SERES ANTAL

A hazai kiskereskedelem koncentrációja és az önálló mikrovállalkozások, kisboltok helyzete, jövője[1]

A hazai bolti kiskereskedelemben az 1989-et követő átalakulási és privatizációs folyamatban nagymértékű dekoncentrációs és decentralizációs folyamat zajlott le, a kilencvenes évek közepétől viszont főként a multinacionális vállalatok terjeszkedése miatt egyre erősödő koncentrációs folyamat vette kezdetét. OTKA kutatásunk keretében 1999. és 2003. között a működő (adózó) vállalatok teljes körű KSH adatbázisa, illetve annak feldolgozása alapján vizsgáltuk a hazai bolti kiskereskedelem vállalati koncentráltságának trendjeit és mértékét az értékesítési tevékenységben, és annak hatását a mikrovállalkozásokra, kisboltokra. A vizsgált időszak alkalmazásának nem elvi, hanem gyakorlati okai voltak. Erre az időszakra állt rendelkezésre összehasonlítható teljes körű vállalati adatbázis. Ezt kiegészítettük az azóta megfigyelhető tendenciákkal.

Az összes bolti kiskereskedelmet (ágazati szint, illetve ágazati átlag), és azon belül nyolc szakágazatot elemeztünk a gazdasági tevékenységek egységes ágazati osztályozási rendszere fő tevékenység szerinti besorolása alapján. Az elemzés nem terjedt ki valamennyi szakágazatra, ezért az ágazati szint nem azonos a vizsgált szakágazatok átlagával, illetve összegével.

Az elemzést koncentrációs táblával végeztük. A mikrovállalat-kisvállalat- középvállat-nagyvállalat, illetve ezek létszám-kategóriái szerinti csoportosításban (0–49 fő=kisvállalat, ezen belül 0–9 fő=mikrovállalat, 50–249 fő=középvállalat, 250 főtől nagyvállalat) vizsgáltuk a vállalatok számának és nettó árbevételének megoszlását. A mikrovállalat kategórián belül még egy, 0–5 főig terjedő létszám-kategóriát is kialakítottunk, mert a kereskedelmi vállalkozások döntő többsége ebbe tartozik. A mikrovállalkozások vizsgálata egyben a kisboltok vizsgálatát is jelenti, mert döntő többségüknél egy bolt az egyben egy vállalat.

A számbeli és árbevételi részesedés összevetése alapján ágazati szinten a koncentráció mértéke folyamatosan és jelentősen növekedett. (1. táblázat)

Ebből adódóan az igen magas, 90–95% feletti és alig változó számarányú mikrovállalkozói réteget, illetve kisboltot egyre kevesebb árbevétel „tartja el". 1999-ben a közel 97 százalékos számarányú (79041 vállalat) mikrovállalat az árbevételnek 40 százalékát adta, a 0,06 százalékos számarányú (53 vállalat) nagyvállalat 24 százalékát. 2003-ban az alig változó, 96 százalékos számarányú (72328 vállalat) mikrovállalat az árbevételből már csak 32 százalékkal részesedett, a 0,07 százalékos számarányú (50 vállalat) nagyvállalat már közel 37 száza-

1 A tanulmány a T 042469-es számú, „A kereskedelem koncentrációs folyamatának jellemzői és hatása a termelő és kereskedelmi kisvállalkozásokra" című OTKA kutatás alapján készült.

1. táblázat				
Létszám-kategória	1999.		2003.	
	Szám	Árbevétel	Szám	Árbevétel
	Bolti kiskereskedelem összesen			
0–9 fő	96,59%	40,27%	96,30%	32,39%
Ebből: 0–4 fő	90,32%	27,34%	89,07%	21,32%
10–49 fő	2,92%	21,43%	3,23%	18,26%
50–249 fő	0,42%	13,86%	0,40%	12,50%
250 főtől	0,06%	24,44%	0,07%	36,85%

lékkal. Míg a nagyvállalatok száma csak hárommal, a mikrovállalkozások száma több mint 6700-zal csökkent. A kis- és középkategóriába tartozó vállalatok sem tudtak megerősödni.

Az egyes szakágazatok között jelentős differenciák vannak. Legmagasabb vállalati koncentráltság 2003-ra a vegyes tevékenységű élelmiszerkereskedelemben alakult ki. Ebbe a szakágazatba tartoznak a nagy alapterületű hiper- és szupermarketeket, diszkontokat üzemeltető multinacionális vállatok éppúgy, mint a sarki vegyesboltokat üzemeltető önálló kiskereskedők. (2. táblázat)

2. táblázat				
Létszám-kategória	1999.		2003.	
	Szám	Árbevétel	Szám	Árbevétel
	Élelmiszer jellegű vegyes kiskereskedelem			
0–9 fő	95,55%	26,85%	95,00%	17,78%
Ebből: 0–4 fő	88,29%	19,21%	87,02%	12,56%
10–49 fő	3,38%	12,75%	3,99%	9,33%
50–249 fő	0,91%	15,10%	0,86%	10,92%
250 főtől	0,16%	45,30%	0,15%	61,97%

2003-ban a mindössze 0,15 százalékos számarányú 30 vállalatnál összpontosult az árbevétel közel 62 százaléka, a 95 százalékos számbeli részesedésű 18426 mikrovállalkozás az árbevételnek csak közel 18 százalékát bonyolította. Tovább növeli e szakágazat igen magas koncentráltságát, hogy a beszerzési és értékesítési társulások terjedése is elsősorban itt jellemző. A folyamat nyertesei egyértelműen a nagyvállalatok, a mikro-, kis- és középvállalatok pedig egyaránt vesztesek.

Jelentős volt még a vállalati koncentráltság mértékének növekedése az általános profilú iparcikk kereskedelemben, továbbá a bútor és a háztartási cikk kiskereskedelemben, de itt az általános profilú élelmiszerkereskedelemnél kisebb koncentráltág alakult ki. (3. táblázat)

3. táblázat				
Létszám-kategória	1999.		2003.	
	Szám	Árbevétel	Szám	Árbevétel
	Iparcikk jellegű vegyes kiskereskedelem			
0–9 fő	94,86%	40,83%	95,37%	37,55%
Ebből: 0–4 fő	86,62%	26,59%	85,47%	22,54%
10–49 fő	4,47%	24,51%	4,05%	27,16%
50–249 fő	0,62%	16,36%	0,51%	10,80%
250 főtől	0,06%	18,31%	0,07%	24,48%
	Bútor, háztartási cikk kiskereskedelem			
0–9 fő	94,72%	37,86%	95,06%	37,38%
Ebből: 0–4 fő	85,55%	24,19%	84,86%	22,17%
10–49 fő	4,72%	24,38%	4,37%	22,22%
50–249 fő	0,39%	11,77%	0,44%	9,01%
250 főtől	0,17%	25,99%	0,13%	31,38%

Az élelmiszer, a ruházati, a cipő, továbbá a vasáru, festék és üvegáru szakbolt-hálózatok a vizsgált létszám-kategóriák alapján dekoncentráltak maradtak, mert döntő a KKV szektor súlya, és a nagyvállalati szféra nem, vagy alig volt jelen 2003-ban. (4. táblázat)

A létszám-kategóriák szerinti koncentráció mértékét, és az egyes szakágazatok közötti különbségeket alapvetően a multinacionális és tőkeerősebb nemzetközi nagyvállalatok jelenléte befolyásolja. Általános tendencia, hogy ahol terjeszkednek, ott egyre nagyobb mértékű lesz a vállalati koncentráltság.

Újabb ismeretekhez jutunk, ha a létszám-kategóriákon alapuló koncentrációs táblázat mellett az 5, 10, 20

4. táblázat

Létszám-kategória	1999.		2003.	
	Szám	Árbevétel	Szám	Árbevétel
	Élelmiszer-, ital-, dohányáru kiskereskedelem			
0–9 fő	97,33%	55,89%	97,45%	55,44%
Ebből: 0–4 fő	92,10%	40,07%	91,55%	40,12%
10–49 fő	2,45%	26,70%	2,35%	23,99%
50–249 fő	0,21%	16,67%	0,19%	17,43%
250 főtől	0,01%	0,74%	0,01%	3,14%
	Ruházati kiskereskedelem			
0–9 fő	97,95%	53,96%	97,64%	50,23%
Ebből: 0–4 fő	93,36%	39,66%	92,19%	35,80%
10–49 fő	1,86%	24,54%	2,09%	23,87%
50–249 fő	0,18%	16,80%	0,26%	24,06%
250 főtől	0,02%	4,69%	0,02%	1,84%
	Lábbeli, bőráru kiskereskedelem			
0–9 fő	96,38%	42,26%	96,18%	42,97%
Ebből: 0–4 fő	90,44%	29,02%	88,74%	28,84%
10–49 fő	3,19%	31,82%	3,38%	23,91%
50–249 fő	0,43%	25,92%	0,43%	33,12%
250 főtől	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	Vasáru, festék-, üveg-kiskereskedelem			
0–9 fő	93,89%	52,12%	92,32%	53,23%
Ebből: 0–4 fő	82,00%	30,00%	79,00%	29,29%
10–49 fő	5,67%	34,75%	7,42%	39,78%
50–249 fő	0,35%	9,07%	0,26%	6,99%
250 főtől	0,08%	4,07%	0,00%	0,00%

és 50 legnagyobb árbevételű vállalat piaci részesedése alapján is vizsgáljuk a koncentráció mértékét.

Az 5. táblázat alapján 2003-ban olyan szakágazatokban, illetve árucsoportokban is jelentős mértékű vállalati koncentráció alakult ki, amelyek a létszám-kategóriák alapján dekoncentráltabbak. Ide tartoznak az elektromos háztartási cikkek, a vegyes profilú iparcikk kereskedelem, a cipő és a bútorok. Mivel ezeknél a cikkeknél a viszonylag kisebb létszám vagy tevékenységi adottság, vagy 2003-ban nem, vagy alig volt jelen a nagyvállalati szféra, a koncentráció a kis- és középvállalkozói szférán belül figyelhető meg.

A koncentráció 2003 óta tovább folytatódik, sőt e folyamatnak az EU csatlakozás újabb lendületet adott és újabb árucsoportokra terjed ki (például háztartási gépek, ruházat, drogéria). A csatlakozás óta megfigyelhető legfontosabb tendencia, hogy a piacon lévő és a piacra lépő új multinacionális vállalatok az országos lefedettség kiépítése érdekében fokozták üzletnyitási aktivitásukat az önálló kiskereskedők, kisboltok alapvető életterét jelentő területeken (kisvárosok, belvárosok, városok perifériái, külső kerületei, lakóhelyi övezetek stb.). A koncentráltság további növekedése a ma még döntő számarányú és egyes területeken

5. táblázat
Az 5, 10, 20 és 50 legnagyobb nettó árbevétellel rendelkező vállalat árbevétel-aránya (%)

Megnevezés	1999.				2003.			
	5	10	20	50	5	10	20	50
Kiskereskedelem összesen	14%	17%	21%	26%	18%	25%	29%	35%
Élelmiszer-, ital- és dohányáru kiskereskedelem	10%	14%	20%	30%	22%	26%	31%	38%
Élelmiszer jellegű vegyes kiskereskedelem	31%	37%	42%	49%	35%	44%	49%	55%
Ruházati kiskereskedelem	12%	17%	24%	33%	9%	14%	20%	28%
Elektromos háztartási cikk kiskereskedelem	22%	31%	40%	53%	26%	36%	45%	53%
Iparcikk jellegű vegyes kiskereskedelem	23%	29%	35%	46%	35%	41%	47%	54%
Lábbeli, bőráru kiskereskedelem	37%	48%	57%	68%	32%	40%	47%	58%
Bútor, háztartási cikk kiskereskedelem	36%	41%	48%	59%	35%	41%	47%	56%
Vasáru, festék-, üveg-kiskereskedelem	9%	14%	19%	29%	6%	9%	14%	22%

6. táblázat
Egy főre jutó átlagos árbevétel a bolti kiskereskedelemben létszám-kategóriák szerint millió forintban

Létszám	Egy főre jutó árbevétel (millió Ft)	
	1999.	2003.
0–9 fő	6,5	8,7
Ebből: 0–4 fő	5,7	7,6
10–49 fő	11,8	16,6
50–249 fő	9,2	15,4
250 főtől	15,2	23,9
Összesen	9,0	13,9

még számottevő forgalmi részesedésű kisboltok jelentős részének a rovására történhet, mivel a nagyvállalatok piacterjeszkedési tartalékait többek között az általuk bonyolított forgalom jelenti.

A koncentráció folyamatában növekszik a méretgazdaságossági tényezők szerepe, és e tekintetben a mikrovállalkozások, kisboltok a kis méret, mint adottság miatt hátrányba kerülnek a nagy egységekkel szemben. (6. táblázat)

A fő tendencia az, hogy a vállalati termelékenység a méretek növekedésével párhuzamosan növekszik. A nagy- és mikrovállalatok között már 1999-ben meglévő nagy különbség 2003-ban tovább növekedett.

Az önálló kiskereskedők, kisboltok hátrányos méretgazdaságossági helyzetéből önmagában azonban nem következik a nagyarányú ellehetetlenülésük szükségessége. Megkülönböztetjük a fejlődőképességet és az életképességet. Többségüknél nem reális elvárás a fejlődőképesség és a gazdaságosság szempontjából döntő 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.

A kisboltok jelentősebb arányú megszűnésének lehetősége az 1. és 2. táblázat alapján multinacionális vállalatok nagyarányú terjeszkedéséből következik, amely a mikrovállalkozások, kisboltok részére egyre fokozódó piacvesztést, illetve folyamatosan szűkülő piacot eredményez. Hogy ez eddig nem eredményezte számuk még nagyobb mértékű csökkenését, abban szerepe volt annak, hogy eddig folyamatos és jelentős mértékű volt a kiskereskedelmi forgalom volumenének növekedése.

A vállalati koncentráltság magas szintjénél előbb-utóbb megindul a boltok számának csökkenése. Ezt bizonyítja, hogy a legnagyobb mértékű koncentrációban érintett élelmiszerkereskedelemben már 2002 óta csökkenésnek indult az élelmiszerüzletek száma.

Az 1–4. táblázatok alapján a vállalati koncentráció hatására a legnagyobb veszélyben a ma még magas számarányú mikrovállalkozások (önálló kiskereskedők), illetve az általuk üzemeltetett kisboltok vannak. A jelenlegi tendencia folytatódása, és túlzott mértékű koncentráció kialakulása 10–15 éves távlatban jelentősebb arányú ellehetetlenülésüket valószínűsíti. A hatásokat mérsékelheti a kiskereskedelmi forgalom volumenének növekedése, továbbá az, hogy egyes területeken a piactelítődés jelei figyelhetők meg, ami várhatóan csökkenti a multinacionális vállalatok magyarországi üzletnyitási aktivitását. A 2–4. táblázatok alapján a kisboltok, illetve a mikrovállalatok jövőbeni esélyei azokon a területeken is viszonylag jobbak, ahol a szakmai, tevékenységi és piaci sajátosságok miatt nem gazdaságos a nagy alapterületű üzletek létesítése, például a kézműipari, továbbá speciális, nem tömegigényeket kielégítő termékeket áruló kis szakboltok, a kistételű és a kis értékű áruk értékesítésének egy része.

„Az Egyesült Államokban és az Európai Unióban néhány országtól eltekintve a kisboltok virágoznak és/vagy reneszánszukat élik. A magyar kereskedelemben egyenrangú szerepük évszázados hagyomány. Nagyarányú megszűnésük fogyasztóellenes tendencia lenne, mivel a nagy láncok uniformizált hálózata és uniformizált kínálata a sokszínű kisbolt-hálózat nélkül nem képes kielégíteni a vásárlók differenciált igényeit."

A várható hatások tekintetében tanulságosak a nagymértékű koncentrációban érintett német és osztrák tapasztalatok. Németországban a koncentráció további fokozódását, valamint a kiskereskedelmi üzletek számának csökkenését az egyes régiókban növekvő aggodalommal figyeli a lakosság, mivel

mindkét tendencia esetében félnek a fogyasztói jólét csökkenésétől. Egyrészt az egyes élelmiszerkereskedelmi cégek növekvő (regionális) piaci hatalma miatt áremelkedéstől félnek. Másrészt az üzletek számának csökkenése a bevásárló út meghosszabbodása miatt hátrányos lehet a fogyasztóknak.

Hasonló a helyzet Ausztriában is, ahol a koncentrációs folyamat következményeként 2000-ben 320 településen nem volt élelmiszerbolt. Ez azt jelenti, hogy közel 270 ezer osztrák fogyasztónak el kellett hagynia lakóhelyét, hogy élelmiszert szerezzen be. A „sarki fűszeres" kihalása tovább folytatódik.

Egy szelekciós folyamat indokolt a hazai kisboltok körében, mert egyrészt ócska kócerájokra, sufnikra, garázsboltokra egy modern kereskedelemben nincs szükség. Másrészt a kilencvenes évek „robbanásszerű" mennyiségi növekedése miatt nemzetközi összehasonlításban a boltok száma magas. 1000 lakosra az EU-ban (tizenötök átlaga) 11,3 bolt jut, Magyarországon 16,6. Az EU-ban a mikro- és kisvállalatok számbeli részesedése 95%, nálunk 99%.

A megfelelő színvonalú kisüzletekre azonban fogyasztói, foglalkoztatási és társadalmi okokból a jövőben is szükség lesz.

Az Egyesült Államokban és az Európai Unióban néhány országtól eltekintve a kisboltok virágoznak és/vagy reneszánszukat élik. A magyar kereskedelemben egyenrangú szerepük évszázados hagyomány. Nagyarányú megszűnésük fogyasztóellenes tendencia lenne, mivel a nagy láncok uniformizált hálózata és uniformizált kínálata a sokszínű kisbolt-hálózat nélkül nem képes kielégíteni a vásárlók differenciált igényeit. Kisboltok nélkül a kereskedelem szürke, egyhangú és uniformizált lenne.

Városépítési, városképi és idegenforgalmi szempontból pótolhatatlanok a városképbe illeszkedő tradicionális kisüzletek, mert ezek – főként a sajátos magyar kínálatot bemutató kiskereskedelmi (és vendéglátó) üzletek – jelentik a vonzerőt. A nagy egységeknek a belvárosok, városközpontok és tradicionális városrészek felé történő „nyomulásával" azonban az itt, illetve egyes városrészekben működő kisboltokat is egyre nagyobb veszély fenyegeti. További probléma a zajártalom és a környezetszennyezés növekedése. A következmények között a boltmegszűnéseknél még nagyobb problémát jelent egyes városrészek színvonalának csökkenése, „elslamposodása", és annak előbb-utóbb bekövetkező negatív következményei, például társadalmi szempontból nem kívánatos elvándorlás, egyes városrészek „gettósodása". (Akinek lehetősége van, elköltözik a nagy alapterületű egységek közeléből és a megszűnő kisboltok nyomán keletkező „lehangoló" városrészekből.) E problémákat, illetve az eddigi hibás fejlesztések hatásait tompíthatják a jelenlegi helyzethez igazodó városfejlesztési koncepciók megvalósítása, például a bevásárlóközpontoknak versenyt támasztó valódi sétálóutcák kialakítása, továbbá a belvárosi és lakóövezetekben, történelmi városrészekben és azok közelében a nagy alapterületű egységek megnyitásának tiltása.

A lakóhelyi, lakóhely-közeli kisboltok nagyarányú megszűnése a bevásárlási út meghosszabbodása miatt jelentős társadalmi csoportok érdeksérelmével járhat. Ezeknek a rétegeknek nehezebbé válik a bevásárlás, növekednek a vásárlás költségei. Ilyen társadalmi csoportok a kispénzű, kis tételben vásárló fogyasztók, a gépkocsival nem rendelkezők, a nyugdíjasok jelentős része, a fizikai mozgásukban korlátozottak, a hátrányos helyzetű kistelepülésen élők.

A kistelepülések jövője szempontjából pótolhatatlanok a nagyobb településektől távol levő, hátrányos falvakban működő kisboltok. Ha ezekben nincs meg az alapvető napi létszükségletet biztosító üzlet sem, akkor megszűnnek a kistelepülési lét egyik legfontosabb összetartó elemei, és az ott élők egyik legfontosabb közösségi találkozóhelyei. A kistelepülési létet alapjaiban érintő élelmiszer és élelmiszer jellegű vegyes üzletek tekintetében 2000 és 2003 között 42-ről 50-re emelkedett az ellátatlan települések száma, és 5530-ról 7652-re a helyben ellátatlan lakosság száma. Van már olyan példa is, hogy az önkormányzat fizet a boltosnak azért, hogy ne zárjon be.

A koncentráció mellett általános érv a nagy alapterületű egységek alacsony, és a kisboltok magasabb árszínvonala. Ezzel összefüggésben alig esik szó egy alapvető tényezőről. Ez pedig a bevásárlás költségei, amelynél nem az ár a legfontosabb (az csak egy tényező), hanem az összes kiadás. A lakóhelytől távol levő, nagy alapterületű egységekben történő bevásárlás költségeit jelentősen növelik a gépkocsi- és üzemanyag-költségek, a hosszú (többórás, félnapos, egynapos) bevásárlási idő, a hitelre történő vásárlás terhei, kamatai (az eladósodás), a választék és volumen tekintetében a nem szándékolt (impulzus) vásárlás (ez elérheti a vásárlás akár 20–30 százalékát is) és az utóbbi következményeinek költségei (nagyobb, drágább hűtőszekrények, tárolóhelyiségek és berendezések ára és üzemeltetésük, az áruk egy része a „kukába" kerül stb.). A bevásárlás összes költségei szempontjából tehát az alacsony ár is lehet

7. táblázat
Működő vállalkozások létszáma és annak megoszlása százalékban a bolti kiskereskedelemben

Létszám-kategória	Létszám, fő		Index	Megoszlás százalékban	
	1999.	2003.		1999.	2003.
0–9 fő	143795	140820	98%	56%	52%
Ebből: 0–4 fő	111671	106713	96%	43%	39%
10–49 fő	41984	41682	99%	16%	15%
50–249 fő	34933	30791	88%	14%	11%
250 főtől	37205	58535	157%	14%	22%
Összesen	257917	271828	105%	100%	100%

kedvezőtlen, a viszonylag magasabb ár pedig kedvezőbb, például a vásárolt választéktól és forgalmi volumentől függően.

A kisboltok fennmaradását indokolja a foglalkoztatásban betöltött szerepük is. (7. táblázat)

Az 1. és a 4. táblázat alapján 1999 és 2003 között a mikrovállalkozások létszáma jóval kisebb mértékben csökkent, mint az árbevételi részesedésük. Ebben egyrészt szerepe van annak, hogy gyakran a kereskedelmen kívüli gazdasági ágazatokban állásukat elvesztettek próbálkoznak bolt megnyitásával. Másrészt a kisboltok jelentős része családi vállalkozás, és sokszor a bolt működtetése a család egyedüli egzisztenciális lehetőségét jelenti. Sok kisbolt csökkenő, illetve kis jövedelem mellett sem zár be elhelyezkedési lehetőségek hiányában, tehát igen nagy a tűrőképességük. Ez is közrejátszott abban, hogy eddig a kisboltok számának alakulása nem követte a piacvesztés mértékét.

1993-ban az összes létszám 52 százalékát a mikrovállalkozások, kétharmadát a kisvállalkozások, 88 százalékát pedig a kis- és középvállalkozások alkalmazták. Tehát döntő szerepük van a foglalkoztatásban. Nagyobb arányú ellehetetlenülésük ezért a munkanélküliség növekedését valószínűsíti.

Érdemes itt utalni a társadalombiztosítási járulékcsökkentés és a foglalkoztatás közötti kapcsolatról folyó vitára. A kereskedelem, mint a piacgazdaság egyik jelentős és tipikus ágazata példája azt bizonyítja, hogy a foglalkoztatást döntően nem a munkáltatói járulék mértéke, hanem a piaci pozíció befolyásolja. Piacvesztés esetén bármilyen nagyarányú járulékcsökkentés mellett nemhogy nőne a foglalkoztatás, hanem elkerülhetetlen a létszámcsökkenés. Foglalkoztatási szempontból a kereskedelem kis- és középvállalati szektorában nem a munkáltatói járulék mértéke az alapvető probléma, hanem egyes szakágazatokban az egyre nagyobb, illetve fokozódó mértékű piacvesztés.

Az önálló kiskereskedők, kisboltok túlélési esélyeit javíthatják a koncentrációhoz igazodó szemléletváltásuk és alkalmazkodási stratégiáik. A szemléletváltás alapvető tényezője, hogy a koncentráció folyamatában számos területen nem tartható fenn, hogy az önálló kiskereskedő, kisbolt nem hajlandó lemondani az önállóság egy részéről, és társuláshoz csatlakozni, illetve társulásokat létrehozni. Mind a hazai, mind a külföldi tendenciák azt mutatják, hogy a társulás a beszerzés és az értékesítés integrálása miatt jóval nagyobb biztonságot jelent a fennmaradás szempontjából, mint a társulás nélküli lét.

Az önálló kiskereskedők, kisboltok jelentős része azonban méretéből és hátrányos területi elhelyezkedéséből adódóan fogva nem alkalmas a társulásra, vagy nem akar csatlakozni. Ezek egy része számára a városokban és nagyobb településeken megoldást jelenthet a koncentrációs folyamathoz igazodó stratégiák kialakítása. Ilyen például a profilváltás, a tevékenység szűkítése (szakosodás), vagy bővítése (diverzifikálás), a nagy egységek kínálati hiányosságainak kihasználása (például a diszkontoknál a szűk választék, a nagytételű értékesítésre való törekvés), a hiper- és szupermarketeknél, továbbá a bevásárlóközpontoknál a vásárlóerő koncentráltságának kihasználása (a nagy egységek közelébe való település, és azok áruválasztékának kiegészítése), illetve általában a szabadon hagyott piaci rések kitöltése (például kényelmi igényeket kielégítő kisboltok).

Az önálló kiskereskedők döntő többsége egy boltot üzemeltet. Nagyobb biztonságot jelent a kettő vagy három bolt, mert ebben az esetben az egyiknél keletkező veszteséget ellensúlyozni lehet.

Az alkalmazkodás szempontjából a nagy alapterületű egységek tekintetében meg kell különböztetni a hiper- és szupermarketeket a bevásárlóközpontoktól. A bevásárlóközpontok beruházói ugyanis nem végeznek kereskedelmi tevékenységet, hanem az üzlethelyiségeket bérbe adják vállalkozóknak. Ezek a nagy forgalmú egységek a kisebb szaküzletek üzemeltetése tekintetében a tőkeszegény önálló kiske-

reskedők részére is lehetőséget jelentenek, mivel itt nem jelentkezik az üzletépítés költsége, hanem a forgalomból fizetett bérleti díj.

Az alkalmazkodás tekintetében a hátrányos helyzetű kistelepüléseken üzemelő kisboltoknak jóval szűkebbek a lehetőségeik.

Az alkalmazkodási lehetőségek kihasználása mellett a túlzott mértékű vállalati koncentráció kialakulásának, és az önálló kiskereskedők, kisboltok piacról történő jelentős arányú kiszorulásának megakadályozása csak makroszintű eszközökkel lehetséges.

Egyik lehetőség a kormány, továbbá az önkormányzatok, a multinacionális vállalatok, és az önálló kiskereskedők érdekképviseleti szervezetei között megkötött négyoldalú társadalmi megállapodás, és egy ezt kiegészítő, szankciókat is tartalmazó etikai kódex. Ezek előnye lenne, hogy lehetővé tennék a különféle érdekek kölcsönös figyelembe vételét. A társadalmi megállapodás lényege az lehetne, hogy a bolti kiskereskedelemben a multinacionális vállalatok magyarországi további terjeszkedését, üzletnyitásait összehangolnák a hazai tulajdonú kis- és középvállalatok, illetve az önálló kiskereskedők, megfelelő színvonalú kisboltok fennmaradási érdekével, illetve az ehhez köthető, jelentős társadalmi, fogyasztói csoportok érdekeivel, foglalkoztatási és idegenforgalmi szempontokkal, továbbá a lakóhelyi életminőséget alapvetően meghatározó környezet-, egészség- és zajártalom elleni védelemmel. Az etikai kódexben pedig rögzíteni lehetne, hogy hol indokolt a szelekció és az állami aktivitás fokozása, amely a nagy- és kisboltoknak, továbbá a fogyasztóknak egyaránt érdeke (szelekció a nem megfelelő színvonalú üzletek körében, feketekereskedelem csökkentése, az import fokozott ellenőrzése, fogyasztóvédelmi és egészségbiztonsági ellenőrzése, erősítése, a hiányosságok, visszaélések szigorú szankcionálása stb.).

A másik lehetőség a nagy alapterületű egységek megnyitására vonatkozó egyértelmű, konkrét, a verseny követelményeket figyelembe vevő korlátozásoknak egy – csak ezzel foglalkozó – törvénybe foglalása.

A harmadik lehetőség a piacfelügyeleti ellenőrzés és a piacszabályozás. Piacszerkezeti és hatásvizsgálatok szerint a túlzott mértékű kereskedelmi koncentráció általában csökkenti a versenyt a piacon, hosszabb távon árszínvonal emelkedésével jár együtt, a kereskedelmi és termelő kisvállalkozások, továbbá a fogyasztók kedvezőtlenebb piaci és alkupozícióba kerülnek, és negatív társadalmi hatások jelentkeznek. Ennek megakadályozása alapvető érdeke a társadalom- és gazdaságpolitikának.

Mivel a piacfelügyeletnek elsősorban a társadalmat és a fogyasztót kell védenie, a javaslatok a következők.

A Gazdasági Versenyhivatalnak be kellene avatkozni a kiskereskedelmi koncentrációs folyamatba akkor, ha az jelentős fogyasztói, társadalmi csoportok érdeksérelmével jár, illetve érdeksérelem kialakulása várható. Ilyen lehet például a lakóhelyi, lakóhely-közeli, alapvető létszükségleti cikkeket áruló kisboltok ellehetetlenülése miatt a bevásárlási út meghosszabbodása, a bevásárlási költségek és a bevásárlási idő növekedése, amely sérti a kispénzű, kis tételben vásárló fogyasztók, a gépkocsival nem rendelkezők, a nyugdíjasok jelentős részének, a fizikai mozgásukban korlátozottak, a hátrányos helyzetű kistelepülésen élők érdekeit. Emellett jelentős társadalmi érdeksérelmet jelenthet a foglalkoztatásban döntő szerepet játszó kisvállalkozások, kisboltok nagyarányú ellehetetlenülése, várospolitikai és idegenforgalmi szempontok, továbbá a környezetszennyezés és a zajártalom növekedése egyes lakóhelyeken, és ezáltal az életminőség romlása.

Azokon a kiskereskedelmi területeken, illetve árucsoportokban, ahol országos szinten nagymértékű vállalati koncentráció alakult ki, a Gazdasági Versenyhivatalnak meg kellene kezdenie a helyi, regionális piacfelügyeleti ellenőrzéseket. Ezek legaktuálisabbak az általános profilú élelmiszerkereskedelemben, mert az országos szinten igen magas és tovább növekvő koncentráltság egyes területeken jelentős társadalmi csoportok érdeksérelmének kialakulását okozhatja. Ki kellene alakítani az ellenőrzés módszertanát, feldolgozni a külföldi konkrét piacfelügyeleti ellenőrzéseket és eljárásokat, és meghatározni, hogy mi tekinthető jelentős, fokozott kontrollt, vagy túlzott mértékű, piacfelügyeleti vizsgálatokat indokló koncentrációnak. (Például, amikor egy helyi releváns piacon egy vállalat piaci részesedése meghaladja a domináns határt jelentő 33 százalékot, vagy két-három vállalaté az 50 (vagy 66) százalékot.) Az ellenőrzés eredménye lehet negatív nagy pozitív, és pozitív esetekben további konkrétabb vizsgálatokra lenne szükség. Például van-e monopolhelyzet, a túlzott erőfölény, illetve azzal való visszaélés, fennáll-e az „összejátszás" lehetősége és jelentős társadalmi csoportok érdeksérelme.

Seres Antal tudományos kutató
MTA Közgazdaságtudományi Intézet