása. A kérdőívek feldolgozása Microsoft Office Access és Excel programokkal történt. Az Access használata gyorsította az adatfelvitelt, az Excel pedig rugalmasságot biztosított a táblázatok elkészítésében. A lekérdezés menete: az Access-ből egyszerű lekérdezésekkel nyertük a szükséges adatokat, majd Excelben elkészítettük a táblázatokat. A kérdőívekben viszonylag nagy számban szerepelt nyitott kérdés, de ez tudatos volt, mivel véleményem szerint az ily módon nyerhető információ előnye felülmúlta azt a többletmunkát, amellyel a feldolgozás járt.

3. AZ ÉRTEKEZÉS FŐBB MEGÁLLAPÍTÁSAI

3.1. A mezőgazdasági termékek kereskedelme

Az agrár-, illetve élelmiszertermékek kereskedelme „nagy utat” tett meg az ellátási felelősség, a felvásárlási kötelezettség, a területi behatároltság elvéből és gyakorlatából kiindulva e kötöttségek lazulásán keresztül a „szabad kereskedelemig”.

A mezőgazdasági termékek kereskedelmének tipikus pályái időtállóan bizonyultak a kilencvenes évtizedben, azzal a kiegészítéssel, hogy az **évek során az egyes szereplők súlya, jelentősége változott, illetve az integrációs és koordinációs kapcsolatok** (a megmaradtak, valamint az újonnan kialakultak) **változatosabbak lettek.** Új jelenség a TÉSZ-ek (amely még ma is „jelen-ség” szinten létezik, érdekérvényesítő képessége csekély), a termelői csoportok, illetve az új típusú szövetkezetek létrejötte, működése volt. A külföldi részesedés, tulajdonlás az összes termékpályán megtalálható.

Mind a mai napig a termelők legnagyobb problémája – a legtöbbet hangoztatott kérdés, ami felmerül: mi az, amit termeljenek, mi az, amit el lehet adni, minek van piaca.

A búza vertikumban az intézmények közül LEHOTA [2000] a következőket sorolta fel:

- szerződéses kapcsolatok;
- a tárolás, raktározás, valamint kapcsolódó intézményei;
- a szövetkezet, a társulások és együttműködési formák;
- vertikálisan koordinált minőség szabályozási rendszerek;
- kiegészítő intézmények (információ, logisztika, pénzügy).

A **gabonakereskedelemre** jellemzőek voltak a termeltetési szerződések, mind a külkereskedelmi vállalatok, a nagykereskedők, mind pedig a malomipari cégek ilyen szerződésekkel biztosították a kereskedelmükhöz, illetve a termelésükhöz és tárolókapacitásaiuk kihasználásához szükséges gabonameny-nyiséget.

A szerződéses kapcsolatokra jellemzővé vált a szerződések be nem tartása; a szerződések önkényes megszegése, önös érdek előtérbe helyezése, érvényesítése a másik fél rovására. Az adott piaci helyzettől függően hol az eladó, hol a vevő szegi meg a szerződést. A korábban jelentős szerepet játszó termeltetési, illetve előszerződések száma egyre csökkent, a szerződéses fegyelem kölcsönös kötelezettségeit felrúgják, amihez hozzájárul, hogy annak bírósági érvényesítése hosszadalmas, eredménye kétséges, a tőkeszegény fél számára még kockázatos is. A kereskedők véleménye szerint (Magyar Gabonafeldolgozók, Takarmánygyártók, és -Kereskedők Szövetsége) elsősorban a termelők pró-

bálnak kibújni szerződéses kötelezettségeik alól, akár úgy, hogy a szerződött minőséget saját hibájukból nem tudják biztosítani, s a termeltetési szerződésnél akadályoztatást jelentenek be, akár úgy, hogy egyszerűen máshol értékesítik a gabonájukat, ha a leszerződött ár kedvezőtlenebb, mint a szállításkori szabadpiaci ár. Mindez a másik fél részéről is elhangzik, ráadásul a nem kalkulálható hatások, illetve azok következményeiként kialakult helyzetben szó sincs kölcsönösségről, a „hatás” következményeinek megosztásáról, ha van erőfölény, az érvényesül. Mindezen körülmények oda vezettek, hogy ma már a vevői oldalon nem törekszenek a termeltetési szerződések megkötésére, előleg fizetésére.

A gabona értékesítési csatornái a legutóbbi években: feldolgozók és kereskedők (90%), a maradék kis része állami tulajdonba, a többi közvetlenül a termelőktől kerül(het) intervencióba. A szerződéstípusok közül a leggyakoribbak [VARGA szerk. et al., 2007]:

- az adásvételi (azonnali és határidős);
- az integrátori-termeltetési;
- a keretszerződés és
- az intervenció.

A termelők és a kereskedők viszonya napjainkban sem mentes a súrlódásoktól. A nagykereskedők némelyikénél beszélhetünk már kialakult beszállítói kapcsolatokról és szerződéses fegyelemről. Nem mondható el ugyanez a termelők, helyi felvásárlók és kiskereskedők kapcsolatáról. Hasonló problémák mutatkoznak a beszállítók és a feldolgozóipar között is [POPP szerk. et al., 2009].

A **hűstermelés és -kereskedelem** meghatározója Magyarországon még ma is a sertésvágó-kapacitás és a sertéshús-termelés és -feldolgozás. Külföldre és belföldre egyaránt növekszik az értékesített darabolt húsrészek aránya. A hűtési, darabolási technológia és az ezt követő csomagolás egyértelműen megnövelte a fogyasztók felé biztosítható minőségmegőrzési időt. Legnagyobb előrelépésnek az értékesítés folyamatában a zárt hűtlánc megvalósulását nevezhetjük. Ez azt jelenti, hogy az elsődleges feldolgozástól a fogyasztó kosaráig ma már nagyrészt a hűtési folyamat megszakítása nélkül jut el a termék. Ugyanígy biztosított a külkereskedelmi értékesítés rendszerében is a zárt hűtési folyamat. Ennek nagy jelentősége van a hús minőségének megőrzésében és az élelmiszer-biztonsági követelmények betartásában. A legnagyobb vágási kapacitással ma Magyarországon a Pick-Délhús csoport és a Hungary Meat Kft. rendelkezik. A Pick-Délhús csoport a levágott állatok húsát részben saját termelésre és feldolgozásra használja fel, a Hungary Meat Kft. elsősorban bontást, darabolást végez, és termelésének legnagyobb részét exportra értékesíti. Mindkét cég saját kereskedelmi apparátussal végzi az értékesítést,

csak speciális termékek vagy piacok esetében von be az értékesítési folyamatba külső kereskedő céget.

Az utóbbi években egy új jelenséggel kell számolnunk. Megjelentek a magyar húspiacon Európa legnagyobb vágóhídjait képviselő húskereskedelmi irodák. Ezek közül néhányat megemlítve: a Tönnies Fleisch, az ugyancsak német VION (a holland SOVION leányvállalata), továbbá a Westfleisch és a Düringerfleisch is. Megtalálható a piacon a francia SOCOPA is. Ugyancsak kereskedik Magyarországon a világ legnagyobb vágóhídjai között számon tartott Danish Crown, valamint a Swedish Meat is. Működésüket az anyacégek nem elsősorban a Magyarországon eladott termékek utáni nyereségben mérik, hanem a mindenáron való piaci jelenléte és a Magyarországra irányuló beszállítói húspiac részesedésének növelését határozzák meg célként. A ma még talpon lévő magyar húskereskedelmi társaságok próbálják tevékenységüket a klasszikusan húsipari termékeken kívül más cikkekkel is bővíteni. A legfontosabbnak tartott, húskereskedelemmel foglalkozó, elsősorban magyar érdekeltségű cégek a következők: Hampex Kereskedelmi Kft., Agrotrade Kft., Frigalin Kft., a DHS Kft. és a Szinmark Kft. A magyar érdekeltségű cégek versenyhátránya elsősorban a finanszírozás bizonytalanságából ered. A szóban forgó cégek jelentős importot is bonyolítanak, de ehhez kénytelenek külföldi, tőkeerősebb nagykereskedő közreműködését igénybe venni.

A piacvezető szervezetek értékesítése tág határok között változik, a darabolt húsok 20-60%-át értékesítik belföldön. A nem piacvezető, többnyire csak vágást (esetleg darabolást is) végző szervezetek kizárólag belföldre szállítanak. Napjainkban a kereskedelmi láncok felé értékesítik a sertéshús 70-80%-át. Több húsfeldolgozó tart fenn saját üzletet. A késztermék értékesítésére jellemző a szerződés kötés [VARGA szerk. et al., 2007].

A sertéshús esetében a hazai feldolgozók megközelítőleg 30-40%-os arányban kereskedelmi márkás termékeket gyártanak, míg a termelés 60-70%-át a gyártói márka teszi ki. A belföldi értékesítés felét a friss sertéshús adja [POPP szerk. et al., 2009].

A **zöldség-gyümölcs** ágazatban a **vertikális koordinációs stratégiák** három alapvető típusa:

- a nyílt termelés, ekkor a pillanatnyi piaci árak koordinálják a tranzakciót az eladó és a vásárló között,
- a szerződéses termelés, amikor is a vásárló kötelezi magát a termék megvételére és a termelőt az eladásra egy előre meghatározott árképlet alapján számított áron,
- a vertikális integráció, ahol az élelmiszer ellátási lánc (supply chain) egyik tagja a vertikális láncban felette, vagy alatta elhelyezkedő szereplőt egy szervezeti egységben integrálja.

A zöldség-gyümölcs ágazatra is jellemző a termelők és a kereskedők kapcsolatában hangoztatott érvelés, hogy a kereskedő az „erősebb fél” néhány kivételtől eltekintve. Összefogásra van szükség, mivel a „magányos termelők” nehezen lesznek beszállítók az áruházláncok vagy az élelmiszeripar számára.

Gyakran azonban a beszállítók az élelmiszer-kereskedelmi láncok állandóan hangoztatott követelményét – egységes minőség, „kereskedelem-konform” csomagolás, kiszerezés – sem tudják teljesíteni az élelmiszerüzletekben. Gondolok itt a megkívánt hőmérséklet be nem tartására, az áru ömlesztett tárolására a hipermarketek, szupermarketek polcain. Az áru frissessége a fogyasztóhoz való kerülés stádiumában bőven hagy kívánnivalót maga után. A fejlett piacgazdaságú országokban az ilyen mértékű minőségromlás, illetve ilyen állapotban történő értékesítés ismeretlen fogalom és gyakorlat.

2002-2004-es adatok szerint friss zöldségből és gyümölcsből a termés több mint fele kereskedelmi forgalomba került. Az értékesítési csatornák [VARGA szerk. et al., 2007]:

- egyéni termelőtől → nagybani piac, nagykereskedő, TÉSZ, fogyasztói piac, közvetlen exportértékesítés;
- TÉSZ-ektől (a tagoktól átvett friss zöldség és gyümölcs) → kiskereskedelem, külpia; a nem tagi termelőktől való felvásárlásból származó termékek értékesítése során a TÉSZ nagykereskedőként funkcionál.

A zöldség és gyümölcs kereskedelmi csatornák arányai és az értékesítési irányok lényegében nem változtak a 2002-2004 közötti időszak óta. Becslések szerint a „modern kiskereskedelem” részaránya 2007-re több mint 50% volt, míg a hagyományos kiskereskedelemé 47%-ra csökkent. Az élelmiszer-kiskereskedelmi láncok zöldség-gyümölcs beszerzési politikája eltérő, de jellemző, hogy az értékesítésre kerülő nagy árumennyiség miatt nagytömegű és homogén termékekre van szükség. Ezért igyekeznek korlátozni a beszállítók számát, ezen kívül olyanok a beszállítókkal szemben támasztott követelmények, hogy azoknak csak a nagyobb partnerek tudnak megfelelni [POPP szerk. et al., 2009].

3.2. Élelmiszer-kereskedelem

A rendszerváltozás, a privatizáció az élelmiszer-kereskedelem területén is alapvető változásokat hozott. Az élelmiszer-kereskedelem vonzó volt a befektetők, így a külföldi befektetők számára is. Számos nemzetközi üzletlánc kezdte meg működését Magyarországon a régi üzleteket felújítva, vagy zöldmezős beruházással. A nemzetközi beruházások révén a magyar élelmiszer-kereskedelem egy része megkezdte a felzárkózást a nyugat-európai színvonalhoz. Kialakultak magyar tulajdonú üzletláncok is, melyek közül néhány igen

gyors ütemben fejlődött, sőt külföldön is terjeszkedik már. Ennek ellenére a magyar kereskedelmi vállalkozások többsége tőkeszegény kis- és középvállalkozás.

A spontán privatizáció időszaka 1989-1990-re tehető, amikor is kisebb üzletek kerültek magánkézbe, ugyanakkor jelentős számban alapítottak kis magánüzleteket is. Ennek következtében növekedésnek indult az élelmiszerkereskedelmi üzletek száma.

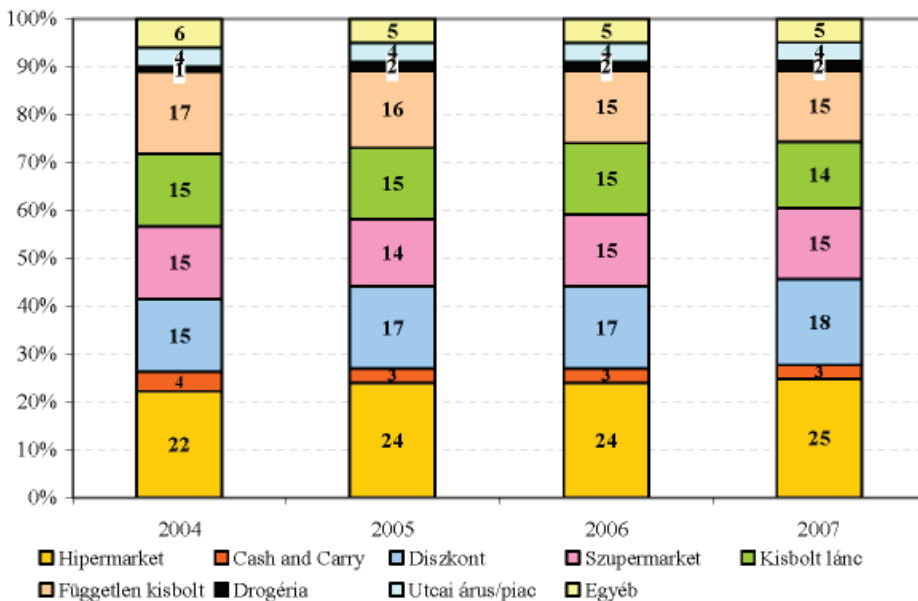
A privatizáció időszakában (1991-től 1995-96-ig) már a nagyobb élelmiszerkereskedelmi vállalatok (például Közért) tulajdonosváltása ment végbe. A kedvezőbb földrajzi fekvésű üzletek többségében multinacionális üzletláncok kezébe kerültek. A kis magánboltok egy része tovább fejlődött, másik részük azonban tönkrement. A vizsgált időszak első részére jellemző az úgynevezett kényszervállalkozások (munkanélküliség miatt) beindulása, melyek zöme csak rövid ideig működött. 1995-től azonban már fokozottabban jelentkeztek a **koncentráció** jegyei.

A kilencvenes évtized második harmadától (1997-2000) megjelentek a nagy alapterületű boltok. Ezt az időszakot főleg az újabb külföldi tulajdonú, elsősorban multinacionális vállalkozások megjelenése és intenzív zöldmezős terjeszkedése, valamint a hazai tulajdonú, kisebb alapterületű egységeket összefogó beszerzési társaságok előretörése jellemezte. A koncentrációs folyamatot jól mutatja az egy boltra jutó forgalom emelkedése, amely 1997 és 1999 között 10%-os mértékű volt. A modern kiskereskedelmi formák elterjedése mellett a boltok száma, sőt az egyéni vállalkozók által üzemeltetett kis, független boltok száma is emelkedett.

Az új évezred további változásokat hozott, a kiskereskedelem koncentrációja folytatódott, egyértelmű nyertesnek látszanak a nagy alapterületű boltokat üzemeltető multinacionális vállalkozások és a kis-közepes boltokat összefogó magyar tulajdonú beszerzési társaságok. A fogyasztói kereslet egyre nagyobb hányada a nagyobb méretű piaci szereplők irányába rendeződött át. A hazai üzletállomány szerkezete átalakult: az élelmiszer- és élelmiszer jellegű vegyes üzletek számának csökkenése mellett (főleg 2000 után) a nem élelmiszer főtevékenységű egységek számának növekedése mutatható ki. Az üzletállomány visszaesése a működtető gazdasági szervezetek számának csökkenésével és erőteljes fluktuációjával egyidejűleg következett be. Az üzleteket működtető vállalkozások összetételében a gazdálkodási formát tekintve is jelentős eltolódás figyelhető meg, a 2000-es évek elejétől az egyéni vállalkozások száma és aránya egyaránt csökkent.

Magyarországon az élelmiszer-kereskedelemben a láncok és a nagy alapterületű boltok további térnyerése mellett a másik fő sajátosság a kisboltok továbbra is igen magas száma. Éles lett az ellentét a főváros/nagyvárosok/kisebb városok és a falvak élelmiszer üzletekkel való ellátottsága, az üzletek felszereltsége és az árszínvonal tekintetében.

A kereskedelmi csatornák fejlődésében számottevő átrendeződésnek nem lehettünk tanúi 2004-2007 között, nem történt nagyobb elmozdulás egyik értékesítési csatorna esetében sem (2. ábra). Ez arra utal, hogy telített a piac, a rendelkezésre álló eszközök/kereskedelmi marketing nem igazán tudnak hatni a fogyasztókra. A 2000. évi adatokat figyelembe véve (hipermarket 14%, szupermarket 15%, diszkont 16%, Cash and Carry 6%, lánchoz tartozó kisbolt 5%, független kisbolt 29%), szembevetve a hipermarket kategória előretörése. Ugyancsak jelentős a kisbolt láncok részarányának növekedése és a független kisboltok részesedésének csökkenése.



2. ábra

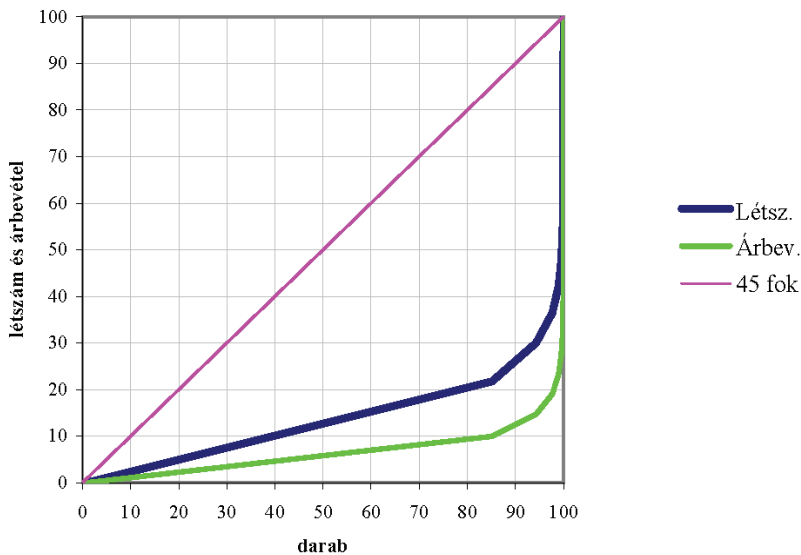
A kereskedelmi csatornák fejlődése, 2004-2007, (%)

Forrás: GfK Hungária, Kereskedelmi analízisek 2007

A kisboltok (független vagy lánchoz tartozó) jelentőségéről, „kihalásáról”, túlélési esélyeiről többnyire pesszimista hangvételű elemzéseket olvashatunk. Kérdés, hogy mit is tekintünk kisboltoknak, például a 20-50 m² közötti, 100-300 m² közötti vagy 400 m² alatti alapterülettel rendelkező üzleteket. A KSH-ban az élelmiszer üzleteket alapterület-nagyságuk szerint kategorizálják. 2007 óta a besorolás szerint a 3000 m² feletti üzlet a hipermarket, a 3000 m² alatti üzlet pedig az élelmiszer vegyes üzlet.

A kisboltok létezését, fennmaradását sokféle tényező motiválhatja, amelyek eltérőek, vagy azonosak is lehetnek a kiskereskedő és a fogyasztó szempontjából, illetve fekvésük (főváros, nagyobb városok, nagyobb települések, vagy apró falvak) szerint is változhatnak. Nyilvánvalóan **a nagyvárosokban választékbővítést szolgálhat, kényelmi boltként funkcionálhat, a kisebb vidéki településeken pedig az egyetlen megoldást jelenti a helyi ellátásra.** A nagyvárosokban/városokban a kisboltok főleg a napi szinten szükséges bevásárlások színterei. Az egy vásárlásra jutó érték ugyan nem magas más értékesítési csatornákhöz viszonyítva, de egyes termékek/termékcsoportok esetében magas lehet a kisboltokban történő értékesítés aránya. A kisboltok előnye az előzékeny, személyre szabott kiszolgálás (ez az önkiszolgáló üzletek esetében azért nem mindig igaz), a választékot viszont a független kereskedő tőkeereje mellett nagyban befolyásolja a helyi vásárlóerő. A kis alapterület miatt (fizikai korlát) behatárolt lehet a választék is. Ugyancsak korlátozó tényezőként hatnak az uniós előírások (elkülönített tárolás).

A Lorenz görbe a relatív koncentráció általános elemzési és szemléltetési eszköze [KERÉKGYÁRTÓ et al., 2003]. A koncentrációs táblázat alapján elkészítettem a sokaságból, azaz a vállalkozások számából való részesedések (relatív gyakoriságok) és a létszámból, illetve a nettó árbevételből való részesedések (relatív értékösszegek) alapján a kumulált relatív gyakoriságokat és értékösszegeket. A kumulált relatív értékösszegeket a kumulált relatív gyakoriságok függvényében ábrázolhatjuk. Minél nagyobb a koncentráció mértéke, a görbe annál távolabb kerül az átlótól (3. és 4. ábra).

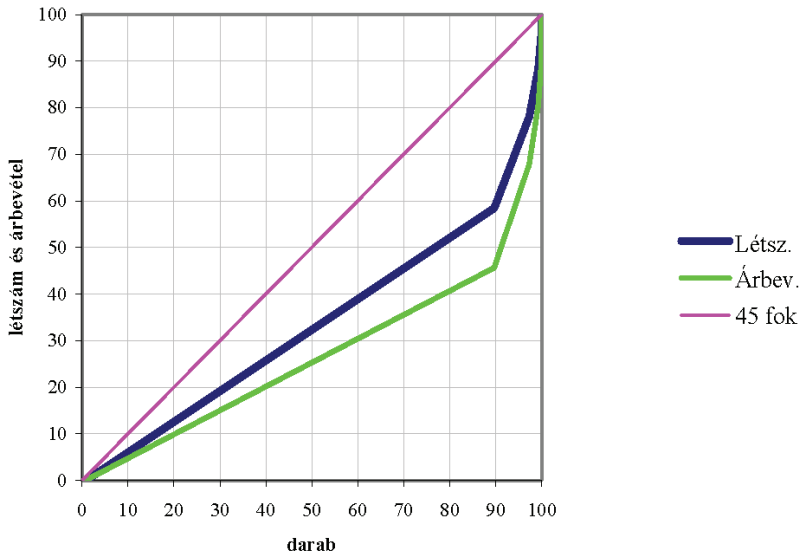


3. ábra

Élelmiszer jellegű vegyes kiskereskedelem

Forrás: Saját számítás KSH adatok alapján

Az ábrából is látható, amit a koncentrációs tábla is mutatott, hogy az élelmiszer jellegű vegyes kiskereskedelem jóval koncentráltabb, mint az élelmiszer szak-kiskereskedelem.



4. ábra

Élelmiszer-, ital-, dohányáru kiskereskedelem

Forrás: Saját számítás KSH adatok alapján

3.3. A termelők és kereskedők kapcsolatának változása

A kereskedelmi láncok előretörésével a **termelő-kereskedő kapcsolatrendszere gyökeresen megváltozott**. A kereskedelmi láncok és az élelmiszertermelők kapcsolatrendszerében többnyire nem egyenrangú partnerek állnak egymással szemben. A kereskedő diktál és a termelőknek alkalmazkodniuk kell, mivel az élelmiszertermékek nagy része kevés kivételtől eltekintve (például Coca-Cola) az egymással helyettesíthető termékek kategóriájába tartozik. Az eladás tárgyává egyre inkább a termék + kondíciók együttese válik. A koncentráció következtében sok termelő áll szemben a kevés, nagyméretű kereskedelmi láncsal szemben. Az is igaz, hogy **a kedvezőtlen kondíciók ellenére is az élelmiszertermelők számára a láncoknak történő értékesítés nagy volumen elhelyezését teszi lehetővé. A kis- és középvállalkozások számára ezért a láncok csak regionális szinten, vagy specialitások és niche-termékek esetében kínálnak esélyt.** Az elmúlt években egyre több beszerzési társaság alakult az élelmiszerláncok összefogásával, tovább növelve a kereskedők amúgy is erősebb piaci alkupozióját és koncentrációját. A szerződéses fegyelem hiánya mindkét oldalon okozhat nehézséget.

A termelők és kereskedők kapcsolatának változását saját felmérés [Stauder, 1994 és in: Kürti et al., 2007] alapján vizsgáltam.

A vizsgálat célja és a vizsgált minta

Az Agrárgazdasági Kutató Intézet több mint másfél évtizede foglalkozik az élelmiszergazdaság kapcsolatrendszerével, az élelmiszer nagy- és kiskereskedelemmel, a termelők (mezőgazdasági és élelmiszeripari) és a kereskedők kapcsolatával. Egy 1994-es tanulmány [STAUDER, 1994] keretében sor került két kérdőíves megkérdezésre, egyrészt az élelmiszer-kereskedelem helyzetéről, másrészt az élelmiszeripari vállalatok és a kereskedők kapcsolatáról.

A 2007-es tanulmányban [KÜRTI et al.] három kérdőíves felmérés eredménye szerepel, de felhasználtam a lehetőséget arra is, hogy összehasonlítsam az 1994. évi felmérés eredményeit az azóta eltelt időszakban történt változásokkal.

A kérdőíves megkérdezés „célcsoportjai”: a mezőgazdasági termelők, az élelmiszer-feldolgozók és az élelmiszer-kereskedők. A vizsgálat azért terjed ki az agribusiness három szintjének szereplőire, mivel nemzetközi tapasztalatok szerint napjainkban már nem vállalatok versenyeznek, hanem az ellátási láncok, a termelőktől a fogyasztókig bezárólag és a siker a kooperáció erőségén is múlik.

A megkérdezés súlyponti kérdései a következők voltak:

1. a vertikális kapcsolat (beszerzési csatornák, értékesítési csatornák, kapcsolatrendszer);
2. az importnövekedés okai (külföldi tulajdon, EU-csatlakozás hatása);
3. javaslatok (exportnövekedés, a hazai élelmiszerfogyasztás bővülése).

Az importnövekedés okainak vizsgálatánál két kérdés külön hangsúlyt kapott a tanulmányban:

- az élelmiszeripar tulajdoni szerkezetének, tulajdonosi összetételének esetleges hatása az importra, valamint
- az importvédelem eszközei, a marketing alkalmazása a hazai termékek lehetséges fogyasztásbővítése céljából.

A kérdőíveket a KSH Cég-kódtár címlistája alapján küldtem ki 2006-ban, összesen 3000 cégnek (1000 mezőgazdasági termelő, 1000 élelmiszer-feldolgozó és 1000 élelmiszer-kereskedő). A Cég-kódtárban szereplő, mezőgazdasággal foglalkozó cégek (növénytermelés, állattenyésztés, illetve vegyes gazdasággal foglalkozó cégek) száma összesen 7733 volt. A következő szűrési kritérium a megyék szerinti megoszlás volt, majd következett az árbevétel szerinti szűrés, illetve arányosítás. Az egyes kategóriákban véletlenszerűen történt a mintaelemek kiválasztása. Az élelmiszeripari termelők (számuk összesen 4876 volt) szűrési kritériumai, illetve az arányosítás alapja: megye, szakágazat, valamint az

árbevétel kategóriák. Az élelmiszerkereskedelmi cégeknél (számuk összesen 20767 volt) a szűrési, illetve arányosítási kritérium a következő volt: megyénként, TEÁOR² szerint, valamint árbevétel kategória szerint.

A kérdőíves felmérés fő témakörei szélesebb skálát ölelnek fel, mint ami a disszertáció szempontjából számomra fontos, tehát ezt tájékoztató jellegűnek szánom (1. táblázat). A táblázatban szerepel a válaszok súlypontja, rövid összefoglalása is.

1. táblázat

A kérdőíves felmérés legfontosabb témakörei

| Kérdés | Mezőgazdasági termelők | Élelmiszeripari termelők | Élelmiszerkereskedők |
|--|--|--|---|
| Külföldi tulajdon hatása | Külföldi érdek Aránytalan verseny Konkurencia letörése | Hazai termék diszkriminálása Import gyenge minősége Piacszerzés cégfelvásárlás | Káros Hazai ellenes Kiszolgáltatottság |
| Kapcsolat az értékesítés vonatkozásában a többi piaci szereplővel, illetve a szállítókkal (jó kapcsolat rangsorolása) – 1 a legjobb | 1. Szállítók 2. Saját bolthálózat 3. Nagykereskedelem 4. Élelmiszeripar | 1. Saját bolthálózat 2. Szállítók 3. Kiskereskedelem | 1. Mezőgazdasági termelő 2. Kiskereskedő 3. Élelmiszeripari termelő |
| Kapcsolat minőségének indoklása (kereskedőkkel); említések rangsorolása | 1. Kiszolgáltatott 2. Jó 3. Változó | 1. Erőfölény 2. Túlkínálat 3. Kiszolgáltatottság | Általános válaszok, többnyire a beszerzésre vonatkoztak |
| A termelők és kereskedők kapcsolatában melyik fél az erősebb | Kereskedők (99) Mezőgazdasági termelők (7) | Kereskedők (140) Élelmiszerfeldolgozók (8) | Szállítók (89) Kereskedő (69) |
| Importnövekedés megakadályozása | Piaci szabályozás Piacvédelem Minőségi kontroll | Hazai termék/termelés védelme Állami ellenőrzés fokozása Multik szankcionálása Importkorlátozás Hazai termék reklámozása | Hazai áru védelme Import korlátozása Adminisztratív intézkedések |
| Exportfokozás lehetőségei, módja | Kormányzati szerepvállalás Reklám Marketing | Kormányzati szerepvállalás Marketing | Kormányzati szerepvállalás Minőség Marketing |

Forrás: Saját szerkesztés

² Tevékenységek Egységes Ágazati Osztályozási Rendszere

4. HIPOTÉZISVIZSGÁLAT

H1 Az élelmiszer-kereskedelmi rendszer átalakulására hatott egyrészt a rendszerváltozással bekövetkezett új helyzet és az élelmiszer-kereskedelem koncentrálódása, globalizálódása

Ahogy azt az értekezés 4.2.1. pontjában is leírtam, a rendszerváltozás után a privatizáció, a külföldi befektetések, a nemzetközi és multinacionális láncok fokozódó térnyerése, majd a magyar tulajdonú láncok kialakulása és felzárkózása alapvetően átalakította az élelmiszer-kereskedelem egészét. Bár az értekezés főleg a magyar tapasztalatokat írja le, de más vizsgálataim alapján is ugyanez a folyamat játszódott le az EU-hoz Magyarországgal együtt csatlakozó tagországokban is. A fokozódó koncentrációval és globalizációval ez a jelenség az egész világra kiterjed, lassabb, vagy gyorsabb tempóban a helyi történeti, kulturális adottságok részbeni megőrzésével együtt, de uniformizálttá teszi az élelmiszer-kereskedelmet a láncok vonatkozásában. Hipotézisem tehát teljes mértékben bizonyítást nyert.

H2 A termelők és a kereskedők kapcsolata gyökeresen megváltozott, de ehhez a termelői oldal alkalmazkodása nem történt meg a megfelelő mértékben

A rendszerváltozás óta bekövetkezett időszakban a termelők és kereskedők kapcsolata szintén gyökeresen megváltozott. Ez nem csak a nemzetközi és hazai láncok és/vagy nemzetközi vagy multinacionális élelmiszeripari cégek megjelenésével függ össze, hanem a kínálati piac jellegével is. A kínálati piac miatt a régi EU-tagországokban is a kereskedő az „erősebb” fél, ott azonban hosszabb idő állt rendelkezésre az alkalmazkodáshoz, így nem volt „sokkszerű” az átmenet. (Eredetileg a beszerzési társulások azért jöttek létre Németországban, hogy erősítsék pozíciójukat az élelmiszertermelőkkel szemben). Ezen túlmenően véleményem szerint a termelői oldal is a hagyományosan kialakult összefogás, szövetkezés révén erősebb volt (azzal együtt, hogy az sem csodaszemély, tehát nem old meg minden problémát). Ezt az is bizonyítja, hogy az EU Bizottság megrendelésére jelenleg is folynak intenzív elemzések, kutatások az ellátási lánc működésének javítása érdekében.

Az értekezés elkészítése során nyert tapasztalatok (szakirodalom, kérdőíves megkérdezés, személyes interjúk a termelőkkel és a feldolgozókkal, konferencia részvétel) alapján az a következtetést vontam le, hogy az alkalmazkodás, a szükségszerű együttműködés számos kívánnivalót hagy maga után, tehát az alapproblémák, elvárások a kereskedelemmel szemben a termelők részéről gyakorlatilag alig változtak. Ennek megfelelően hipotézisem tehát teljesült.

H3 A termelők és kereskedők viszonyában a termelői oldal erősítése szükséges a piacra jutási esélyek javítására

A hosszú évek óta folyó viták keretében a termelői oldal (mezőgazdasági alapanyag termelő és élelmiszer-feldolgozó) folyamatos igénye és kívánalma, hogy állami beavatkozással, szigorú szabályozással „fékezzék meg” a kereskedői oldalt. Nem volt az értekezés tárgya a versenyszabályozás, az etikai kódexek, a kereskedelem-szabályozás bemutatása, de ez irányú tapasztalataim alapján kiderült, hogy ez nem járható mód. A verseny akadályozásán, korlátozásán kívül többé-kevésbé szabályozzák a kereskedelmet az egyes EU-tagországok is. Léteznek etikai kódexek is, de alapvetően nem ez jelenti a „probléma” megoldását, mert egyrészt a termelői oldal retorziótól félve ritkán panaszolja be a kereskedői oldalt (ezt külföldi tapasztalatok is mutatják), másrészt a gyakorlatban az írásos szabályozás ellenére is széles játéktere van a feltételek alakításának az erősebb fél javára. Vizsgálataim konklúziója szerint elsősorban a termelők hazai és nemzetközi versenyképességét szükséges erősíteni piaci alkupozíciójuk javítása céljából. A hipotézis tehát bizonyítást nyert.

5. ÚJ KUTATÁSI EREDMÉNYEK

1. **Átfogóan vizsgáltam az élelmiszergazdaság belső kapcsolatrendszerét a rendszerváltozást követő időszakban.** Bizonyítottam, hogy a multinacionális élelmiszer-kiskereskedelmi láncok megjelenésével, illetve a magyar tulajdonú láncok fokozatos „erősödésével” a koordináció központja az élelmiszer-kereskedelem lett, ehhez kell alkalmazkodni a beszállítóknak. A tőkeerős beszállítók fontosnak tartják a kereskedelmi láncok által biztosított széles körű piaci jelenlétet. A nagyobb volumenű korlátozott földrajzi piacon értékesítő beszállítóknak szinte lehetetlen alternatív csatornákat, értékesítési lehetőségeket találni, ezért ragaszkodnak a gyakran késedelmes, de biztosan fizető kereskedelmi láncokhoz (a kétes háttérű kereskedőkkel való helyettesítés kockázatos). Mivel a magyarországi mezőgazdasági termelők és feldolgozók jellemzően nem prémium kategóriájú tömegtermékeket állítanak elő, maga a feldolgozóipar is erős versenynyomás alatt áll. A feldolgozóipar beszerzésének földrajzi piaca az alapanyagok szállíthatósága és szállítási költsége miatt viszonylag korlátozott. Ezzel szemben az értékesítési oldalon a magasabb hozzáadott-érték alacsonyabb fajlagos szállítási költségeinek köszönhetően egyre kiterjedtebb földrajzi piacra termel, ahol a potenciális vagy tényleges versenytársak növekvő számával kell versenyezni.
2. **Bemutattam és elemeztem a kereskedelmi koncentráció elméletét, valamint vizsgáltam a magyarországi élelmiszer-kiskereskedelem koncentrációját.** Ráműtött arra, hogy a szakirodalomban, szaksajtóban szereplő koncentrációs adatok elsősorban iránymutatásra szolgálnak, mivel az adatok nem összehasonlíthatóak teljes mértékben az eltérő bázisadatok, illetve az élelmiszer-kiskereskedelembe sorolt vállalatok vegyes termékértékesítési jellege miatt.
3. **Saját kutatásaim alapján (interjú, kérdőív) kimutattam, hogy az agribusines általam vizsgált szakaszaiban a termelők pozíciója kedvezőtlenül alakult, ezen belül is a fogyasztóktól legtávolabb álló mezőgazdasági termelők helyzete lett a legkritikusabb.** Tény azonban az is, hogy korábban nem volt együttműködési kényszer, mert a kooperáció hiányából fakadó versenyképességi problémákat elfedték a folyamatos, tűzoltó jellegű állami intézkedések.
4. A szektorok elemzéséből kiderül, hogy **a működőképes horizontális és vertikális integráció hiánya a gyenge versenyképesség egyik meghatározó oka.** Az integráció kérdésében nem a forma a meghatározó, mert a közös cél a kockázat minimalizálása és a hatékonyság javítása. A nemzetközi tapasztalatok alapján a folyamatosan változó gazdasági környezetben az integrált termékpálya rendszerek sikerebbek az egyéni gazdálkodásnál. Az integráció tehát méretgazdaságosság adta előnyök kihasználása mellett kockázatmegosztó és jövedelem-elosztó rendszer is.

6. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Az alapvető kérdés, hogy hogyan **változott, illetve hogyan is működik a gyakorlatban az ellátási láncként is felfogható agribusines**. Vizsgálataim azt mutatják, hogy számos területen léteznek koordinációs zavarok. A legfontosabb megállapítás, hogy a kooperációt minden szinten, de különösen a legsebezhetőbb szinten, az alapanyag termelés, vagyis a mezőgazdasági termelők szintjén erősíteni kell/kellene. Ez nemcsak az agrártermékek értékesítésének folyamatában, hanem az információ területén is igen fontos lenne. Nem felel meg a valóságnak, hogy nincs elegendő információ a mezőgazdaságban, habár gond van az információ eljuttatásával és a visszacsatolással. Ugyanakkor a mezőgazdasági termelők érdeklődése is aktívabb lehetne, az idegenkedés okai külön vizsgálatot érdemelnének. Az együttműködést a szakmai érdekképviseleti szervezetek között is létre kell hozni, mert a szűkös anyagi és intellektuális forrás tükrében csak közös erővel lehet választ adni a szakmapolitikai kihívásokra.

Az ellátási lánc hatékony működéséhez mikroszinten is akadnak tennivalók. Ezen a szinten is fokozottabban kellene figyelni a fogyasztói igények alakulására, változására, a nemzetközi piacok és természetesen a hazai piac igényeire, valamint az információs technológiák hihetetlen fejlődésére.

Az élelmiszer-kereskedelemben lezajlott folyamatok következtében az élelmiszertermelés számára két út áll nyitva, ha termékeiket értékesíteni kívánják:

- lépést tartanak a nemzetközi és hazai kereskedelmi láncok, a beszerzési társaságok kihívásaival;
- „nem veszik fel a kesztyűt”, megkísérik megkerülni a láncokat, alternatív értékesítési megoldásokat keresnek.

A kereskedelemben zajló változások révén kialakult helyzetet alapul véve a beszerzési társaságok, a kereskedelmi láncok által lefedett forgalom egyre dominánsabb, s egyre kisebb piaci részesedés jut a „kívülállóknak”. E szűkülő szegmens is biztosít életteret a megfelelően pozícionált termékekkel rendelkező élelmiszer-termelők számára, de csak korlátozott mértékben. A többségnek – akár tetszik, akár nem – szembe kell néznie a beszerzési társaságok, a láncok által diktált feltételekkel, amennyiben nem akarnak kiszorulni a piacról. Az alkalmazkodási kényszerre alaposan fel kell készülniük az élelmiszer-termelőknek, ezért tisztában kell lenniük:

- a termelők és a kereskedők marketing céljainak különbözőségével;
- a vállalati marketing gyakorlatukban előforduló hiányosságokkal;
- a beszerzési társaságok szigorú feltételrendszerével;
- az alkupozícióik erősítéséhez felhasználható marketing eszközökkel.

A vállalati „védekezési taktika” elemei lehetnek például a következők:

- termelői összefogás, gyártói márkaközösségek létrehozása;
- specialitásokra való koncentráció a napi termékek helyett a termékstruktúrában;
- kereskedelem centrikus értékesítési politika kialakítása;
- mentalitásbeli, módszertani, szervezeti alkalmazkodás.

A termelők (mezőgazdasági alapanyag termelők és élelmiszer-feldolgozók), valamint az élelmiszer-kereskedők kapcsolatában közel két évtized alatt sem történt mélyreható változás, egymás „alaposabb” megismerése, a termelők alkalmazkodása ellenére is egyre élesebb az ellentét. Ez összefügg az EU-csatlakozás utáni kedvezőbb import beszerzési lehetőségekkel, az általános (világ)gazdasági helyzet romlásával, az élelmiszerpiac telítődésével, a fogyasztó árérzékenységével egyrészt, másrészt pedig egyes fogyasztói szegmensek igényesebbé válásával.

Tapasztalataim alapján számomra a végkövetkeztetés: egyre szűkül a termelői oldal lehetősége a kereskedőkkel szemben és úgy tűnik, hogy még ezt sem tudják kihasználni, másrészt pedig a termelés versenyképességi hátrányait nem lehet a piac működésének korlátozásával (ahogy ez a termelők igénye) kiküszöbölni vagy enyhíteni.

A saját felmérésekből kiderülnek a gyenge versenyképesség konkrét okai:

- strukturális problémák az alapanyag termelésben és az élelmiszerfeldolgozásban;
- az állattartás és a húsipar kibocsátásának a visszaesése;
- kihasználatlan műszaki kapacitások, gyenge műszaki színvonal;
- a megfelelő reagálás hiánya a piaci folyamatokra;
- a nem elégséges vállalati marketing (de ugyanez elmondható a közösségi agrármarketingre is).

Mindez azonban nem jelenti azt, hogy le kell mondanunk a mezőgazdasági vagy élelmiszeripari termelés nagy hányadáról. A mezőgazdaság esetében az Európai Unió deklarálja, hogy az élelmezés-biztonság prioritás marad Európában. A kérdés azonban úgy vetődik fel, hogy a magyarországi mezőgazdaság és élelmiszeripar az éles uniós és globális versenyben mennyire képes „talpon maradni”, ezen túlmenően milyen lehetőségek adódnak a versenyből kiszorulóknak részére.

Az eredmények gyakorlati hasznosíthatósága:

Az értekezés témaköre eleve gyakorlatorientált, de több évtizedes kutatómunkám során törekedtem arra is, hogy a tanulmányok ne csak az elméleti szakemberek, hanem a szakmai érdekképviseletek, az agrár-felsőoktatás,

a kutatás mellett a termelők számára is hasznosíthatóak legyenek. A mindennapok gyakorlatában ugyanis a termelők szembesülnek az élelmiszerek disztribúciós rendszerének átalakulásával és hatásával mind hazai, mind pedig nemzetközi szinten.

A kérdőíves felméréssel az volt a célom, hogy az elmélet és a gyakorlat közötti szakadék „áthidalása” mellett az összegyűjtött és feldolgozott információk közreadásával az élelmiszer ellátási lánc szereplői közötti együttműködést elősegítsem, látásmódjukat, formáljam, egymáshoz közelítsem.

A kutatást a következő súlyponti területeken lehetne folytatni, tovább bővíteni:

- az ellátási láncon belüli koordinációs összefüggések részletes vizsgálata;
- az élelmiszer-kiskereskedelem beszerzési politikájának vizsgálata, különös tekintettel a nemzetközi összehasonlító elemzésekre;
- a gyártói márka versus kereskedelmi márka kérdéskörének sokoldalúbb, mélyebb vizsgálata.

HIVATKOZOTT FORRÁSOK

1. KERÉKGYÁRTÓ GY-NÉ – MUNDRUCZÓ GY. – SUGÁR A. [2003]: Statisztikai módszerek és alkalmazásuk a gazdasági, üzleti elemzésben. Aula Kiadó, Budapest
2. KÜRTHY A. – STAUDER M. – WAGNER H. – KÜRTHY GY. [2007]: A magyar élelmiszergazdasági import dinamikus növekedésének okai. Agrárgazdasági Tanulmányok 4., Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest, 131 p.
3. LEHOTA J. [2002]: A búzaszektor intézményi elemzése és jellemzői. Gazdálkodás, XVI. évf. 6. szám, 23-33. pp.
4. VARGA T. (szerk.) – TUNYOGINÉ NECHAY V. (szerk.) – MIZIK T. (szerk.) [2007]: A mezőgazdasági árképzés elméleti alapjai és hazai gyakorlata. Agrárgazdasági Tanulmányok 2. sz., Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest, 184 p.
5. POPP J. (szerk.) – POTORI N. (szerk.) – UDOVECZ G. (szerk.) – CSIKAI M. (szerk.) [2009]: A versenyesélyek javításának lehetőségei a magyar élelmiszergazdaságban. Szaktudás Kiadó Ház Zrt., 164 p. ISBN: 978 963 9935 03 07

PUBLIKÁCIÓK

Publikációk az értekezés témakörében

Könyv, könyvrészlet

1. **Stauder M.**: Az élelmiszerkereskedelem alakulása és az élelmiszerforgalom változása fejezet. In: A magyar agrárgazdaság a rendszerváltástól az Európai Unióig. (Szerk. Kapronczai I.) Szaktudás Kiadó Ház. Budapest, 2003. pp. 113-116. ISBN 963 9553 16 6
2. Juhász A. – Seres A. – **Stauder M.**: A kereskedelem koncentrációja. ETO-Print Nyomda. Budapest, 2008. 135 p. ISBN 978 963 06 5017-5

Tudományos folyóiratok (magyar nyelven)

1. **Stauder M.**: Az élelmiszer-kereskedelem Ausztriában. Gazdálkodás 1990. 10. pp. 7-11.
2. **Stauder M.**: A marketingeszközök alkalmazása Ausztriában. Gazdálkodás 1990. 12. pp. 26-29.
3. **Stauder M.**: A magyarországi élelmiszer-gazdaság gyakorlati marketing feladata az új Európában. Gazdálkodás 1991. 4. pp. 66-67.

4. Kartali J. – **Stauder M.**: Importpolitika és importforgalom az élelmiszer-gazdaságban I-II. Marketing & Menedzsment 1997. 1-2. pp. 58-62. és 20-24.
5. Gábor J. – **Stauder M.**: Az elektronikus kereskedelem nemzetközi és hazai tapasztalatai. Gazdálkodás XLVI. évf. 2002. 4., pp. 30-35.
6. Juhász A. – Seres A. – **Stauder M.**: A kereskedelmi koncentráció módszertanának néhány kérdése. Marketing & Menedzsment XXXIX. évf. 2005. 2. pp. 59-74.
7. Juhász A. – Seres A. – **Stauder M.**: A kereskedelmi koncentráció hatásának egyes kérdései. Közgazdasági Szemle LII. évf. 2005. október pp. 774-794.
8. Seres A – **Stauder M.**: A koncentráció néhány tendenciája Németország és Ausztria kiskereskedelmében. Marketing & Menedzsment, XL. évf. 2006. 1. pp. 52-63.
9. Seres A. – **Stauder M.**: A németországi élelmiszer-kereskedelem koncentrációjának következményei. Gazdálkodás 51. évf. 2007. 3.pp. 77-80.
10. Juhász A. – Seres A. – **Stauder M.**: A kisárutermelés lehetséges válaszai az élelmiszer-kereskedelem koncentrációjára. Gazdálkodás 52. évf. 2008. 2. pp. 177-181.

Tudományos folyóiratok (idegen nyelven)

1. **Stauder, M.**: Trading problems with grain and processed feeds. Abstracts of selected publications issued in 1986 AKI Bulletin No. 66/1987, Budapest, pp. 157-158., ISBN 963 491 2443, HU ISSN 0541-9417, HU ISSN 0230-0826
2. Kartali, J. – Orbán Nagy, M. – **Stauder, M.** – Szűcs, M.: Vegetables and fruits marketing; prices, costs and losses. Abstracts of selected publications issued in 1991 and research tasks for 1992, AKI Bulletin No. 78, Budapest, 1992, pp. 17-19., ISBN 963491 3164
3. **Stauder, M.** – Wagner, H.: Contribution to the potential ways and means of enhancing agricultural exports. Abstracts of selected publications issued in 1995, AKI Bulletin, No. 89, Budapest, 1996, pp. 58-61., HU ISSN 1216-5867, HU ISSN 0230-0826
4. Kartali, J. – **Stauder, M.**: Import policy and import trade in the food economy. Abstracts of selected publications issued in 1997, No. 90, Budapest, 1997, pp. 83-86., HU ISBN 1516-55
5. J. Kartali – A. Juhász – J. Gábor – **M. Stauder**: Marketing aspects of the preparation of Hungarian agriculture and food industry for EU-accession.

Studies in Agricultural Economics No. 93, Abstracts of selected publications issued in 1999, AKII, Budapest, 2000, pp. 23-30., HU ISSN 1418-2160, HU ISSN 0230-0826

6. J. Gábor – **M. Stauder**: Changes in the connection of market chains and food producers. Studies in Agricultural Economics No. 93, Abstracts of selected publications issued in 1999, AKII, Budapest, 2000, pp. 55-60., HU ISSN 1418-2160
7. **M. Stauder**: Development of food distribution systems in Hungary with a special view at trade logistics. Studies in Agricultural Economics No. 95, Abstracts of selected publications issued in 2000, AKII, Budapest, 2001, pp. 99-101., HU ISSN 1418-2160, HU ISSN 0230-0826
8. J. Gábor, A. Juhász, M. Orbánné Nagy, **M. Stauder**: The marketing strategy of the poultry sector. Studies in Agricultural Economics No. 96 Selected publications issued in 2001, AKII, Budapest 2001, pp. 75-84., HU ISSN 1418-2106
9. **M. Stauder**, H. Wagner: Issues concerning the upstream and downstream sectors of animal feed products. Studies in Agricultural Economics No. 97 Summaries of studies published in Hungarian in 2001, AKII, Budapest, 2002, pp. 27-30., HU ISSN 1418-2106, HU ISSN 0230-0826
10. Kapronczai (Ed.) – Alvincz J. – Bognár I. – Erdész F-né – Kamarásné Hegedűs N. – Kapronczai I. – Kartali J. – Kertész R. – Radóczné Kocsis T. – **Stauder M.** – Tóth E.: Hungary in the decade prior to EU accession, analysing the data (1990-2002) Agro-economic Information 2004. English, Research and Information Institute for Agricultural Economics, Budapest, 179 p., HU ISSN 1418 2130, ISBN 963 491 460 8
11. A. Juhász – A. Seres – **M. Stauder**: Methodological issues of retail concentration. Studies in Agricultural Economics 2005 No. 103. Research Institute for Agricultural Economics, Budapest, pp. 71-92., HU ISSN 1418 2106
12. A. Juhász – A. Seres – **M. Stauder**: Business concentration in the Hungarian food retail market, Studies in Agricultural Economics 2008 No. 108 Research Institute of Agricultural Economics, Budapest, pp. 67-80., HU ISSN 1418-2106

Tudományos konferencia előadás kiadványban megjelenítve (magyar nyelven)

1. **Stauder M.**: Az élelmiszerek disztribúciós rendszerének fejlődése, különös tekintettel a kereskedelmi logisztikára. Törpék és óriások az ellátási láncban. Az MLBKT VIII. éves kongresszusa. Balatonfüred 2000. november 8-10. Előadáskötet pp. 55-70.

2. ***Stauder M.***: Elektronikus kereskedelem és logisztika az agribusinessben. Jövőképek, megoldások – az új évezred logisztikája. Az MLBKT IX. kongresszusa. Balatonfüred, 2001. november 7-9. Előadáskötet, pp. 107-114.
3. ***Stauder M.***: A sertés ágazat külpiaci versenyképessége marketing megközelítésben. IX. Nemzetközi Agárökonómiai Tudományos Napok, Gyöngyös, 2004. március 25-26. konferencia CD

**Tudományos konferencia előadás kiadványban megjelenítve
(idegen nyelven)**

1. ***M. Stauder***: Foreign trade of agricultural and food industry products in Hungary. Sborník Prací z vědecké konference E/K – 1997 Agrární Perspektivy VII. Agrární obchod a evropská integrace, Praha, 23.-24. září 1997, pp. 63-69.
2. ***M. Stauder***: Logistics of Food Trade in Hungary in: E-commerce and Electronic Markets in Agribusiness and Supply Chains. Proceedings of the 75th EAAE Seminar February 14-16. Bonn Edited by Schiefer, G., Helbig, R., Rickert, U. 2001, Universität Bonn-ILB, Germany, pp. 277-283., ISBN 3-932887-23-9
3. ***M. Stauder***, J. Gábor: Agricultural marketing and new developments (e-commerce) in Hungary. Agricultural Enterprises in Transition. Parallels and divergences in Eastern Germany, Poland and Hungary. Wissenschaftsverlag VAUK Kiel KG 2002 pp. 293-304., ISSN 1436-221X
4. ***M. Stauder***: E-commerce in Hungary (case of agricultural and food trade) Competitiveness of National Economies and the Efficient Integration into the European Union International Conference Supported by the European Commission DG Enlargement PHARE/2003/064-816 Editors: Maria Birsan and Tiiu Paas Cluj-Napoca, 2003, pp. 307-314., ISBN 973-8254-42-6
5. Juhász A. – Seres A. – ***Stauder M.***: Relationships between SME food suppliers and retailers in Hungary 88th Seminar EAAE: Retailing and Producer-Retailer Relationships in the Food Chains, Paris, May 5-6, 2004, Konferencia CD
6. Juhász A. – Seres A. – ***Stauder M.***: Relationships between SME food suppliers and retailers in Hungary 88th Seminar EAAE: Retailing and Producer-Retailer Relationships in the food Chains, Paris, May 5-6, 2004, Abstracts
7. A. Juhász and ***M. Stauder***: Hungarian food retailing: concentration, polarization and a new entrant. IAMO-Forum 2005. How effective is the invis-

ible hand? Agricultural and food markets in Central and Eastern Europe. Stephan Brosig and Heinrich Hockmann (Eds.) June 16-18, 2005 Halle (Saale) ISBN 3-938584-02-5 Konferencia CD

8. **M. Stauder**: Private labels in the food retailing with special regard to the supplier-retailer relationships. The impact of European integration on the national economy. Marketing. Babeş-Bolyai University of Cluj-Napoca Faculty of Economics and Business Administration 28-29 October 2005, Cluj-Napoca-Romania, Editor: Cristian Dabija, pp. 319-327., ISBN 973-751-083-6
9. A. Juhász and **M. Stauder**: Concentration in Hungarian Food Retailing and Supplier-Retailer Relationships, IAAE 2006 Australia, 26th Conference of the International Association of Agricultural Economists, 12-18 August 2006, Contributions of Agricultural Economics to Critical Policy Issues, Brisbane, Australia, Konferencia CD
10. **M. Stauder**: Concentration and Internalisation of Food Retailing in Hungary and Changes in the Relationship between Producers and Retailers. Globalism, Globality, Globalisation. Ten Years of European Studies in Cluj. Proceedings of the International Conference organised in Cluj-Napoca, Romania, 21-23 October 2004. European Studies Foundation Publishing House Cluj-Napoca, 2006. pp. 560-569., ISBN-10 973-7677-22-6
11. **M. Stauder**: Österreich als Zielmarkt des ungarischen Agrarexports. Neue Impulse in der Agrar-und Ernährungswirtschaft?! 18. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie Tagungsband 2008 Adolf v. Guttenberghaus Universität für Bodenkultur Wien. Wien, 18. – 19. September 2008 Konferencia kötet, pp. 151-152

Egyéb folyóiratok

Hazai

1. **Stauder M.**: Az élelmiszerek disztribúciós rendszerének fejlődése, különös tekintettel a kereskedelmi logisztikára. OMIKK – Logisztika, 2001/1. pp. 40-46.
2. Kartali J. – Juhász A. – König G. – Kürti A. – Orbánné Nagy M. – **Stauder M.** – Wagner H.: A főbb agrárágazatok termékeinek piacrajutási esélyei és feltételei az EU-csatlakozás küszöbén, Élelmezési Ipar LVIII. évf. 2004. 7., pp. 193-197.
3. Wagner H. – Kürthy Gy. – Kürthy A. – **Stauder M.**: A magyar élelmiszer-gazdasági import EU-csatlakozás utáni növekedésének okai. Élelmezési Ipar LXI. évf. 2007. 9. pp. 257-266.

Külföldi

1. **M. Stauder**: Der österreichische Agrar- und Lebensmittelhandel und das Agrarmarketing. Monatsberichte über die österreichische Landwirtschaft Heft 2/1990. Wien pp. 136-140.
2. **M. Stauder-Réder** – H. Wagner: Probleme und Möglichkeiten einer Ausweitung des ungarischen Agrarexports. Monatsberichte über die österreichische Landwirtschaft 1/96 Wien pp. 37-44.
3. **M. Stauder**: Foreign Trade of Agricultural and Food Industry Products in Hungary. Zemědělská Ekonomika Rečník 44 Praha Brezen 1998 (3), pp. 97-99.
4. Gábor, J., **Stauder, M.**: Die Lage des Lebensmittelhandels in Ungarn. Monatsberichte über die österreichische Landwirtschaft 11/99, Wien, pp. 774-788.
5. Gábor, J., **Stauder, M.**: Der Ressourcenbedarf des ungarischen Lebensmittelhandels zur Erreichung der EU-Reife. Monatsberichte über die österreichische Landwirtschaft 11/99, Wien, pp. 789-797.

Egyéb nyomtatásban megjelent publikáció

Magyar nyelvű

1. Sirola M. – Steiner L. – **Stauder M.**: Élelmiszer-marketing tapasztalatok az NSZK, az USA és Japán gyakorlata alapján. Agrárgazdasági Kutató Intézet kiadványa, Budapest, 1988, 163 p.
2. **Stauder M.**: Élelmiszertermelés és kereskedelem az ázsiai NIC országokban. Agrárgazdasági Kutató Intézet kiadványa, Budapest, 1989. 62. p.
3. **Stauder M.** – Kartali J. – Orbánné Nagy M. – Gábor J.: Hasznosítható nemzetközi tapasztalatok az élelmiszerkereskedelem és marketing területről. Agrárgazdasági Kutató Intézet kiadványa, Budapest, 1991. 1., 171 p., HU ISSN 0209 5696, ISBN 963 491 303 2
4. **Stauder M.**: Az élelmiszerkereskedelem helyzete, szervezeti rendszere, privatizáció. AKII kiadvány, Budapest, 1994. 88 p.
5. **Stauder M.** – Wagner H.: Adalékok az agrárexport fokozásának lehetséges módszereiről és eszközeiről. AKII tanulmány, Budapest, 1995, 96 p.
6. Kartali J. – **Stauder M.**: Importpolitika és importforgalom az élelmiszer-gazdaságban. AKII kiadvány, Budapest, 1996, 102 p.
7. Kartali J. – Orbánné Nagy M. – **Stauder M.**: Mezőgazdasági és élelmiszeripari termékek versenyképességének marketing szemléletű vizsgálata. AKII tanulmány, Budapest, 1997, 120 p.

8. Gábor J. – **Stauder M.**: A kereskedelmi láncok és az élelmiszertermelők kapcsolatának változásai. Agrárgazdasági Tanulmányok, 1999. 1., AKII, Budapest, 91 p., HU ISSN 1418 2122, ISBN 963 491 385 7
9. Gábor J. – Juhász A. – Kartali J. – Orbánné Nagy M. – **Stauder M.** – Szabó M. – Vissyné Takács M. – Wagner H.: A magyar mezőgazdaság és élelmiszeripar EU-érettségének piaci és kereskedelmi vonatkozásai, Agrárgazdasági Tanulmányok 1999. 15., AKII, Budapest, 102 p., HU ISSN 1418 2122, ISBN 963 491 402 0
10. Gábor J. – **Stauder M.**: Az élelmiszertermelők alkupozíciójának marketing eszközökkel történő erősítése. FVM K+F pályázat, 2000, 72 p.
11. **Stauder M.**: Az élelmiszerek disztribúciós rendszerének fejlődése, különös tekintettel a kereskedelmi logisztikára. Agrárgazdasági Tanulmányok 2000. 8. AKII, Budapest, 58 p., HU ISSN 1418 2122, ISBN 963 491 415 2
12. **Stauder M.**: Élelmiszerkereskedelem. In: Beszállítói, feldolgozó és értékesítési program a Közép-magyarországi Régió agrártermelői számára. Készült a Közép-magyarországi Regionális Fejlesztési Tanács megbízásából. AGRI-LÁNC konzorcium. AKII-MTA RKK, Budapest, 2001. október, Háttér tanulmány, 19 p.
13. Gábor J. – **Stauder M.**: Az agrártermékek kereskedelmének új irányzatai, különös tekintettel az elektronikus kereskedelemre. Agrárgazdasági Tanulmányok 2002. 2. AKII Budapest, 87 p., HU ISSN 1418 2122, ISBN 963 491 439X
14. **Stauder M.**: Az agrár- és élelmiszertermékek belföldi kereskedelme a kilencvenes években és napjainkban. Agrárgazdasági Tanulmányok 2003. 6. AKII, Budapest, 100 p. ISBN 963 491 4543
15. Kartali J. (Szerk. is) – Juhász A. – König G. – Kürti A. – Orbánné Nagy M. – **Stauder M.** – Wagner H.: A főbb agrártermékek piacra jutásának feltételei az EU-csatlakozás küszöbén. I. Növényi termékek. Agrárgazdasági Tanulmányok 2004. 1. Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest, 154 p., HU ISSN 1418 2122, ISBN 963 491 461 6
16. Kartali J. (Szerk. is) – Juhász A. – König G. – Kürti A. – Orbánné Nagy M. – **Stauder M.** – Wagner H.: A főbb agrártermékek piacra jutásának feltételei az EU-csatlakozás küszöbén. II. Állati termékek. Agrárgazdasági Tanulmányok 2004. 2. Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest, 118 p., HU ISSN 1418 2122, ISBN 963 491 462 4
17. Juhász A. – Seres A. – **Stauder M.**: A kereskedelmi koncentráció módszertana. Magyar Tudományos Akadémia Közgazdaságtudományi Intézet. Műhelytanulmányok MT-DP. 2004/16 Budapest, 42 p., HU ISSN 1785-377X, ISBN 963 9588 16 4

18. Juhász A. – Seres A. – **Stauder M.**: A kereskedelmi koncentráció tendenciái. Magyar Tudományos Akadémia Közgazdaságtudományi Intézet. Műhelytanulmányok MT-DP. 2005/7, Budapest, 85 p., HU ISN 1785-377X, ISBN 963 9588 48 2
19. Juhász A. (Szerk.) – Béládi K. – Juhász A. – Kertész R. – Kőnig G. – Kürti A. – **Stauder M.**: Piaci erőviszonyok alakulása a belföldi élelmiszerpiac szereplői között. Agrárgazdasági Tanulmányok 2005. 3., Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest, 141 p., HU ISSN 1418 2122, ISBN 963 491 476 4
20. Popp J.(Szerk is.) – Bánáti D. (Szerk. is) – Kürthy Gy. – Kürti A. – **Stauder M.**: Élelmiszer-biztonság a nemzetközi kereskedelem tükrében. Agrárgazdasági Tanulmányok 2006. 1., Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest, 141 p., HU ISSN 1418 2122, ISBN 963 491 483 7
21. Kürti A. – **Stauder M.** – Wagner H. – Kürthy Gy.: A magyar élelmiszer-gazdasági import dinamikus növekedésének okai. Agrárgazdasági Tanulmányok 2007. 4., Agrárgazdasági Kutató Intézet, 126 p., HU ISSN 1418 2122, ISBN 978 963 491 506 5
22. Kartali J. (Szerk. is) – Juhász A. – Kőnig G. – Kürti A. – Orbánné Nagy M. – **Stauder M.** – Wagner H.: A magyar agrártermelés piaci lehetőségeit veszélyeztető versenytársak várható magatartása. Agrárgazdasági Információk 2007. 2., Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest, 273 p., HU ISSN 1418 2130, ISBN 978 963 491 502 7
23. Kartali J. (Szerk.) – Györe D. – Juhász A. – Kartali J. – Kőnig G. – Kürti A. – Nyárs L – Radóczné Kocsis T. – **Stauder M.** – Varga E. – Vőneki É. – Wagner H.: A magyar élelmiszer-gazdasági export célpiacai és logisztikai helyzete. Agrárgazdasági Tanulmányok 2008. 1., Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest, 82 p., HU ISSN 1418 2122, ISBN 978 963 491 515 7
24. Juhász A. – Kürti A. – Seres A. – **Stauder M.**: A kereskedelem koncentrációjának hatása a kisárutermelésre és a zöldség-gyümölcs kisárutermelők alkalmazkodására. Helyzetelemzés. Műhelytanulmányok. Magyar Tudományos Akadémia Közgazdaságtudományi Intézet, Budapest MT-DP-2008/2., 59 p., HU ISSN 1785-377X, ISBN 978-963-9796-08-9
25. Kartali J. (Szerk.) – Györe D. – Juhász A. – Kartali J. – Kőnig G. – Kürti A. – Nyárs L. – Radóczné Kocsis T. – **Stauder M.** – Varga E. – Vőneki É. – Wagner H: Élelmiszer-gazdasági kivitelünk legfontosabb célpiacai Agrárgazdasági Információk, AKI, Budapest, 2008. 1., 200 p., HU ISSN 1418 2130, ISBN 978 963 491 513 3

26. Kartali J. (Szerk.) – Györe D. – Juhász A. – Kartali J. – Kőnig G. – Kürthy Gy. – Kürti A. – **Stauder M.**: A hazai élelmiszer-kiskereskedelem struktúrája, különös tekintettel a kistermelők értékesítési lehetőségeire. Agrárgazdasági Tanulmányok, AKI, Budapest 2009. 2. szám, 138 p., HU ISSN 1418 2122, ISBN 978 963 491 532 4

Egyéb publikációk

Hazai tudományos folyóiratok

1. **Stauder M.** – Szabó M.: Az Európai Közösséghez való csatlakozás várható következményei Ausztria mezőgazdaságára. *Gazdálkodás* 1991. 7-8. pp. 101-111.
2. Bebiák M. – Istók B. – **Stauder M.**: Hozzászólás a magyartarka témához. *Gazdálkodás* XXXV. évf. 1991. 12. pp. 59-61.
3. Kartali, J. – **Stauder, M.**: Foodstuff trade in the EC-countries. Abstracts of selected publications issued in 1991 and research tasks for 1992, AKI Bulletin No. 78, Budapest, 1992, pp. 20-21., HU ISSN 0541 9417, ISBN 96 3491 3164

Tudományos konferencia előadás kiadványban megjelenítve

1. **M. Stauder**: Rural development in Hungary. Előadaskötet Rural space and regional development. Konferencia előadaskötet Rural space and regional development. Kiadó: Vasile Surd, Cluj, 1999 Symposium Cluj-Turda-Mițești 2-4. July 1998 pp. 167-170., ISBN 973-988-37-2-9
2. **M. Stauder**: Regional development and land use in Hungary. Proceeding of the Seminar RIAFE 12-16 October 1998 Tatranská Lomnica, Slovak Republic, Bratislava 1998, pp. 74-79., ISBN 80-8058-092-8
3. **Stauder M.** – Tóth E.: Diversifizierung von Erwerbsmöglichkeiten auf dem Lande am Beispiel Ungarn. Landwirtschaft und ländliche Räume – Außenseiter des Transformationsprozesses in den Ländern Südosteuropas? Herausgegeben von Frank-Dieter Grimm und Elke Knappe Südosteuropa-Gesellschaft e.V. München 2001, pp. 83-96., ISBN 3-925450-920
4. **Stauder M.**: Local governments and co-operation in the border region of Western Hungary, 73rd EAAE Seminar Policy Experiences with Rural Development in a Diversified Europe, Ancona – Faculty of Economics, June 28-30, 2001, Konferencia CD
5. **M. Stauder**: Ungarn – Agrarstrukturen im Wandel. Agrarische Rundschau, Sonderheft des 30. internationalen Symposiums „EU-Erweiterung – Positionen der österreichischen und europäischen Landwirtschaft“,

veranstaltet von der Bundesanstalt für Agrarwirtschaft und dem Ökosozialen Forum Österreich. Wien, August 2001, pp. 73-78.

6. Popp J. – **Stauder M.**: Land market in Hungary. Utilization of Agricultural Land in Connection with the Accession of Slovak Republic to the EU. Proceeding of the Seminar RIAFE 7-11 October 2002, Vel'ká Lomnica, Slovak Republic, Bratislava 2002, pp. 90-97., ISBN 80-8892-49-4
7. **Stauder M.**: Az EU-csatlakozással kapcsolatos kommunikáció agrárvevőletei – osztrák tapasztalatok. Nyugat-Magyarországi Egyetem Mezőgazdaság- és Élelmiszertudományi Kar Mosonmagyaróvár. Európai Unió Oktatási Központ. Gazdálkodók esélyei az Európai Unióban. EU-napi konferencia 2003. május 8-9. Konferencia CD
8. J. Popp, Gy. Kürthy, **M. Stauder**: Non-trade Concerns and their taking into Consideration in Hungarian Agricultural Policy. Annals of The Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists. Vol. V No. 6. Warsaw-Poznan-Koszalin, 2003. pp. 77-83. ISSN 1508-3535

Egyéb folyóiratok

Hazai

1. Gábor J. – **Stauder M.**: Osztrák tapasztalatok az EU-csatlakozással kapcsolatos kommunikáció terén. Az Európai Unió Mezőgazdasága, 1999. 1-2., pp. 20-25.
2. **Stauder M.**: Osztrák tapasztalatok, magyar tanulságok. Magyar Mezőgazdaság 2004. 7., pp. 6-8.

Külföldi

1. J. Kartali – **M. Stauder**: Bodeneigentumverhältnisse, Privatisierung und Ausbau des Agrarmarktes in Ungarn. Monatsberichte über die österreichische Landwirtschaft Heft 12/1990. und 1/1991. Wien, pp. 876-885. és 45-61.
2. **M. Stauder-Réder**: Sorgen und Aussichten der heutigen ungarischen Landwirtschaft. Ländlicher Raum, 1/93, Wien, pp. 9-10.
3. **M. Stauder-Réder**: Sorgen und Aussichten der heutigen ungarischen Landwirtschaft. Österreich in Geschichte und Literatur mit Geographie Heft 2 (269) 1994 pp. 97-104.
4. **M. Stauder**: Ungarn: Agrarstrukturen im Wandel. Agrarische Rundschau Dezember 2000, Wien, pp. 31-36.
5. **Stauder M.**: Regional Development and Land Use in Hungary, Regional Economy, 2001. 1., Lviv, pp. 155-158.

6. **M. Stauder**: Grenzlandentwicklung in Westungarn. In: Die Grenzgebiete Österreichs und seiner östlichen Nachbarn. Franz Greif (hrsg.) Bundesanstalt für Agrarwirtschaft Schriftenreihe Nr. 91, Wien, 2001. pp. 73-82.
7. J. Gábor – Gy. Kürthy – **M. Stauder**: Ungarn an der Schwelle zur EU-Mitgliedschaft. Agrarische Rundschau, 2002. 1., Wien, pp. 4-6.
8. J. Popp – **M. Stauder**: Land market in Hungary. Zemědělská Ekonomika vol. 49, 2003 (4), pp. 173-178.
9. **M. Stauder**: Rural development in Hungary before and after the EU-accession. Academia Română Institutul de Cercetări Economice „Gheorghe Zane” – Iași (The Yearbook of the „Gheorghe Zane” Institute of Economic Researches – Jassy) Extras Tomul 15 2006 Editura Academiei Române, pp. 69-79.

Egyéb nyomtatásban megjelent publikáció

Magyar nyelvű

1. Dorgai L. – Kovács G. – **Stauder M.** – Tóth E. – Varga Gy.: Mezőgazdaságunk üzemi rendszere az EU tapasztalatainak tükrében. Agrárgazdasági Tanulmányok, 1999. 8., AKII, Budapest, 112 p., HU ISSN 1418 2122, ISBN 963 491 395 4
2. Gábor J. – Juhász A. – Orbánné Nagy M. – **Stauder M.**: A baromfi ágazat marketing stratégiája. Agrármarketing Centrum pályázata, Budapest, 1999, 162 p.
3. **Stauder M.** – Wagner H.: A takarmány termékpálya problémái. Agrárgazdasági Tanulmányok, 2001. 3. AKII, Budapest, 94 p., HU ISSN 1418 2122, ISBN 963 491 428 4
4. Dorgai L. – Gábor J. – Juhász A. – Kartali J. – Kürthy Gy. – Orbánné Nagy M. – **Stauder M.** – Szabó M. – Wagner H.: A WTO tárgyalások magyar agrárgazdaságot érintő 2001. évi fejleményei. Agrárgazdasági Tanulmányok 2002. 6. AKII, Budapest, 130 p., HU ISSN 1418 2122, ISBN 963 491 443 8
5. Popp J. (Szerk.) – Potori N. (Szerk.) – **Stauder M.** – Wagner H.: A takarmánytermelés és -felhasználás elemzése, különös tekintettel az abrak-takarmány-keverékek gyártására. Agrárgazdasági Tanulmányok 2005. 5., Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest, 157 p., HU ISSN 1418 2122, ISBN 963 491 478 0
6. Juhász A. – Kartali J. – König G. – Orbánné Nagy M. (szerk.) – **Stauder M.**: Az élelmiszeripar strukturális átalakulása (1997-2005). Agrárgazdasági Tanulmányok 2006. 3. Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest, 131 p. HU ISSN 1418 2122, ISBN 963 491 487 X

