

OTDK-dolgozat

2023

DEBRECENI EGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR

**A MAGYAR, A LENGYEL ÉS A SZLOVÁK ÉDESSÉGIPARI
VÁLLALATOK GAZDASÁGI ÖSSZEHAJONLÍTÁSA 2018-2020
KÖZÖTT**

**ECONOMIC COMPARISON OF HUNGARIAN, POLISH AND
SLOVAKIAN SUGAR CONFECTIONERY COMPANIES
BETWEEN 2018 AND 2020**

Rácz Renáta

Konzulens: Dr. Szöllősi László

Kézirat lezárásának dátuma: 2022. 10. 24.

Tartalomjegyzék

BEVEZETÉS	1
1. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS	3
1.1. AZ ÉDESSÉGIPAR NEMZETKÖZI HELYZETE	3
1.1.1. AZ IPARÁG GLOBÁLIS MÉRETE	4
1.1.2. MEGHATÁROZÓ ÁGAZATI SZEREPLŐK.....	5
1.1.3. ÁGAZATI TENDENCIÁK.....	6
1.1.4. A KAKAOBABA TERMELÉSE ÉS NEMZETKÖZI KERESKEDELME.....	8
1.1.5. A CSOKOLÁDÉFOGYASZTÁS ALAKULÁSA	11
1.1.6. PIACI LEHETŐSÉGEK, KORLÁTOK	12
1.1.7. AZ EURÓPAI CUKORÁGAZAT	15
1.2. A VISEGRÁDI EGYÜTTMŰKÖDÉS ORSZÁGAI.....	16
2. ANYAG ÉS MÓDSZER	18
3. EREDMÉNYEK ÉS AZOK ÉRTÉKELÉSE	20
3.1. A VÁLLALATOK BESOROLÁSA ÉVES NETTÓ ÁRBEVÉTEL ÉS MÉRLEGFŐÖSSZEG ALAPJÁN	20
3.1.1. A VÁLLALATOK MÉRET SZERINTI KATEGORIZÁLÁSA AZ ÉVES ÁRBEVÉTEL ALAPJÁN	20
3.1.2. A VÁLLALATOK MÉRET SZERINTI KATEGORIZÁLÁSA A MÉRLEGFŐÖSSZEG ALAPJÁN	24
3.1.3. A VÁLLALATOK ÁRBEVÉTEL ÉS MÉRLEGFŐÖSSZEG ALAPJÁN MEGHATÁROZOTT MÉRETEINEK ÖSSZEHASONLÍTÁSA	27
3.2. AZ ÉDESSÉGIPARI VÁLLALATOK KONCENTRÁCIÓJÁNAK VIZSGÁLATA.....	32
3.2.1. LORENZ-GÖRBE AZ ÁRBEVÉTEL ALAPJÁN.....	32
3.2.2. LORENZ-GÖRBE A MÉRLEGFŐÖSSZEG ALAPJÁN	34
3.3. A JÖVEDELEM ALAKULÁSA	36
3.4. PÉNZÜGYI MUTATÓK.....	38
3.4.1. ESZKÖZARÁNYOS MEGTÉRÜLÉS (RETURN ON ASSETS – ROA)	38
3.4.2. ÁRBEVÉTELARÁNYOS JÖVEDELMEZŐSÉG (RETURN ON SALES – ROS).....	43
3.4.3. SAJÁT TŐKE JÖVEDELMEZŐSÉGE (RETURN ON EQUITY – ROE)	46
KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK.....	51
ÖSSZEFOGLALÁS	55
IRODALOMJEGYZÉK	57

TÁBLÁZAT- ÉS ÁBRAJEGYZÉK

1. táblázat: A világ három legnagyobb árbevétellel rendelkező édességipari vállalata 2018 és 2020 között.....	6
2. táblázat: A termesztett és exportált kakaóbab mennyisége 2017 és 2019 között	9
3. táblázat: A kakaóbab importált mennyisége 2017 és 2019 között.....	10
4. táblázat: A vállalatok méretének meghatározása az éves nettó árbevétel és a mérlegfőösszeg alapján.....	20
5. táblázat: A vállalatok méretének meghatározása az éves átlag árbevétel alapján 2018 és 2020 között.....	21
6. táblázat: A vállalatok méretének alakulása az értékesítés nettó árbevétele alapján (a 2018-2020 közötti időszak átlagában).....	23
7. táblázat: A vállalatok méretének meghatározása a mérlegfőösszeg alapján 2018 és 2020 között.....	24
8. táblázat: A vállalatok méretének alakulása az értékesítés nettó árbevétele alapján (a 2018-2020 közötti időszak átlagában).....	26
9. táblázat: Az árbevétel és a mérlegfőösszeg által meghatározott vállalkozásméreték összehasonlítása 2018 és 2020 között	28
10. táblázat: A vállalatok méretének alakulása az értékesítés nettó árbevétele és a mérlegfőösszeg alapján (a 2018-2020 közötti időszak átlagában)	31
11. táblázat: A vállalkozások jövedelmének alakulása az üzemi üzleti tevékenység alapján (2018-2020 időszak átlagában).....	36
12. táblázat: A ROA alakulása a vizsgált vállalatok esetében Magyarországon (a 2018-2020 közötti időszak átlagában)	39
13. táblázat: A ROA alakulása a vizsgált szlovák vállalatok esetében (a 2018-2020 közötti időszak átlagában)	40
14. táblázat: A ROA alakulása a vizsgált vállalatok esetében Lengyelországban (a 2018-2020 közötti időszak átlagában)	41
15. táblázat: A ROA alakulása a vizsgált országokban (a 2018-2020 közötti időszak átlagában)	41
16. táblázat: A ROS alakulása a vizsgált vállalatok esetén Magyarországon (a 2018 és 2020 közötti időszak átlagában)	43
17. táblázat: A ROS alakulása a vizsgált vállalatok esetén Szlovákiában (a 2018 és 2020 közötti időszak átlagában)	44
18. táblázat: A ROS alakulása a vizsgált vállalatok esetén Lengyelországban (a 2018 és 2020 közötti időszak átlagában)	45
19. táblázat: A ROS alakulása a vizsgált országokban (a 2018-2020 közötti időszak átlagában)	45

20. táblázat: A saját tőke jövedelmezőségének alakulása Magyarországon (a 2018 és 2020 közötti időszak átlagában)	47
21. táblázat: A saját tőke jövedelmezőségének alakulása Szlovákiában (a 2018 és 2020 közötti időszak átlagában)	48
22. táblázat: A saját tőke jövedelmezőségének alakulása Lengyelországban (a 2018 és 2020 közötti időszak átlagában)	48
23. táblázat: A ROE alakulása a vizsgált országokban (a 2018 és 2020 közötti időszak átlagában).....	49
1. ábra: Az élelmiszeripar globális bevételeinek megoszlása 2020-ban	4
2. ábra: Az édességipar globális bevételeinek alakulása milliárd USD-ban kifejezve 2013-2026 között	8
3. ábra: A világ legtöbb csokoládéját fogyasztó országok listája 2017-ben (kg/fő)	12
4. ábra: Az európai cukorpiac legmeghatározóbb szereplőinek piaci részesedése 2016-ban .	16
5. ábra: A 2018 és 2020 közötti átlagárbevételre vonatkozó Lorenz-görbe a vizsgált országokban.....	33
6. ábra: A 2018 és 2020 közötti átlag-mérlegfőösszegre vonatkozó Lorenz-görbe a vizsgált országokban.....	35
7. ábra: Az EBIT alakulása a vizsgált országban 2018 és 2020 között.....	38
8. ábra: A ROA alakulása a vizsgált országokban 2018 és 2020 között.....	42
9. ábra: A ROS alakulása a vizsgált országokban 2018 és 2020 között.....	46
10. ábra: Az átlagos ROE alakulása a vizsgált országokban 2018 és 2020 között	50

BEVEZETÉS

Az édességiparban előállított termékek a mindennapi élelmiszerek közé tartoznak, ezek közül is a csokoládé a legnépszerűbb a fogyasztók között. Napjainkban szinte bárhol megtalálhatóak széles választékban a benzinkutaktól a kisboltokon át a szupermarketekig, s vannak olyan üzletek, amelyek kifejezetten egy bizonyos típusú édességet, például csokoládét, de léteznek márkaboltok is, ahol egyetlen márka különböző termékei közül lehet válogatni.

Kiskoromtól kezdve lenyűgöztek az édességek széles termékpalettái, mai napig keresem az újdonságokat a megszokott kedvenceim mellett, és úgynevezett „csokoholistaként” elképzelhetetlennek tartom az életemet édességek, de főképp csokoládé nélkül. Elég mélyen érintett, amikor a globális felmelegedéssel kapcsolatban olyan szalagcímekkel találkoztam, amelyek előrevetítették, hogy néhány évtized múlva olyan súlyos hiány alakulhat ki a kakaóbab termelésében, hogy vagy a gazdagok kiváltsága lesz a csokoládéfogyasztás (mint néhány évszázaddal ezelőtt), vagy teljesen eltűnik a piacról.

Emellett úgy érzem, hogy közel állnak hozzám azok a tantárgyak, ahol például különböző pénzügyi mutatókat kell kiszámítani és összehasonlítani egymással, illetve az iparági elemzéseket is testhezállónak érzem.

Számomra adott volt, hogy ha ilyen témára esik a választásom a szakdolgozatomat illetően, akkor nem is kérdés, hogy az édességnek kell központi szerepet kapnia. Emellett azt is roppant érdekesnek tartom, hogy egy egyszerű növényt, ami a trópusi területeken terem, milyen sokféleképpen lehet felhasználni és feldolgozni a különböző technikákkal, amiket az évszázadok során fejlesztettek ki. Így a kakaóbabból készülhet kakaópor, kakaóvaj, kakaómassza, s ezeknek a felhasználásával csak a képzelet szabhat határt annak, hogy milyen édesség vagy étel lesz a végeredmény.

Annak érdekében, hogy ezt a hatalmas és komplex témát feldolgozzam, és a dolgozatommá formáljam, úgy döntöttem, hogy a szakirodalmi áttekintésen túl –, amelyben a nemzetközi viszonyokra fektetem a hangsúlyt – szűkítem a kört három országra, és a helyi édességipar helyzetét veszem górcső alá, illetve összehasonlítom őket egymással 2018 és 2020 között.

Az előbb említett három ország pedig nem más, mint Lengyelország, Szlovákia, és végül, de nem utolsó sorban Magyarország. Ezek az országok a Visegrádi Együttműködés tagjai

Csehországgal együtt, azonban a cseh édességipar 2020-as adatai annyira hiányosak voltak, hogy azt semmiképp sem tudtam volna reprezentatívan felmérni, így a V4-ek negyedik tagországának az édességipara nem került elemzésre.

A dolgozatomban többek között arra keresem a választ, hogy a vizsgált országok édességipari vállalatai melyik méretkategóriába sorolhatók árbevétel és mérlegfőösszeg alapján, s ezek milyen arányban vannak jelen. Emellett választ keresek ezeknek a vállalatoknak a koncentrációjára, az üzemi (üzleti) tevékenységük eredményére, és a jövedelmezőségükre különböző mutatók alapján 2018 és 2020 között. Vajon mennyire különböznek az országok édességipari vállalatai a másik két ország piaci szereplőitől?

1. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

A csokoládé története nagyon régre nyúlik vissza. Az aztékok és a maják előszeretettel fogyasztották serkentő ital formájában a kakaóbabot, s emellett még fizetőeszközként is funkcionált a társadalmukban. Az évszázadok során tökéletesítették a kakaóbab felhasználását, illetve számos technológiát és technikát kifejlesztettek, hogy a legjobb, a legízletesebb és a legkülönlegesebb csokoládékat állítsák elő a fogyasztók számára. Eközben a kakaóbabból készült termékek egyre inkább elérhetővé váltak a szegényebb rétegeknek is. A nagyüzemi előállítást és a csokoládérudak termelését Hersheynek sikerült optimalizálni a 20. század környékén. Ő volt az, aki egy komplett csokoládévárost hozott létre a pennsylvániai gyára körül. Napjainkra pedig egy olyan méretes, az egész világot átívelő iparággá nőtte ki magát a csokoládé- és édességgyártás, hogy nagyszerű példaként szolgál a globális termelési láncok bemutatására és szemléltetésére, ugyanis a kakaóbabot a trópusokon (pl. Elefántcsontpart) termesztik, de a termékek a végleges formájukat más kontinenseken nyerik el, így a gyártóknak sikeresen létrehozták a vertikális termelési hálózataikat (Holka, 2019).

A csokoládéfogyasztás (és általánosságban a szénhidrát) iránti sóvárgásnak olyan tulajdonságai lehetnek, mint egy függőségnek, így nem meglepő, hogy az édességnek igencsak meghatározó szerepe lett az emberek életében. Megfigyelték, hogy a szénhidrátbevitel megemeli a szerotonin szintet a szervezetben, ami által a hangulatra és a közérzetre is pozitív hatással van. Nem csoda tehát, ha az emberek a csokoládéevéshez folyamodnak, ha jobban szeretnék érezni magukat. Ez az érzelmi evés azonban veszélyes lehet az egészségre nézve, hiszen a túlzott szénhidrát- és kalóriabevitel elhízáshoz, ami pedig idővel különböző betegségek kialakulásához vezethet (Parker et al., 2006).

A csokoládénak csupán egy töredékét fogyasztják önmagában, a döntő többségét különböző egyéb élelmiszerek előállításához használják fel, mint például kekszek vagy fagylaltok készítése, tehát alapvetően az élelmiszeriparhoz kapcsolódna a csokoládé felhasználása. Ennek ellenére majdnem 200 évvel ezelőtt mégis saját iparágat „kapott”, ami pedig nem más, mint az édességipar. Ez többek között marketing, adminisztratív, illetve jogi okok és célok miatt van így (Nuttall – Hart, 1994).

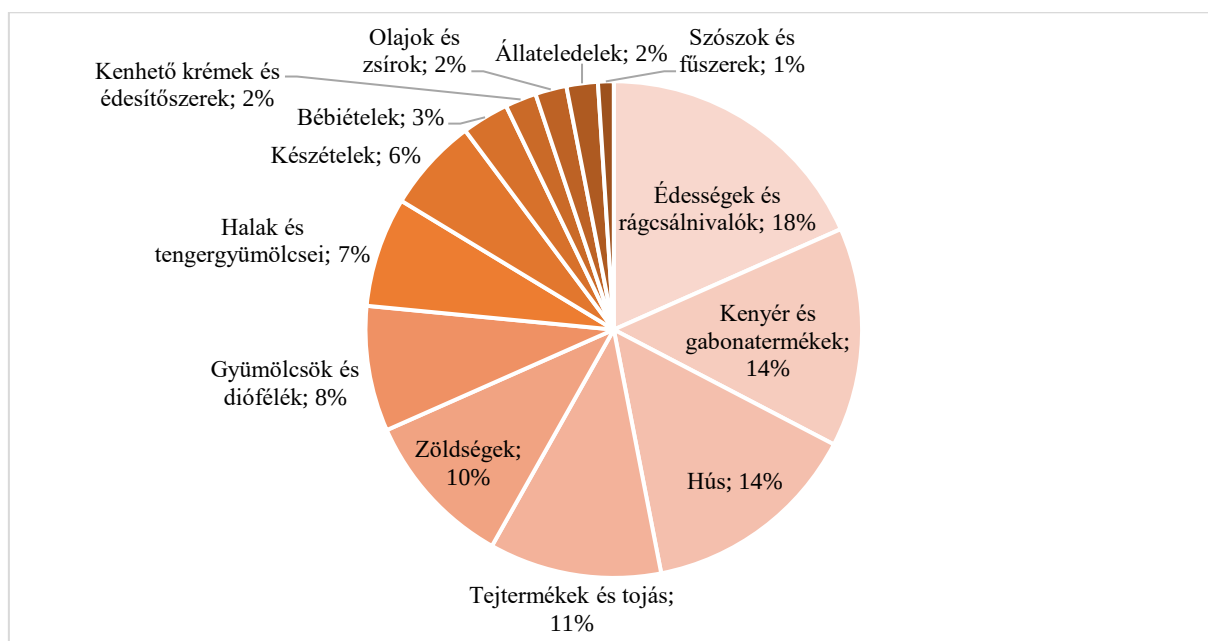
1.1. AZ ÉDESSÉGIPAR NEMZETKÖZI HELYZETE

Az édességipar az élelmiszeripar egyik ágazata, s ebben a fejezetben ennek az ipárnak készítem el az elemzését, ugyanis ez adja a szakdolgozatom alapját. Porter (1980) definíciója

alapján olyan vállalatok csoportját nevezzük iparágnak, amelyek azonos vagy egymással helyettesíthető termékeket és/vagy szolgáltatásokat állítanak elő.

1.1.1. Az iparág globális mérete

Globális szinten az édességipar mérete nagyon jelentős az élelmiszeriparban, hiszen ahogy az 1. ábrán látható, a Statista (2021) beszámolója szerint 2020-ban a világ élelmiszeripar összbevételének a 18%-a az édességiparnak volt köszönhető. Ez azt jelenti, hogy az élelmiszerek eladásából származó bevétel legnagyobb részét ez az iparág adta, vagyis általánosságban édességre és rágcsálnivalókra költöttek a legtöbbet az emberek a világon. Második helyen áll holtversenyben a kenyér és gabonatermékek, illetve a húsfélék részesedése 14-14%-kal. Érdekes, hogy összességében a világon annyit költöttek édességre és rágcsálnivalókra, mint zöldségekre, gyümölcsökre és diófélékre összesen. Sőt, ha az édességekbe beleszámolnánk a kenhető krémeket is (pl. magorókrém, magoróvaj stb.), akkor körülbelül 1%-kal még mindig kevesebb lenne ezeknek az egészségesek alapélelmiszerekből származó bevétel.



1. ábra: Az élelmiszeripar globális bevételének a megoszlása 2020-ban

Forrás: Saját szerkesztés a Statista (2021) beszámolója alapján

Ha pénzben szeretnénk kifejezni ezt az értéket, akkor az élelmiszeripar 2020. évi 8244,7 milliárd USD bevételéből 1497,4 milliárd USD-ral egyedül az édességipar rendelkezik.

(Statista, 2021). Ez alapján elmondható, hogy az édességipar egy terjedelmes ágazata az élelmiszeriparnak.

Fontosnak tartom bemutatni, hogy az édességipar bevétele milyen arányban oszlik el a kontinensek között. Ezt szintén a *Statista (2021)* beszámolója alapján teszem meg, és az adatok 2020-ra vonatkoznak. A legnagyobb részesedéssel – körülbelül 43%-kal – Ázsia rendelkezik. Nem csak Ázsiában, hanem a világon is Japán áll az első helyen az egy főre jutó forgalmat tekintve, ugyanis ez az összeg majdnem 2047 USD/fő. A kontinensek közül a második helyen Amerika áll, melynek részesedése 28% az iparág összbevételéből. A dobogó utolsó helyét Európa foglalja el a maga 19%-ával, ami csupán az összbevétel egyötödét jelenti. Az utolsó két helyet talán nem meglepő, hogy Afrika, valamint Ausztrália és Óceánia foglalja el. Az előbbi 10%-kal, az utóbbi pedig mindössze 1%-kal rendelkezik a nagy egészből. 2020-ban az európai kontinenst tekintve a következő öt ország érte el a legnagyobb bevételt az iparágban (ebben a sorrendben): Oroszország, Olaszország, Franciaország, Törökország és Spanyolország.

2018-ban a világ összes édességipari termékének 22,2%-át Kína, 16,5%-át az Egyesült Államok, 8,6%-át Japán, 6,6%-át pedig Németország bocsátotta ki. Elmondható ez alapján, hogy a világ összes édességének 53,9%-át – azaz több, mint felét – mindössze négy ország termelte. Magyarország termelése csupán 0,2%-ot, míg Csehország 0,4%-ot, Lengyelország 1,3%-ot, Szlovákia pedig 0,1%-ot tett ki, így a Visegrádi Együttműködés négy országa a világ összes édességének 2%-át állította elő 2018-ban. Magyarország még ezzel a nagyon alacsony értékkel is 269 millió USD értékű édességet termelt, ami 72,7 milliárd forintnak felel meg a Magyar Nemzeti Bank 2018-as középárfolyamával számolva (270,25 Ft/USD) (*Global Research & Data Services, 2021*).

1.1.2. Meghatározó ágazati szereplők

Az édességiparnak óriási a piaca, s emellett rengeteg ágazati szereplője is van világszerte. Nem csak nagyüzemben, hanem kisebb manufaktúrákban is készítenek változatosabbnál változatosabb édességeket, s mivel az elmúlt években újra népszerűvé váltak a különböző kézműves termékek, így a kézműves édességek is megjelentek a piacon.

Így tehát vannak világszerte meghatározó szereplők, és olyanok is, amelyek csupán egy nagyon szűk réteget tudnak elérni a termékeikkel. Például hiába készítenek kiváló minőségű és ízű magyar termékeket, roppant csekély rá az esély, hogy a világ nagy részén megismerjék ezeket az édességeket, és esetleg bármiféle nehézség nélkül hozzájuk lehessen jutni különböző

országokban. Azért, hogy érzékelhető legyen, hogy milyen sok piaci szereplő van: a Candy Industry minden évben készít egy listát a világ top 100 vállalatáról. Milyen sokan lehetnek ezek a szereplők, ha megtiszteltetés a legjobb száz közé bekerülni?!

2018 és 2020 között az első helyet az amerikai Mars Wrigley Confectionery érte el, s mindhárom évben a nettó árbevételének értéke 18 000 millió USD volt. Ehhez a vállalathoz kapcsolódik többet között a Twix, a Snickers, az M&M's és az Orbit gyártása is. A második helyet az olasz Ferrero Group érte el, s szintén tartotta a pozícióját mindhárom évben a több, mint 12 000 millió USD nettó árbevételével. Az eladásokból származó árbevétel évről évre nőtt, s 2020-ra elérte a 13 000 millió USD-t is, de ez még mindig 5 000 millió USA dollárral kevesebb, mint az első helyezetté. A Ferrero Group termékeihez tartozik például a Ferrero Rocher, a Kinder és a Nutella is. A harmadik helyet a szintén USA-beli Mondelez International érte el mindhárom évben. A nettó árbevétel szintén folyamatos növekedést mutat az évek során, viszont nem olyan mértékű, mint ami a Ferrero Groupnál figyelhető meg. Elsőre ismeretlennek tűnhet a Mondelez International cégnev, de olyan ismert és népszerű édességek kapcsolódnak a vállalathoz, mint a Milka, az Oreo és a Cadbury (Statista, 2022; Candy Industry, 2022).

1. táblázat: **A világ három legnagyobb árbevétellel rendelkező édességipari vállalata 2018 és 2020 között**

Elért helyezés	A vállalat neve	Nettó árbevétel (millió USD)		
		2018	2019	2020
1.	Mars Wrigley Confectionery	18 000	18 000	18 000
2.	Ferrero Group	12 000	12 390	13 000
3.	Mondelez International	11 560	11 792	11 800

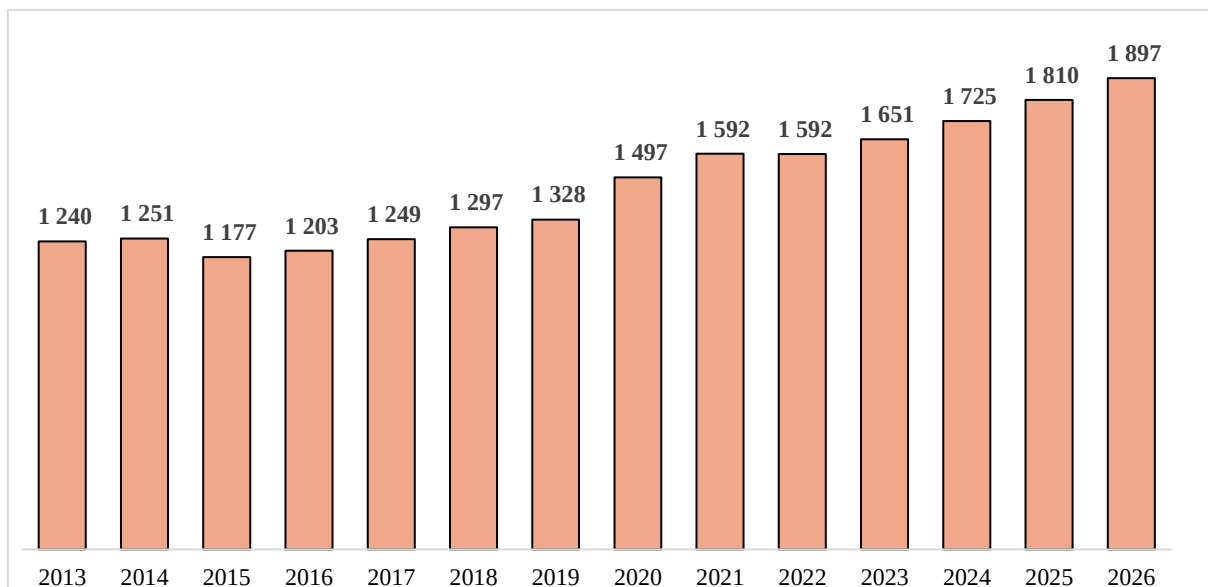
Forrás: Saját szerkesztés a Candy Industry (2022) adatai alapján

1.1.3. Ágazati tendenciák

Egész évben megtalálhatóak a fogyasztók bevásárlókosarában a különböző típusú édességek és rágsálnivalók, tehát összességében nem egy szezonális iparágról van szó, azonban vannak olyan ünnepek, amelyekre szezonális termékekkel kedveskednek a gyártók a potenciális vevőiknek. Ilyenek a csokimikulások, a csokinyuszik- és tojások, Valentin-napra a szív alakú csokoládék, Halloween-re pedig a például szemgolyó formájú gumicukrok, de ezt a végtelenségig lehetne sorolni. Ezeket és természetesen a többi – nem szezonális terméket – is szívesen adjuk ajándékként vagy egy ajándék részeként.

Magyarországon a legjelentősebb időszak a szezonális édességfigurák eladására a húsvét, ilyenkor ugyanis 1/3-dal több figurát vásárolnak, mint a karácsonyi időszakban. S mivel a fogyasztók számára egyre fontosabbá vált, hogy ezek a termékek igazi csokoládéból, ne pedig bevonómasszából készüljenek, és hajlandóak is több pénzt is fizetni a magasabb minőségért, ezért az olcsó, kakaómasszás termékek mára már szinte teljesen eltűntek a piacról (Kemény, 2016).

A 2. ábrán látható a világ édességiparának bevételeinek alakulása 2013 és 2021 között, illetve ugyanezen a diagramon kerülnek bemutatásra az éves előrejelzések is – egészen 2026-ig – milliárd amerikai dollárban kifejezve. Ahogy azt a grafikon is mutatja, kifejezetten stabil az iparág a bevételeit tekintve, hiszen kizárólag 2015-ben volt egy kisebb visszaesés, a többi évben nem túl magas, de folytonos növekedés történt. Az ágazat még a koronavírus okozta gazdasági visszaesésben is képes volt a bevételeinek a növelésére, sőt 2013 óta a legnagyobb változás is erre az időszakra tehető. 2020-ban 2019-hez képest alig kevesebb, mint 170 milliárd amerikai dollárral lett több az iparág bevétele. A többi évben átlagosan hozzávetőlegesen 14,5 milliárd dollár volt a bevétel növekedése. A predikciók is pozitív jövőképet festenek az iparág számára, ugyanis a szakértők úgy vélik, hogy az eladások összetett éves növekedési rátája (Compound Annual Growth Rate, CAGR) 0,8%, a bevétel éves összetett növekedési rátája pedig 3,3% lesz 2013 és 2026 között. Európában kicsit jobb (lesz) a helyzet az eladásokat tekintve, ugyanis a kontinensen az eladásokra vonatkozó éves összetett növekedési rátát 1,3%-ra becsülik, ami 0,5 százalékponttal több, mint az egész világra vonatkozó CAGR. A szakemberek úgy gondolják, hogy 2022-ben lesz egy minimális visszaesés, várhatóan kétmilliárd USA dollárral lesz kevesebb a bevétel, mint 2021-ben. Ez az összeg óriásinak hangzik egy átlagember számára, de ez csupán kevesebb, mint 0,1%-os visszaesést jelent az édességipar számára. A várakozások azt mutatják, hogy az iparág bevétele több, mint 800 milliárd amerikai dollárral fog gyarapodni 2026-ban a 2013-as adathoz képest.



2. ábra: Az édességipar globális bevételeinek alakulása milliárd USD-ban kifejezve 2013-2026 között

Forrás: Saját szerkesztés a Statista (2021) beszámolója alapján

1.1.4. A kakaóbab termelése és nemzetközi kereskedelme

A kakaóbab termesztése még napjainkban is túlnyomórészt kézi munkával történik, sosem terjedt el a munkagépek használata, ami megkönnyítené és felgyorsíthatná a munkafolyamatokat. Ez egyrészt több millió háztartásnak biztosít munkát a fejlődő országokban lévő trópusi területeken, és az olcsó munkaerő miatt nagyon alacsonyan lehet tartani a kakaóbab árát, s ez bizony egyre kevésbé teszi vonzóvá a szektorban való munkavállalást. Másrészt viszont egy elmaradott technológiát jelent a növény termesztése szempontjából. Ennek ellenére is képesek voltak a munkások évente több, mint 4 millió tonna kakaóbabot termelni (Voora *et al.*, 2019).

A világ két legnagyobb kakaóbab termesző országa Elefántcsontpart és Ghána, így a két ország együttesen a világ összestermesztésének a felét adja, így Nyugat-Afrika számít a legnagyobb kakaótermelő régiójának. Egyébként Nyugat-Afrikából származik az összes kakaóbab közel kétharmada. Elefántcsontpart önmagában több, mint 2 millió tonna kakaót termeszt évente, ami azt jelenti, hogy az ország egyedül termeszt a világon megtermelt mennyiség több, mint 30%-ét. Ez a mennyiség több, mint kétszer meghaladja a második helyen szereplő Ghána által termesztett kakaóbab mennyiségét, s ezzel a teljesítménnyel toronymagasan az első helyen szerepel. A dobogó harmadik helyét Indonézia foglalja el annak

ellenére, hogy az 1980-as évek előtt alig termesztettek kakaóbabot az országban (*Chocolate Phayanak, 2022*).

Nyugat-Afrika a vezető szerepét a kakaóbab termesztésében az 1920-as években szerezte meg Dél-Amerikától és a Karib-térségtől, és azóta is töretlenül tartja a pozícióját. Mivel Nyugat-Afrika főleg a kakaóbab-termelésből szerzi a bevételét, ezért a régió jelentős mértékben függ az európai édességipar keresletétől, ugyanis a kakaóbab döntő hányada Európában kerül feldolgozásra (*Fold, 2001*).

Azt a mennyiséget, amely nem kerül exportálásra, helyben dolgozzák fel és fogyasztják el. Elefántcsontpart közel 80%-át értékesíti a világpiacon a helyben termesztett kakaóbabnak, melynek nagy részét Hollandia, az Egyesült Államok, Németország, Spanyolország és Kanada importálja. A maradékból kakaóvaját, -masszát, -port és tortát készítenek, amit elfogyasztanak és/vagy Afrikán belül tovább exportálnak. A klasszikus kereskedelmi elméletek szerint egy nemzetnek egy olyan termék előállítására és exportálására kell specializálnia, amely termelési tényezőben relatíve gazdag. Az Elefántcsontpart kihasználta a kedvező éghajlatot és a földrajzi adottságokat, amivel sikerült a világ első számú kakaóbab termesztőjévé és exportálójává válnia (*Verter, 2016*).

2. táblázat: **A termesztett és exportált kakaóbab mennyisége 2017 és 2019 között**

M.e.: tonna

	Termelés			Export		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Elefántcsontpart	2 034 000	2 154 400	2 180 000	1 510 082	1 525 594	1 621 749
Ghána	893 598	904 700	811 700	573 334	843 641	643 643
Indonézia	590 684	767 280	783 978	23 594	27 827	30 456
Nigéria	325 000	340 000	350 146	288 008	294 661	299 625
Kamerun	246 200	249 900	280 000	221 667	236 082	310 633
Brazília	235 809	239 318	259 425	754	616	491
Ecuador	205 955	235 182	283 680	284 546	294 063	270 943
Peru	121 814	134 676	135 928	58 238	61 970	59 857
Dominikai Köztársaság	86 599	85 139	88 961	54 902	62 844	70 137
Kolumbia	89 282	97 978	102 154	11 876	7 056	9 116

Forrás: Saját szerkesztés a FAO (2022) adatai alapján

Az *Élelmezésügyi és Mezőgazdasági Világszervezet (FAO, 2022)* adatai alapján a kakaóbab importját tekintve Hollandia áll az első helyen, évi közel 1 millió tonna importált

kakaóbabbal. Ez kétszer több, mint az Amerikai Egyesült Államok vagy Németország által beszerzett mennyiség. Hollandia nevéhez fűződik a híres holland kakaópor, amit a profi cukrászok mellett háziasszonyok is előszeretettel használnak fel különböző édességek és sütemények elkészítéséhez. A második helyen 2017-ben az USA állt, de az azt követő két évben a harmadik helyre szorult, s Németország foglalta el a pozíciót. A top 10 kakaóbab importáló ország közé tartozik még Franciaország, az Egyesült Királyság, Olaszország, Spanyolország, Kanada, Belgium és Svájc. Ezekben az országokban nem csak feldolgozzák a kakaóbabot és a köztes terméket tovább értékesítik, hanem a csokoládékat és/vagy csokoládét tartalmazó édességeket is készítenek. Nem meglepő, hogy azok az államok importálják a legtöbb kakaóbabot, amelyek híresek az országban gyártott édességeikről, gondolok itt az olasz Ferrero Rocher, Nutella és Kinder termékekre, a német Rittersport, Schogetten és Merci csokoládéokra vagy az amerikai Milky Way, Twix, Snickers, Mars stb. édességekre. Véleményem szerint a belga csokoládémárkák nem annyira ismertek, mint az előbb felsorolt brandek, azonban a közvélemény összekapcsolja a „belga csokoládé” kifejezést a kiemelkedő minőségű édességipari termékekkel. A svájci csokoládé is híres, talán a legismertebb az alpesi tejből készült Milka csokoládé miatt, azonban azt érdemes megemlíteni, hogy ennek a márkának a termékeit nem Svájcban, hanem Németországban készítik 1901 óta, ahogy ez az érdekesség kiderül a Mondelez által 2017-ben publikált *Milka Fact Sheet* című dokumentumból.

3. táblázat: **A kakaóbab importált mennyisége 2017 és 2019 között**

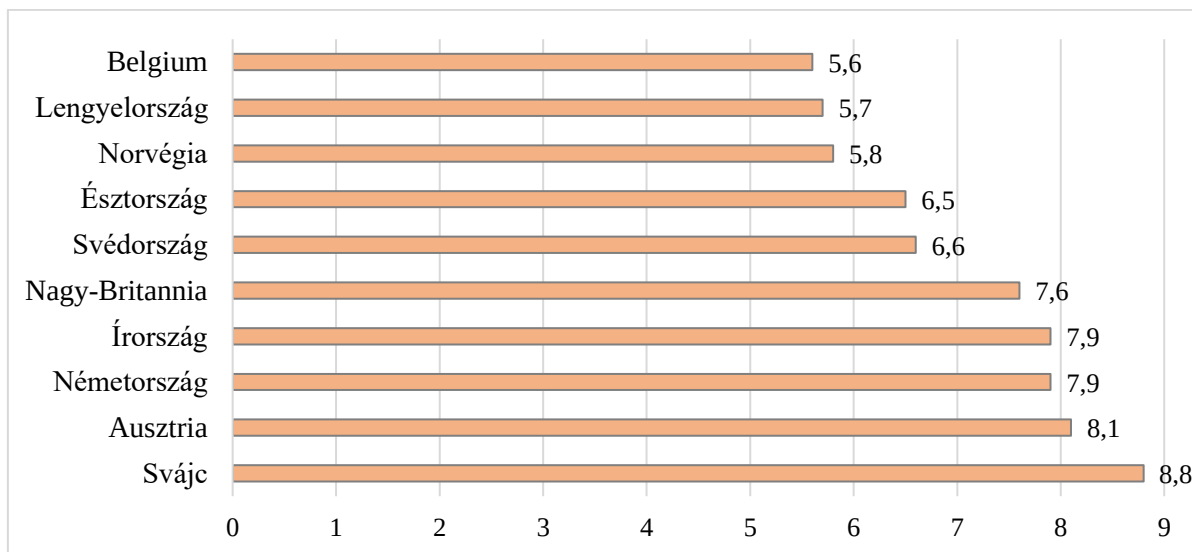
	2017	2018	2019
Hollandia	993 345	1 157 150	1 080 267
Amerikai Egyesült Államok	470 258	415 272	375 536
Németország	448 744	469 618	469 488
Franciaország	142 091	155 910	156 765
Egyesült Királyság	105 452	113 525	101 353
Olaszország	100 242	98 406	99 160
Spanyolország	123 663	99 990	101 667
Kanada	38 144	100 443	91 017
Belgium	320 274	233 636	280 930
Svájc	42 784	44 984	49 159

Forrás: Saját szerkesztés a FAO (2022) adatai alapján

1.1.5. A csokoládéfogyasztás alakulása

A csokoládéfogyasztás alakulására vonatkozó részletes adatokat (országokra lebontva) a *Lindt & Sprüngli (2017)* éves beszámolójában találtam, s a vállalat forrásként az Euromonitort jelölte meg.

Az alábbi ábrán azokat az országokat lehet látni, amelyek 2017-ben az egy főre vonatkozó legnagyobb mennyiségű csokoládét fogyasztották el. Az első három helyen a DACH-országok állnak, azaz, Svájc, Ausztria és Németország. Svájcban az egy főre eső elfogyasztott csokoládé mennyisége 8,8 kg, ami azt jelenti, hogy minden svájci lakos évente csaknem 9 kg csokoládét fogyaszt el. Természetesen ez csak egy átlag, nyilvánvalóan vannak, akik sokkal kevesebbet fogyasztanak el ebből az édességből, s vannak olyanok is, akik sokkal többet. Ausztriában egy főre 8,1 kg elfogyasztott csokoládé jutott, Németországban pedig egy főre jutó mennyiség 7,9 kg. Az ezt követő helyeket Írország (7,9 kg/fő), Nagy-Britannia (7,6 kg/fő) és Svédország (6,6 kg/fő) tölti be. A tizedik helyen Belgium áll 5,6 kg/fő csokoládémennyiséggel. Az ábrán nem látható, de Belgiumot Finnország követi a sorban, így elmondható, hogy 2017-ben a világon az észak- és a nyugat-európai országok fogyasztották el a legtöbb csokoládét, ha a lakosság számára vetítjük a mennyiséget, hiszen az összes DACH (Németország, Ausztria, Svájc) - és a Skandináv ország előkelő helyet ért el ebben a statisztikában. Látható, hogy Lengyelország lett a hetedik helyezett az egy főre eső 5,7 kg csokoládéval. Szlovákia a tizenkettedik a sorban, 10 dkg-mal megelőzve Hollandiát. Magyarország pozíciója sajnos tisztázatlan maradt, csak annyi derült ki, hogy nincs a top 20 ország között, így 4,3 kg-nál kevesebb az egy főre jutott elfogyasztott csokoládé mennyisége a vizsgált évben.



3. ábra: A világ legtöbb csokoládéját fogyasztó országok listája 2017-ben (kg/fő)

Forrás: Saját szerkesztés a Lindt & Sprüngli (2017) éves beszámolója alapján

1.1.6. Piaci lehetőségek, korlátok

Az édességipar olyan hatalmassá nőtte ki magát az évszázadok alatt, és több olyan piaci szereplő van, amelyek a világ nagy részén ismertek, hogy véleményem szerint roppant nehéz úgy belépni a piacra, hogy egy nagyobb réteget el lehessen érni a termékekkel. A termékek életciklusa az érettség fázisban van, az édességkészítés módszerei pedig régóta nem változtak.

A piaci lehetőségeket abban látom, hogy valami szokatlan, nem mindennapi ízzel vagy édességkombinációval rukkoljon elő egy vállalat, vagy pedig egy piaci rést kihasználva készítsenek termékeket egy szűkebb vevőkörnek. Ilyenek lehetnek például a cukor-, laktóz-, „mindenmentes” édességek, amelyek a cukorbetegeknek, inzulinrezisztenciás embereknek, továbbá a valamilyen érzékenységgel vagy intoleranciával együtt élő személyek számára készülnek elsősorban annak érdekében, hogy ők is fogyaszthassanak édességeket anélkül, hogy az az egészségükre káros hatással lenne.

Mindenképpen az ágazat egyik legnagyobb erősségének tartom a termékek változatosságát. A különböző ízeknek/íz kombinációknak nagyjából csak a képzelet szabhat határt az alapanyagok mellett, így nagy eséllyel a potenciális fogyasztók kivétel nélkül találnak olyan terméket, amely minden igényüket kielégíti. Az íz mellett a formával, a textúrával, a kizsírítással és a csomagolással is lehet kísérletezni és sikert elérni.

Másik erőssége az iparágnak, hogy mivel a termékek nagy része nem romlandó, ezért nem feltétlenül kell egyszerre csak annyi terméket előállítani, amit rövid időn belül biztosan sikerül eladni. A raktározás sem tűnik komplikátnak, hiszen akár egymásra is lehet pakolni a dobozokat/ládákat, amiben a termékeket tartják és szállítják, arra viszont figyelni kell, hogy a hőmérséklet megfelelő legyen azért, hogy ne olvadjanak meg bizonyos édességek és rágcálnivalók, mint például a csokoládé. Előfordul, hogy a termékek megsérülnek a szállítás közben, vagy amíg a boltok polcaira kerülnek, de a fogyasztók így is hajlandóak megvenni ezeket a termékeket. Egy kettétört csokoládét vagy egy benyomódott dobozos bonbont el lehet adni, de például egy törött tányért már nem, még akkor sem, ha csökkentik az eladási árát.

Az erősségek mellett természetesen vannak az ágazatnak gyengeségei is, amelyek megnehezíthetik a vállalatok sikerességét.

Az egyik gyengeség, hogy a kakaóbab termelése és felhasználása földrajzilag igen távol vannak egymástól. A szállítást meg tudják oldani költséghatékonyan, hiszen elképesztően nagy mennyiséget szállítanak évente, de minél távolabb van a kitermelés és a feldolgozás, annál nagyobb a kockázat, hogy hiba csúszik a logisztikába vagy valamilyen váratlan esemény következtében kár keletkezik a rakományban.

Egy másik gyengeség, hogy az édességipar túlnyomórészt egészségtelen termékeket állít elő, amikben rengeteg cukor található. Igaz, hogy a cukor az alapja az édességiparnak, viszont így az egészségtudatosabbá váló fogyasztókat elveszítik, s a termékek döntő hányadáról például a diabéteszeseknek és egyéb betegségekkel együtt élőknek le kell mondaniuk, mert számukra kis mennyiségben is veszélyesek is lehetnek az édességek.

Bár *Nuttall (1988)* véleménye szerint az anyatejen kívül nem létezik olyan élelmiszer a világon, amelyben minden tápanyag tökéletes egyensúlyban fordulna elő, amiből az következik, hogy nem létezik jó vagy rossz étel, csak jó vagy rossz étrend. Tehát megfelelően beillesztve az étrendbe bátran lehet fogyasztani csokoládét, vagy egyéb édességeket, a mennyiségre kell a fő hangsúlyt fektetni.

Ha valaki elég kreatív és megfontolt, mindig talál egy újabb lehetőséget, amit kiaknázhathat. Az édességiparnak lehetősége van arra, hogy számos édesítőszer közül válasszon, vagy például állati eredetű tejtermék helyett növényi tejet használjanak annak érdekében, hogy a speciális étrendet, diétát követőket is sikeresen meg tudják célozni.

A kisebb vállalatok számára lehet lehetőség, ha nagyon hasonló, szinte már ugyanolyan ízű édességet sikerül előállítani, mint egy sokkal ismertebb ágazati szereplő, mert így megfelelő marketinggel és promócióval sok fogyasztóhoz lehet eljutni. Az édességiparban nem számít annyit a márka, mint egy műszaki cikknél, de a fogyasztók itt is megfizetik a márkanévet. Így tehát ízre megfelelő, de olcsóbb alternatívát lehet kínálni a fogyasztóknak.

Az édességek negatív hatással lehetnek az egészségre, főleg azok a termékek, amelyek magas cukortartalommal rendelkeznek. Minél több ember válik egészségtudatosabbá és minél többen próbálják minimalizálni a cukor- és szénhidrátbevitelüket, valamint minél inkább kerülnek a transzzsírokat, annál inkább csökkeni fog a kereslet a hagyományos édességek iránt.

Nem csak az egészségtudatosan étkező emberek miatt csökkenhet a kereslet az édességipar termékei iránt, hanem különböző érzékenységek és betegségek miatt is. Ilyen betegség lehet többek között a diabétesz. A WHO (2022) szerint világszerte 422 millió szenved cukorbetegségben, így számukra a termékpaletta sokkal szűkösebb, hiszen a termékek döntő többsége tartalmaz a cukorbeteg számára tiltólistás összetevőt.

A cukorbetegség mellett a laktózérzékenység is veszélyezteti úgymond az édességipart, ugyanis a laktózérzékenyeknek nem javasolt a tej és tejtermékek fogyasztása, így a tejszokoládé sem. Ez az érzékenység gyakoribb, mint gondolnánk, a világon a felnőttek kb. 65%-át érinti, leginkább a kelet-ázsiai országokban, ahol az emberek 70-100%-ánál mutatható ki az érzékenység. Legkisebb arányban pedig az észak- és közép-európaiak érintettek kb. 5%-kal (World Population Review, 2022).

Kormányzati intézkedések is negatív hatással lehetnek az édességiparra, mint például a hazánkban 2011-ben bevezetett népegészségügyi termékadó (NETA) fizetése, amellyel arra ösztönzik a gyártókat, hogy az általuk előállított termék minél kevesebb cukrot tartalmazzon. Hasonló intézkedést vezettek be az Egyesült Királyságban is.

A természeti tényezők is veszélyeztethetik az édességgyártást, elsősorban a kakaóbab-termesztést, ami a csokoládé és a kakaópor fő alapanyaga. A termelőknek mindig is problémát jelentett a kakaófák egészségállapota, amit többek között vírusok, rovarok és egyéb fát érintő betegségek okoznak. Például Ghána épp egy ilyen növénybetegség, a kakaó duzzadt hajtásvírus (CSSV) miatt veszítette el a világvezető pozícióját a kakaótermelésben az 1970-es években. Emellett a klímaváltozás és a globális felmelegedés is negatív hatással lehet az iparágra. A

szárazság nagyobb problémát okozhat, mint a hőmérséklet-változás, mert az utóbbira a kakaó kevésbé érzékeny. Ennek következtében csökkenhetnek azok a területek, amelyek alkalmasak a kakaóbab termesztésére, amely idővel súlyos hiányt okozhat a kínálatban, hiszen a kereslet nem csökken a növény és az abból készült élelmiszerek iránt. Ezt a nehézséget például preventív nemesítéssel kívánják legyőzni (*Cilas – Bastide, 2020*).

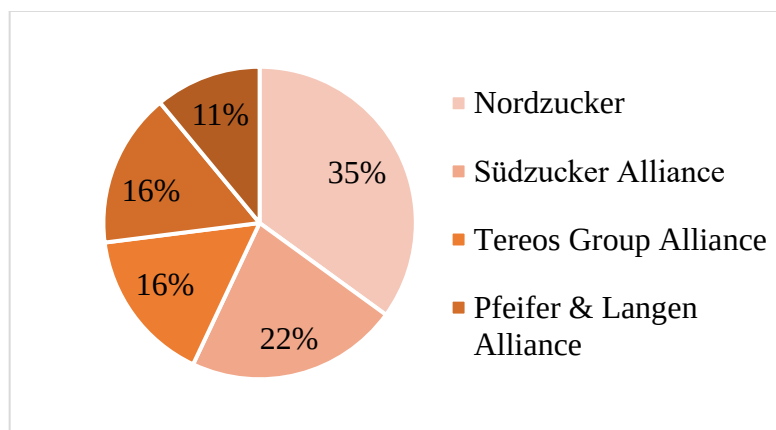
A természeti tényezőkön kívül a kakaóért fizetett alacsony ár eltántorítja a fiatalokat attól, hogy ebben a szektorban vállaljanak munkát. Ghánában és az Elefántcsontparton (Côte d'Ivoire) dolgozók a kemény fizikai munkáért – amit főleg kézzel végeznek – átlagosan 3-6 centet kapnak az eladott csokoládé szeletek kiskereskedelmi árából. Ezt a nagyvállalatok úgy próbálják ellensúlyozni, hogy közvetlen befektetésekkel támogatják a kakaóbab termelőket. Ezzel a megoldással a fenntartható forrásból származó édességek keresletét is ki tudják elégíteni (*Voora et al., 2019*).

1.1.7. Az európai cukorágazat

Az európai cukoripar elsődlegesen és többnyire cukorrépát dolgoz fel, cukornádat csak nagyon kis mennyiségben. Európában termelik a világ összes cukorrépájának a felét, ám a világon megtermelt cukor csupán 20%-a készül cukorrépából, a maradék 80% pedig cukornádból. 2017 szeptember 30-án megszűnt az EU cukorra vonatkozó kvótarendszere, ami az exportálható maximum cukormennyiségre vonatkozott. Ezzel az intézkedéssel megnyílt a versenyképes tagállamok előtt a lehetőség arra, hogy a külpiacokon is szabadon értékesítsék a többlettermelésüket (*Garay et al., 2018*).

Az Európai Egységes Piacon 2016-ban 100 cukorgyárműködött, amelyből 96 szakosodott a cukorrépa feldolgozására. A maradék 4 gyár vagy a cukornád feldolgozására és finomítására specializálódott, vagy vegyesen dolgoz fel és finomít cukorrépát és -nádat. Ebben az időben 5 multinacionális vállalat irányította a cukorrépa piacot Európában. Ezek a vállalatok a következők: Nordzucker, Südzucker Alliance, Tereos Group Alliance, Pfeifer & Langen Alliance és British Food Alliance. Igaz, hogy az Egyesült Királyság 2020 óta már nem tagja az Európai Uniónak, de abban az időben még tagállam volt, s emellett még mindig az európai kontinenshez tartozik, így nem láttam értelmét kihagyni a piaci szereplők közül. Az 5. ábrán látható, hogy ezeknek a multinacionális vállalatoknak mekkora (volt) a 2016. évi piaci részesedésük mértéke. Az első két helyen szerepel a német székhelyű Nordzucker és Südzucker Alliance összesen 57%-os részesedéssel. A harmadik helyen a Tereos Group Alliance (Tereos

szövetkezeti konglomerátum) áll, amely franciaországi székhellyel és 16%-os piaci részesedéssel rendelkezik. Ezzel a céggel holtversenyben, szintén a dobogó utolsó fokán áll a Pfeifer & Langen Alliance, amely szintén egy német cukoripari vállalat. Az utolsó, negyedik helyen a brit Associated British Food Alliance áll 11%-os részesedéssel. Ezek alapján elmondható, hogy Európán belül Németország rendelkezik a legjelentősebb cukoriparral, ugyanis a top öt cukoripari vállalatból háromnak Németországban van a székhelye. Ezek a vállalatok több Európán belüli cukorgyárat is működtetnek, illetve irányítanak. Például a Nordzucker körülbelül két tucat cukorgyárat irányít Dániában, Finnországban, Lengyelországban, Németországban, Litvániában és Szlovákiában. Franciaországban található a legtöbb cukorrépagyár, szám szerint 25, viszont figyelmen kívül hagyták Franciaország tengerentúli megyéit, így ez a szám valójában magasabb ennél. Németországban 20 darab ilyen cukorgyár található, Lengyelországban pedig 18, de az itt található cukorgyárak egyike sem ért fel az öt legnagyobb piaci részesedéssel rendelkező vállalatokhoz. Csehországban 7, Spanyolországban 5, Egyesült Királyságban pedig csupán 4 cukorgyár található, amely cukorrépat dolgoz fel. Ha már a szakdolgozatomban a V4 országok közül háromra helyezem a hangsúlyt, fontosnak tartom megemlíteni, hogy Szlovákiában 2, valamint Magyarországon egyetlen cukorgyár található, amely cukorrépához kapcsolódik (Maitah et al., 2016).



4. ábra: Az európai cukorpiac legmeghatározóbb szereplőinek piaci részesedése 2016-ban

Forrás: Saját szerkesztés Maitah et al. (2016) adatai alapján

1.2. A VISEGRÁDI EGYÜTTMŰKÖDÉS ORSZÁGAI

A Visegrádi együttműködés – ahogy a nevében is benne van – egy politikai együttműködés 1991. február 15-én született meg a Visegrádi Nyilatkozat aláírásával. A nyilatkozatot Václav Havel, a csehszlovák köztársasági elnök, Lech Wałęsa, Lengyelország elnöke, illetve Antall

József, Magyarország miniszterelnöke írta alá. A Visegrádi Nyilatkozat tartalmazza, hogy az európai integráció felé vezető úton a három (ma már négy) ország szorosan együtt fog működni. A Visegrádi együttműködés tagjait V4-eknek vagy Visegrádi Négyeknek is nevezik. Egyik fő céljuk az volt, hogy felvételt nyerjenek az Európai Unió tagállamai közé. ami meg is valósult, s emellett az országok csatlakoztak a NATO-hoz is. A V4-ek létrehozták a Nemzetközi Visegrádi Alapot, amely az együttműködés elősegítését célozza meg a tudomány, a kultúra és az oktatás területén, és emellett olyan törekvéseket is támogat, amely a szomszédos országok kapcsolatának megerősítését célozzák meg (Bernek, 2018).

A Visegrádi Nyilatkozat aláírásával tehát egy regionális együttműködés született meg az országok között, ami reményt ad arra, hogy képesek befolyásolni Közép-Európa jelenét és jövőjét úgy, hogy közben az Európai Unió által meghatározott keretek között maradnak. Úgy tartják néhányan, hogy az együttműködés nem lehet sikeres, ha az országok nem ismerik meg kölcsönösen egymást és a szomszédos országokat, ami viszont a társadalmaktól időt és pénzt követel. Ezt a követelést szerintük csak a politikai és szellemi elit képes biztosítani ezeknek a Közép-Európában lévő társadalmaknak. Úgy vélték, hogy kizárólag akkor lesz sikeres az együttműködés, ha azt lassan, az alapoktól kezdve építik fel úgy, hogy az összes tagország kiveszi a saját részét. Fontos hangsúlyozni, hogy az együttműködés csupán érdekegyeztető fórumként működik, ahol különböző véleményeket, nézeteket, álláspontokat és érdekeket mutatnak be, s ezeket próbálják összehangolni az országok között. Nélkülözhetetlen, hogy olyan gazdasági, energetikai és közlekedési hálózatokat építsenek ki a V4 országai között, amelyek összekapcsolják őket. Ez egy roppant lassú folyamat, s emellett kifejezetten költséges is. Az Európai Unió teljes mértékben támogatja a regionális együttműködéseket, így nincs semmiféle viszály a V4-ek és az EU között (Hamberger, 2010).

2. ANYAG ÉS MÓDSZER

Szakedolgozatom megírásához elsősorban nemzetközi szakirodalmat és forrásokat dolgoztam fel, mivel sajnos nem túl sok hazai forrás állt rendelkezésemre, illetve a szakirodalmi áttekintést leginkább az édességipar nemzetközi helyzetének bemutatására alapoztam.

A szakirodalom feldolgozásán túl szekunder adatgyűjtést végeztem, a nemzetközi EMIS adatbázison elérhető adatokkal dolgoztam, melyeket a vizsgált országok (Magyarország, Lengyelország, Szlovákia) édességipari helyzetének bemutatásához és összehasonlításához használtam fel.

Eredetileg a V4 országok édességiparát szerettem volna összehasonlítani különböző pénzügyi mutatók alapján 2018 és 2020 között, azonban sajnos az adatok szűrése után kiderült, hogy 2020-ra vonatkozóan mindössze egyetlen egy cseh édességipari vállalatra vannak meg a szükséges adatok, így Csehországot kizártam a további elemzésből.

Először az EMIS adatbázisból 2018 és 2020 között minden évre egyesével kiszűrtem az édességiparra (sugar confectionery) vonatkozó adatokat az általam elemzett országokra. A szűrés során az összes lehetséges opciót kiválasztottam, amit tartalmazhat a fájl, hogy minden lehetséges adat benne legyen a fájlokban, így elkerültem azt, hogy valami fontos mutató kimaradjon, ami miatt teljesen előlről kellett volna kezdeni a szűrést az adatbázisból. Annak érdekében pedig, hogy a lehető legátláthatóbb legyenek a fájlok, nem csak az évekre végeztem a szűrést külön-külön, hanem az országokra is.

Mindegyik fájl tartalmazta többek között a vállalatok neveit, a fő tevékenységi kör(öke)t, különböző pénzügyi mutatókat, illetve egyéb pénzügyi adatokat is. Voltak olyan oszlopok, amelyek mindegyik vállalat esetében üres maradt, így azokat kitöröltem a fájlból azokkal együtt, amelyekben biztos voltam, hogy nem fogom felhasználni (pl. a vállalat email címe). Ezután megnéztem a fő tevékenységi kört, és azokat a vállalatokat is kitöröltem, amelyek kizárólag cukorrépa vagy cukornád feldolgozásával foglalkoznak. Miután ezeket a módosításokat elvégeztem, feltűnt, hogy Csehország 2020-as adatait tekintve csupán egy vállalat maradt, emiatt szűkítettem az édességipar helyzetének bemutatását a maradék három Visegrádi országra, azaz Lengyelországra, Magyarországra és Szlovákiára.

A különböző szűrések elvégzése után 78 lengyel, 39 magyar és 20 szlovák édességkészítéssel foglalkozó vállalat adatait tudtam elemezni a dolgozatom elkészítéséhez. Az

üzemi üzleti tevékenység (EBIT) alapján sajnos Lengyelország esetén tovább kellett szűkíteni a vizsgált vállalatok számát, mivel az EMIS néhol nem tartalmazott ennek megfelelő adatot, azonban az azt megelőző részekben kapott eredményeket az eredeti vállalatokkal készítettem el. Így a vizsgált lengyel vállalatok száma 78-ról 59-re csökkent.

Mivel az országok pénznemei különbözőek, egy közöset kellett találni, hogy érdemlegesen össze lehessen hasonlítani a pénzügyi adatokat. Az EMIS adatbázisban lehetőség van USD-ban és EUR-ban lekérni az adatokat, és mivel mindhárom ország európai, így az eurót választottam közös pénznemnek.

Az EMIS adatbázis többek között néhány pénzügyi mutatót is tartalmaz (pl. ROA, ROS, ROE), de mivel voltak olyan vállalatok, melyeknél hiányzott legalább egy pénzügyi mutató értéke, viszont minden adott volt, hogy saját számítások alapján megkapjam ezeket az értékeket, így saját számításokat végeztem. Ezzel sikerült elkerülnöm, hogy a vállalatok listáját tovább szűkítsem. Az adatbázisban szereplő és az általam számolt mutatók szinte teljesen megegyeztek, a minimális különbségek valószínűleg a kerekítéseknek volt köszönhető, ugyanis az adatbázisban szereplő értékek ezer euróra vannak kerekítve.

A méret szerinti kategorizálást a 2004. évi XXXIV. törvény alapján készítettem el. Az értékesítés nettó árbevétele és a mérlegfőösszeg alapján csoportosítottam a vállalatokat a mikro-, kis-, közép- és nagyvállalkozások közé.

A koncentráció vizsgálatához *Kerékgyártó et al. (2017)* leírása alapján a Lorenz-görbe került felhasználásra.

A vállalatok üzemi, üzleti tevékenység eredményét és a jövedelmezőségi mutatóit táblázatosan szemléltetem, az osztályközöket és a táblázat általános felépítését úgy készítettem, mint ahogy az *Erdős és Szöllősi (2021)* közleményében szerepel. A jövedelmezőségi mutatók közül a ROA, a ROS és a ROE alapján vizsgáltam a vállalatokat, viszont nem történt szűrés a kiugró és a negatív értékekre, így néhol bizonyos mértékű torzítás vehető észre, elsősorban a szlovák vállalatok esetén. A jövedelmezőségi mutatókhoz a következő képleteket használtam:

- *(Operating) ROA = EBIT / Mérlegfőösszeg (Finance Train, 2022)*
- *ROS = EBIT / Árbevétel (Ross, 2022)*
- *ROE = Adózott eredmény / Saját vagyon (Zéman – Bléhm, 2017)*

3. EREDMÉNYEK ÉS AZOK ÉRTÉKELÉSE

3.1. A VÁLLALATOK BESOROLÁSA ÉVES NETTÓ ÁRBEVÉTEL ÉS MÉRLEGFŐÖSSZEG ALAPJÁN

A vállalatok méret szerinti kategorizálását háromféleképpen tehetjük meg: a foglalkoztatottak száma, az éves nettó árbevétel és a mérlegfőösszeg alapján. Mivel az EMIS adatbázis mindössze néhány esetben tartalmazta a foglalkoztatottak számát, ezért a vállalatokat csupán az éves nettó árbevétel és a mérlegfőösszeg alapján soroltam be a négy kategória (mikro-, kis-, közép- és nagyvállalkozás) egyikébe. A besorolás a 2004. évi XXXIV. törvényben meghatározottak alapján történt meg, és az alábbi táblázat is aszerint készült el (XXXIV. törvény, 2004).

4. táblázat: **A vállalatok méretének meghatározása az éves nettó árbevétel és a mérlegfőösszeg alapján**

	Éves nettó árbevétel	M.e.: ezer € vagy mérlegfőösszeg
Nagyvállalkozás	> 50 000	> 43 000
Középvállalkozás	≤ 50 000	≤ 43 000
Kisvállalkozás	≤ 10 000	≤ 10 000
Mikrovállalkozás	≤ 2 000	≤ 2 000

Saját szerkesztés a 2004. évi XXXIV. törvény alapján

A 4. táblázatban a sorokat eltérő színekkel jelöltem, és a későbbiekben is ugyanezt a színekódolást (színskálát) fogom használni a kapott értékek besorolására a táblázatok esetében. Mint ahogy az látható, a legvilágosabb szín jelöli a mikrovállalkozásokat, és az éves nettó árbevétel és/vagy a mérlegfőösszeg növekedésével egyre sötétebb szín jelöli a kis- és középvállalkozásokat, a legsötétebb szín pedig a nagyvállalkozásokhoz tartozik.

3.1.1. A vállalatok méret szerinti kategorizálása az éves árbevétel alapján

Ebben az alfejezetben az átlagos vállalatméretet határozom meg az átlagos éves árbevétel alapján, ami azt jelenti, hogy a vizsgált cégek árbevételét átlagoltam mindhárom évben, és a kapott eredményre állapítottam meg, hogy az átlag vállalkozásméret melyik kategóriába esik.

5. táblázat: A vállalatok méretének meghatározása az éves átlag árbevétel alapján
2018 és 2020 között

		M.e.: ezer €					
		2018		2019		2020	
		Átlag	Medián	Átlag	Medián	Átlag	Medián
	nagy						
	közép						
	kis						
	mikro						
	Lengyelország	20 117	3 021	21 804	3 070	21 335	2 914
	Magyarország	18 191	2 472	19 610	2 391	19 180	1 760
	Szlovákia	10 719	96	11 543	104	12 075	54

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

A fenti táblázat alapján elmondható, hogy az átlag árbevétel alapján mindhárom ország vállalatai a középvállalkozások kategóriájába sorolható az összes vizsgált évben, ami azt jelenti, hogy az árbevétel 10 és 50 millió euró közé tehető. Tehát a besorolás szempontjából az országok nem különböznek egymástól, s az évek során sem történt szignifikáns változás, vagyis az átlagos vállalatméret az idő során se nem nőtt, se nem csökkent. Továbbá az is szembetűnő, hogy mindhárom ország édességiparának az átlagbevétele közelebb van az alsó – 10 millió €-s – értékhatárhoz.

Emellett az is megállapítható a táblázat alapján, hogy az országok vállalatainak átlagbevétele az évek során elég csekély mértékben változott. Kivétel nélkül 2018-ban volt a legalacsonyabb az éves átlagbevétel, ám a további években már nem ennyire egységes teljesítményt nyújtottak a különböző országok vállalatai e tekintetben. 2019-ben ugyan az összes érték nagyobb 2018-hoz képest, viszont a 2020-as adatok megváltoztatják a tendenciát.

Lengyelország és Magyarország édességipari vállalatai 2019-ben érték el a legnagyobb átlagbevételt, mivel 2020-ban mindkét ország vállalatai esetén egy kisebb – kevesebb, mint 500 ezer eurós – visszaesés látható. A szlovák vállalatok legnagyobb átlagbevétele ezzel ellentétben 2020-ban volt. Míg a másik két ország vállalatai közelítőleg 500 ezer euróval kevesebb, addig a Szlovákiában lévő vállalatok ugyanekkora összeggel nagyobb bevételre tettek szert az évben. Tulajdonképpen Szlovákia az egyedüli vizsgált ország, amelynek vállalatai fokozatosan növekvő tendenciát mutatnak a három év alatt.

A szlovák vállalatok 2018-hoz képest két év alatt 2 millió euróval növelték a bevételüket, Magyarország és Lengyelország édességipari cégei pedig a csökkenés ellenére is 1-1 millió euróval több (átlag) bevételre tettek szert.

Ha az országok édességiparát az árbevétel szerint rangsorolnánk, akkor Szlovákia kerülne a dobogó aljára a kb. 10-12 millió eurós átlagbevételével. Őt követné Magyarország a 18-19 millió eurós árbevétellel, ami legalább másfélszer annyi, mint a szlovák vállalatok bevétele. Az első helyezést Lengyelország érdemelné a lengyel vállalatok 20-21 millió eurós árbevételével. Ez az összeg alig néhány millióval tér el a magyar vállalatok átlagától, viszont körülbelül a szlovák cégek értékének duplája, vagyis az első két hely között minimális az eltérés, azonban a második és a harmadik között már számottevő a különbség.

Az átlag árbevétellel szemben a medián értékek már érdekesebb képet vázolnak fel. Mint ahogy az a fenti táblázatban is látható, itt már nem a közép vállalkozások kerülnek a középpontba. Összesen ötször szerepel a kisvállalkozás, és négyszer pedig a mikrovállalkozás mint átlagos méret.

Lengyelországban a medián értékek ugyanazt a tendenciát mutatják, mint az átlag árbevételek, viszont itt már nem érik el a milliós nagyságrendű növekedést és/vagy csökkenést. Emellett a medián árbevétel minden évben a csupán a kisvállalkozás kategóriához elegendő a nagyjából 3 millió eurós értékkel.

Ebből a szempontból Magyarország a legérdekesebb, ugyanis ez az egyetlen ország, amely vállalatainak a három év során legalább egyszer változik a méret szerinti besorolása a medián alapján. 2018-ban és 2019-ben 2,4 millió euró körül alakult a medián árbevétel, ami a lengyel vállalatokhoz hasonlóan a kisvállalkozás kategóriához elég, ám 2020-ban a visszaesés olyan mértékű volt, hogy a 1,7 millió eurós értékkel már csak a mikrovállalkozások közé lehetett besorolni.

Szlovákia édességipari vállalatainak medián árbevételei ismét eltörpülnek a másik két országhoz képest, mindössze 50-100 ezer eurós értékeket tudunk kiolvasni a táblázatból.

A két középérték (átlag és medián) összehasonlítása egyébként azért érdekes, mert a számtani átlag számolásakor teljesen mindegy az értékek sorrendje, mindig ugyanazt az eredményt fogjuk kapni. Ezzel ellentétben a medián egy olyan középérték, melynek meghatározásakor az értékeket (növekvő) sorrendbe kell rendezni, és a középső helyen lévő érték lesz a medián. Ha az átlag és a medián nem egyenlők egymással, akkor ferde eloszlásról beszélhetünk. A fenti táblázatban kivétel nélkül sokkal nagyobb az átlagos árbevétel a mediánnál, vagyis ez esetben jobbra ferde (pozitív) eloszlásról van szó. Ez esetben néhány

nagyobb vállalat éves árbevétele húzza fel az átlagot, de a többség a medián körül helyezkedik el. Például sok mikrovállalkozás és néhány nagyvállalkozás esetében az átlagos méret valószínűleg a középvállalkozás kategóriába fog esni, hiába a vállalatok nagy része egyébként mikrovállalkozás (Turney, 2022).

Az alábbiakban egy részletesebb táblázat látható, amely megmutatja, hogy a vizsgált sokaságba tartozó vállalkozások milyen arányban tartoznak az egyes méret szerint meghatározott kategóriákhoz.

6. táblázat: A vállalatok méretének alakulása az értékesítés nettó árbevétele alapján (a 2018-2020 közötti időszak átlagában)

Kategória	Értékesítés nettó árbevétele (ezer €)	Lengyelország		Magyarország		Szlovákia	
		Vállalkozások száma (db)	Megoszlás (%)	Vállalkozások száma (db)	Megoszlás (%)	Vállalkozások száma (db)	Megoszlás (%)
Mikro	0-2000	32	41,03	18	46,15	14	70
Kis	2001-5000	15	19,23	9	23,08	3	15
	5001-10000	8	10,26	3	7,69	1	5
	10001-30000	12	15,38	5	12,82	1	5
Közép	30001-50000	1	1,28	2	5,13	0	0
Nagy	50000<	10	12,82	2	5,13	1	5
Összesen		78	100	39	100	20	100
Átlag (ezer €)		21 085	-	18 994	-	11 446	-
Medián (ezer €)		3 078	-	2 236	-	87	-
Relatív szórás (%)		214	-	387	-	360	-

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

A táblázatból kiolvasható, hogy mindhárom országban a mikrovállalkozások adják a sokaság legnagyobb hányadát. Lengyelországban van arányaiban a legkevesebb mikrovállalkozás (41,03%), ezt követi Magyarország (46,15%), s végül Szlovákia, ahol a vállalkozások 70%-a a mikro kategóriába sorolandók. Vagyis konkrétan 32 lengyel, 18 magyar és 14 szlovák mikrovállalkozás van a vizsgált sokaságban.

A lengyel édességgyártással/-készítéssel foglalkozó vállalatok közel 30%-a kisvállalkozás, melyből 19,23%, vagyis 15 vállalkozás 5 millió €-nál kevesebb éves árbevételre tett szert a 23-ból. Összesen 13 középvállalkozás van, amely a sokaság kb. 17%-át teszi ki, de ezek közül csak egyetlen egy érte el a 30 millió €-nál magasabb árbevételt a vizsgált időszak

átlagában. A 78 vállalkozásból 10 sorolható be a nagyvállalkozások közé, vagyis a vállalatok több, mint 10%-a – egészen pontosan 12,82% – ért el 50 millió €-nál magasabb árbevételt, s ezzel az aránnyal Lengyelországban van a legtöbb nagyvállalkozás a vizsgált Visegrádi országok közül.

Magyarországon a 39 vizsgált vállalat közül 18 mikro- (46,15%), 12 kis- (30,77%), 7 közép (17,95%) és 2 nagyvállalkozás (5,13%), tehát minél magasabb a kategória, annál kevesebb vállalat található az adott kategóriában. Az átlag árbevétel 18 994 ezer € volt, amelyet összesen legalább 4, maximum 9 vállalat érhetett el a 39 közül.

Szlovákia esetén pedig a vállalatok 70%-a mikro- (14 db), 20%-a kis (4 db), 5%-a közép- (1 db), és 5%-a nagyvállalkozás (1 db). Az átlagbevétel majdnem 11,5 millió €, amit maximum 2 vállalkozás érhetett el a 20 közül.

Az egyes országok vállalataihoz tartozó medián érték minden esetben szignifikánsan kisebb az átlag árbevételnél, ami azt jelenti, hogy az összes országban a vállalatok töredéke húzza fel az átlagot, mivel a közepes- és nagyvállalkozások sokkal magasabb árbevétellel rendelkeznek a többséget alkotó mikro- és kisvállalkozásoknál.

3.1.2. A vállalatok méret szerinti kategorizálása a mérlegfőösszeg alapján

Az árbevétel mellett a mérlegfőösszeg alapján is meg lehet határozni, hogy a vállalatok melyik méret szerinti kategóriába tartoznak. A mérlegfőösszeg a vagyonszerző legutolsó sora, amely a gazdálkodó egység összvagyonát tünteti fel, ami a mérleg elkészítésekor volt aktuális (Görgényi et al., 2016).

7. táblázat: A vállalatok méretének meghatározása a mérlegfőösszeg alapján
2018 és 2020 között

		M.e.: ezer €					
		2018		2019		2020	
		Átlag	Medián	Átlag	Medián	Átlag	Medián
	Lengyelország	27 063	1 980	29 019	1 952	26 246	1 754
	Magyarország	10 949	1 943	11 044	2 077	11 327	1 834
	Szlovákia	6 544	50	6 414	35	8 240	37

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

A fenti táblázat igen hasonlít az előző táblázathoz, amelyben az árbevétel alapján kategorizáltam a vállalatokat, viszont akadnak különbségek is, amikről érdemes említést tenni.

Az átlagos mérlegfőösszeg alapján Lengyelországban és Magyarországon is a középvállalkozás kategóriába sorolható mindhárom évben az átlag vállalkozásméret, a szlovák vállalatok pedig csupán az eggyel kisebb mérethez elegendő átlagos mérlegfőösszeggel rendelkeztek, így 2018 és 2020 között Szlovákiában az átlagos vállalkozásméret a kisvállalkozás volt az édességipart tekintve.

Lengyelország piaci szereplői több, mint 25 millió eurós mérlegfőösszeget tudhat magáénak, amely igencsak közelít a 30 millió €-hoz, de még ez is elég távol van a 43 millió eurós határhoz, amit átlépve a nagyvállalatok közé lehetne sorolni. Ezekkel az értékekkel majdnem háromszor akkora mérlegfőösszeggel rendelkezik, mint a magyar vállalatok a 10-11 millió eurós mérlegfőösszegekkel. Szlovákia pedig ismét az utolsó helyen kullog a 6-8 millió eurós mérlegfőösszegével.

2019-ben volt a tetőpontja a lengyel vállalatok mérlegfőösszegének, és a 2020-as évben volt a mélypont, amely majdnem 3 millió euróval kevesebb az előző évi értéktől. Viszont 2018-hoz képest „alig” 800 ezer euróval volt kisebb az átlag mérlegfőösszeg.

Magyarország piaci szereplői összességében a lengyelekkel ellentétben folyamatosan javuló tendenciát mutattak a három évben. Igaz, mindössze néhány tízezer euróval javult évente a mérlegfőösszeg, de mindenképpen pozitív az eredmény. Továbbá az is elmondható a magyar vállalatokhoz tartozó értékekről, hogy mindhárom évben nagyon közel voltak ahhoz, hogy ne a közép-, hanem a kisvállalkozások közé tartozzanak.

Szlovákia vállalatai a magyar példával megegyező trendet követték az évek során, bár a szlovák vállalatokhoz kapcsolódó mérlegfőösszegek 2020 kivételével majdnem feleakkorák. 2020-ban 2019-hez képest sokkal nagyobb növekedés figyelhető meg. Míg Magyarország piaci szereplői kevesebb, mint 300 ezer €-val tudták növelni az átlag mérlegfőösszeget, addig a szlovák vállalatok mérlegfőösszege majdnem 2 millió €-val nőtt, bár ezzel a növekedéssel sem érte utol versenytársát, így is 3 millió €-s lemaradása volt Magyarország vállalataival szemben.

Az alábbi táblázatban részletekbe menően látható a vizsgált Visegrádi országok édességipari vállalatai számszerűsítve, s a 2018-2020 közötti időszak átlagában a mérlegfőösszeg alapján melyik kategóriába sorolhatók be. Emellett a táblázat bemutatja azt is, hogy az egyes kategóriákat mennyi vállalat képviseli, és ez a szám a teljes létszám mekkora részét teszi ki.

**8. táblázat: A vállalatok méretének alakulása az értékesítés nettó árbevétele alapján
(a 2018-2020 közötti időszak átlagában)**

Kategória	Mérlegfőösszeg (ezer €)	Lengyelország		Magyarország		Szlovákia	
		Vállalkozások száma (db)	Megoszlás (%)	Vállalkozások száma (db)	Megoszlás (%)	Vállalkozások száma (db)	Megoszlás (%)
Mikro	0-2000	39	50	20	51,28	14	70
Kis	2001-5000	10	12,82	11	28,21	3	15
	5001-10000	10	12,82	1	2,56	1	5
Közép	10001-25000	6	7,69	5	12,82	0	0
	25001-43000	4	5,13	0	0,00	0	0
Nagy	43000<	9	11,54	2	5,13	2	10
Összesen		78	100	39	100	20	100
Átlag (ezer €)		27 443	-	11 106	-	6 929	-
Medián (ezer €)		1 894	-	1 924	-	40	-
Relatív szórás (%)		280	-	73	-	260	-

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

Az átlagos mérlegfőösszeget tekintve a lengyel vállalatok 50%-a, azaz 39 vállalat mikrovállalkozásnak minősül, tehát a legnagyobb részt a mikrovállalkozások teszik ki. Lengyelországban 78 vállalat közül 20 kisvállalkozás, vagyis a mikrovállalkozások után a legtöbb vállalat kisvállalkozásnak minősül, ami a teljes sokaság 25,64%-a. Ezt követik a középvállalkozások 12,82%-kal (10 db vállalkozás), s nem meglepő módon a nagyvállalkozásokból van a legkevesebb, összesen 9 db (11,54%), bár mindössze eggyel kevesebb nagyvállalkozás van Lengyelországban, mint középvállalkozás, ami nem nagy különbség, főleg nem a másik két országhoz képest.

Az átlag mérlegfőösszeg 27,4 millió €, amit legalább 9, de maximum 13 vállalat volt képes elérni, vagyis a lengyel vállalkozások kevesebb, mint 16%-a. A medián érték 1,89 millió €, ami a mikrovállalkozáshoz kapcsolódó mérlegfőösszeg, tehát az átlagot döntő többségében a közép- és a nagyvállalkozások húzzák fel.

A mikrovállalkozásokat tekintve Magyarországon igen hasonló a helyzet, mint Lengyelországban, a magyar vállalatok 51,28%-a (20 db) mikrovállalkozás. A következő a sorban a kisvállalkozások kategóriája, amelybe a vállalatok 30,77%-a (12 db) tartozik. Összesen 5 vállalat van a 39-ből, ami középvállalkozásnak számít a mérlegfőösszeg alapján, s ez a sokaság 12,82%-a. A vizsgált magyar vállalatok sokaságában csupán 2 db (5,13%) nagyvállalat található, melyeknek a mérlegfőösszegük meghaladja a 43 millió eurós értékhatárt.

Magyarországon arányaiban nézve több mikro- és kisvállalkozás van összesen, mint Lengyelországban, jelentősen kevesebb vállalat volt képes elérni a közép- vagy a nagyvállalkozás kategóriához szükséges mérlegfőösszeg-értéket.

A magyar vállalatok átlag mérlegfőösszege kicsivel több, mint 11 millió euró, ami egy közép vállalkozás kategóriához kapcsolódó érték. Ezt az értéket minimum a 2 nagyvállalat, legfeljebb pedig a 2 nagyvállalat és az 5 közép vállalkozás tudta elérni, vagyis maximum 7 db a teljes sokaságból (39 db).

A medián érték a mikrovállalkozásokhoz kapcsolódik, s még itt is nagyon nagy a különbség a medián és az átlag között, mégsem akkora, mint Lengyelországban.

Szlovákiában a legnagyobb a mikrovállalkozások aránya, itt a vállalatok 70%-a (14 db) tartozik a legkisebb méretű kategóriába. A szlovák vállalatok 20%-a (4 db) kisvállalkozás, a vizsgált sokaságban pedig egyetlen közép vállalkozás sincs. Összesen 2 db nagyvállalkozás van, ami az összes vállalat 10%-át teszi ki. Az átlag mérlegfőösszeg valamennyivel több, mint 6 millió €, amit minimum 2, maximum 3 vállalkozás ért el. A medián Magyarországhoz hasonlóan a mikrovállalkozások közé sorolható, ami egyáltalán nem meglepő, mivel 20-ból 14 vállalat tartozik ide.

A szórásokat tekintve Magyarország vállalatainál a legkisebb a relatív szórás (73%), s Lengyelország piaci szereplőinél a legnagyobb (280%). A kettő között – Lengyelországhoz igen közel – helyezkedik el a szlovák vállalatokra vonatkozó relatív szórás (260%).

3.1.3.A vállalatok árbevétel és mérlegfőösszeg alapján meghatározott méreteinek összehasonlítása

Az előző alfejezetekben részletesen bemutatásra kerültek a vállalatok méret szerinti besorolása a különböző kategóriákba, s ebben az alfejezetben pedig a kapott eredmények kerülnek összevetésre. Ezeknek a szemléltetése szintén táblázat alapján történik, s a már megszokott színekódolás segít az értelmezés megkönnyebbítése érdekében.

9. táblázat: Az árbevétel és a mérlegfőösszeg által meghatározott vállalkozásméretek összehasonlítása 2018 és 2020 között

M.e.: ezer €

		2018		2019		2020		
		Árbevétel	Mérlegfőösszeg	Árbevétel	Mérlegfőösszeg	Árbevétel	Mérlegfőösszeg	
nagy								
közép	Lengyelország	20 117	27 063	21 804	29 019	21 335	26 246	közép
kis	Magyarország	18 191	10 949	19 610	11 044	19 180	11 327	közép
mikro	Szlovákia	10 719	6 544	11 543	6 414	12 075	8 240	közép

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai és a 2004. évi XXXIV. törvény alapján

A fenti táblázat alapján elmondható, hogy a lengyel és magyar átlag vállalkozásméret a vizsgált években egyáltalán nem változott, sőt az árbevétel és a mérlegfőösszeg szerint is egységesen a középvállalkozások közé sorolhatók be.

A mérettől eltekintve azonban nagyon érdekes megállapításokat tehetünk, ugyanis úgy tűnik, hogy Magyarország és Lengyelország adatai teljesen ellentétesek.

A lengyel vállalatok árbevétele éves szinten átlagosan nagyjából 21 millió euróra tehető, addig a mérlegfőösszeg átlagosan 27,5 millió eurós összeg körül mozgott.

Magyarországon a vállalatok árbevétele a három év átlagát tekintve majdnem 19 millió euró volt, míg az átlag mérlegfőösszeg valamennyivel több, mint 11 millió euróra tehető.

A táblázat legérdekesebb országa pedig nem más, mint Szlovákia, mivel az árbevétel és a mérlegfőösszeg szerinti besorolás alapján különböző kategóriába esnek. Míg az árbevétel szerint az átlagos méretet a középvállalkozások adják, addig a mérlegfőösszeg alapján csupán a kisvállalkozások közé lehet az átlag üzemméretet sorolni. Megfigyelhető viszont, hogy Szlovákia vállalatai esnek a legközelebb a középvállalkozások alsó értékhatárához, mivel 2018-ban alig párszázezer euróval haladta meg az átlag árbevétel a 10 millió eurót, s 2020-ban is „csak” 12 millió euró volt az (átlag) árbevétel, ami a vizsgált évek csúcspontja. A mérlegfőösszeget tekintve 2018-ban és 2019-ben félúton a kis- és középvállalkozások között helyezhetők el (kicsit inkább a középvállalkozások felé húzva), viszont 2020-ban már mindenképp közelít az érték a következő kategória alsó határához.

Összességében elmondható tehát, hogy az árbevételt tekintve 2018 és 2020 között mindhárom ország édességipari vállalatainak átlagos mérete a középvállalkozások közé sorolható, s Szlovákia kivételével ugyanez igaz a mérlegfőösszeg alapján történő besorolásra is. Szlovákia esetében pedig a mérlegfőösszeg alapján csupán a kisvállalkozások közé tehető

az átlag vállalkozásméret, viszont évről évre egyre közelebb került az eggyel nagyobb kategóriához, vagyis a középvállalkozásokhoz. Emellett mivel az árbevétel és a mérlegfőösszeg szerinti kategorizálás között „vagy” kapcsolat van, ezért az elért méretek közül a nagyobbat kell figyelembe venni, vagyis mindhárom ország édességipari vállalatainak átlagos mérete kivétel nélkül a középvállalkozások közé sorolandó 2018 és 2020 között.

A 10. táblázatban jól látható, hogy hogyan változnak a vizsgált sokaságok a méret szerinti kategorizálás során, az értékesítés nettó árbevétele és a mérlegfőösszeg alapján.

Lengyelországban a mérlegfőösszeg alapján több mikrovállalkozás található, mintha az árbevétel szerint kategorizáljuk ugyanazokat a vállalatokat. Árbevétel alapján 32, mérlegfőösszeg alapján 39 lengyel édességkészítéssel foglalkozó mikrovállalkozás van. A kisvállalkozásokat tekintve fordítva történik a változás, az árbevétel szerinti 23 vállalkozás mérlegfőösszeg szerint csak 20 db. Árbevétel alapján 13 vállalkozást lehet a középvállalkozások közé sorolni, míg mérlegfőösszeg alapján 10-et. A nagyvállalkozások között van a legkisebb eltérés, ugyanis árbevétel szerint 10, mérlegfőösszeg alapján pedig 9 nagyvállalkozással büszkélkedhet Lengyelország. Az átlagértékek között igen nagy, 8 millió eurós eltérést figyelhetünk meg a mérlegfőösszeg javára, az ehhez kapcsolódó medián pedig majdnem feleannyi, mint az éves nettó árbevételhez tartozó medián értéke. Ezzel ellentétben az árbevétel alapján számolt relatív szórás némileg kisebb, mint a mérlegfőösszeghez tartozó érték.

Lengyelországhoz hasonlóan Magyarországon is több vállalkozás tartozik a mérlegfőösszeg alapján a mikrovállalkozások közé, bár mindkét esetben 50% körüli az ide tartozó megoszlás. A kisvállalkozások száma ugyanannyi mindkét esetben, bár kissé eltér, hogy mennyi vállalkozásnak van 2 és 5 millió €, valamint 5 és 10 millió € közötti árbevétele/mérlegfőösszege. Mérlegfőösszeg alapján kettővel kevesebb magyar középvállalkozás van, viszont a nagyvállalkozások száma mind árbevétel, mind mérlegfőösszeg alapján ugyanannyi (2 db). Az átlagot, a mediánt és a relatív szórást tekintve is a mérlegfőösszeg alapján kisebb ezeknek az értéke, s a legnagyobb különbség – majdnem 300% - a relatív szórás értékek között van.

Szlovákiában figyelhető meg a legnagyobb azonosság az árbevétel és a mérlegfőösszeg szerinti kategorizálást tekintve. Mindkét esetben megegyezik a mikro- és a kisvállalkozások száma (14, 6) és megoszlása (70%, 20%). Azonban van egy olyan vállalat, amely árbevétel

alapján a középvállalkozások közé sorolható, viszont a mérlegfőösszege miatt a nagyvállalkozások közé kell sorolni. Az átlag, a medián és a relatív szórás értékei hasonlóan alakulnak, mint Magyarország vállalatainak esetében, viszont amíg a medián a többi országhoz képest sokkal kisebb, addig a mérlegfő alapján számított relatív szórás a magyar vállalatokhoz kapcsolódó értékhez képest sokkal nagyobb, a lengyel értékhez igen közeli.

10. táblázat: A vállalatok méretének alakulása az értékesítés nettó árbevétele és a mérlegfőösszeg alapján
(a 2018-2020 közötti időszak átlagában)

	Értékesítés nettó árbevétele (ezer €)	Mérlegfő- összeg (ezer €)	Lengyelország				Magyarország				Szlovákia			
			Értékesítés nettó árbevétele		Mérlegfőösszeg		Értékesítés nettó árbevétele		Mérlegfőösszeg		Értékesítés nettó árbevétele		Mérlegfőösszeg	
			Vállalkozások száma* (db)	Megoszlás** (%)	* (db)	** (%)	* (db)	** (%)	* (db)	** (%)	* (db)	** (%)	* (db)	** (%)
Mikro	0-2000	0-2000	32	41,03	39	50	18	46,15	20	51,28	14	70	14	70
Kis	2001-5000	2001-5000	15	19,23	10	12,82	9	23,08	11	28,21	3	15	3	15
	5001-10000	5001-10000	8	10,26	10	12,82	3	7,69	1	2,56	1	5	1	5
Közép	10001-30000	10001-25000	12	15,38	6	7,69	5	12,82	5	12,82	1	5	0	0
	30001-50000	25001-43000	1	1,28	4	5,13	2	5,13	0	0	0	0	0	0
Nagy	50000<	43000<	10	12,82	9	11,54	2	5,13	2	5,13	1	5	2	10
Összesen			78	100	78	100	39	100	39	100	20	100	20	100
Átlag (ezer €)			21085	-	27443	-	18994	-	11106	-	11446	-	6929	-
Medián (ezer €)			3078	-	1894	-	2236	-	1924	-	87	-	40	-
Relatív szórás (%)			214	-	280	-	387	-	73	-	360	-	260	-

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

3.2. AZ ÉDESSÉGIPARI VÁLLALATOK KONCENTRÁCIÓJÁNAK VIZSGÁLATA

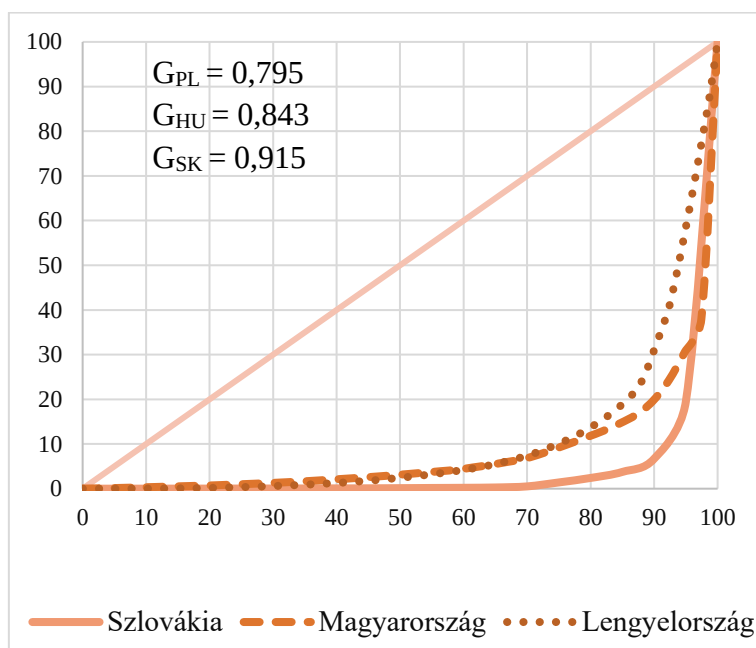
Ebben az alfejezetben a koncentráció vizsgálatára kerül sor a 2018 és 2020 közötti átlagárbevétel és az átlag-mérlegfőösszeg alapján. Ennek bemutatására és ábrázolására a Lorenz-görbét választottam, ami szépen és egyértelműen szemlélteti az eredményeket.

A közgazdaságtanban általánosságban a koncentráció a gazdasági életben lévő összpontosulásokat jelenti, s megmutatja, hogy az értékösszeg mennyire tömörül a sokaság egyes egységeire. A relatív koncentráció egyik elemzési eszköze a Lorenz-görbe, egy négyzetben lévő ábra, amely a növekvő sorrendbe rendezett egyedek kumulált relatív értékösszegeit a kumulált relatív gyakoriságok függvényében ábrázolja. Alkalmazásának egyik célja az interpoláció, azaz annak a becslése, hogy a nagyság szerint sorba rendezett egységek bizonyos hányadaira az értékösszegek mekkora hányada jut. Vagyis a Lorenz-görbe segítségével megtudhatjuk, hogy a cégek X%-a az összítőke hány %-ával rendelkezik összesen. Minél nagyobb a koncentráció, annál távolabb esik a görbe a négyzet átlójától (*Kerékgyártó et al., 2017*).

A Lorenz-görbéhez kiszámításra kerültek az egyes országokhoz tartozó Gini-indexek is. A Gini-index nem más, mint egy olyan közgazdasági mutató, amit többek között a jövedelmi egyenlőtlenségek mérésére használnak. Értéke 0 és 1 között mozog, s minél nagyobb az érték, annál nagyobb mértékű az egyenlőtlenség (*Kósa – Kőműves, 2019*).

3.2.1. Lorenz-görbe az árbevétel alapján

Először a 2018-2020 közötti átlagárbevétel alapján elkészített Lorenz-görbét mutatom be.



5. ábra: A 2018 és 2020 közötti átlagárbevételre vonatkozó Lorenz-görbe a vizsgált országokban

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

Mint ahogy az az ábrán is látható, a koncentráció a lengyel vállalatok esetén a legkisebb, s őket követik a magyar vállalatok, majd Szlovákia piaci szereplői, tehát a legnagyobb koncentráció a szlovák vállalatoknál figyelhető meg. A magyar vállalatokra jellemző koncentráció valahol a lengyel és a szlovák vállalatokhoz kapcsolódó koncentráció között helyezkedik el, Lengyelországhoz közelebb.

Mivel a Lorenz-görbe szorosan összefügg a Gini-indexszel, így a számolt Gini-koefficiens is ugyanebben a sorrendben követik egymást. Lengyelország vállalataira vonatkozó Gini-index (G_{PL}) 0,795, vagyis nagyjából a Gini-index által felvehető értékek háromnegyedénél helyezkedik el.

A magyar vállalatokhoz tartozó Gini-index (G_{HU}) 0,843, itt már nagyobb az egyenlőtlenség, s a Lorenz-görbe is távolabb helyezkedik el az átlótól, elég közel a maximális 1 értékhez. Az egyenlőtlenség jelentős részéért egyébként a Nestlé felelős, ugyanis ő a legnagyobb árbevétellel rendelkező vállalat Magyarországon, nélküle a Gini-index 0,65 körül lenne, ami egy sokkal kisebb egyenlőtlenséget jelentene.

A három ország közül a szlovák édességipari vállalatok között van a legnagyobb egyenlőtlenség, a Szlovákiához tartozó Gini-index (G_{SK}) a 0,915-es értékével igencsak közel van a legmagasabb értékhez, amit a Gini-koefficiens képes felvenni.

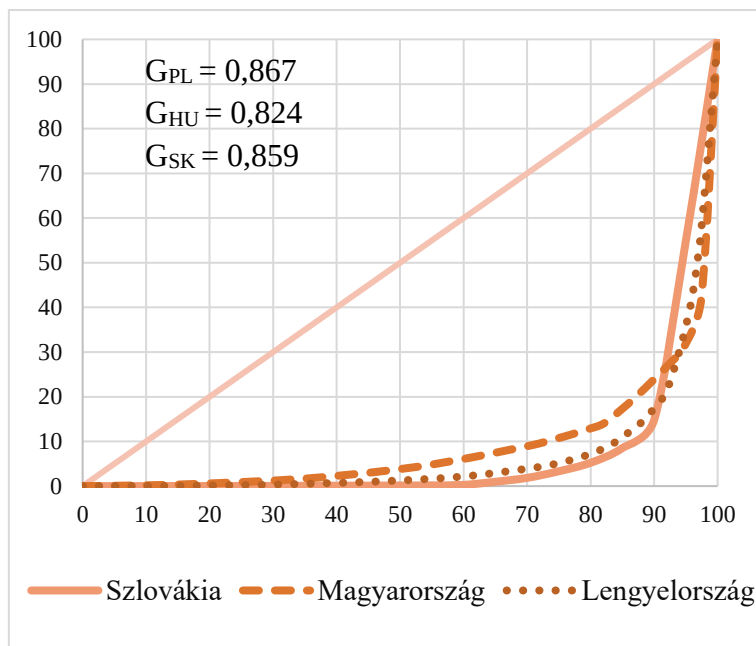
A diagramról leolvasható, hogy Lengyelországban körülbelül a vállalatok 90%-ánál van az összes átlagbevétel 30%-a, Magyarországon a vállalatok nagyjából 90%-a rendelkezik az összes átlagbevétel 20%-ával, Szlovákiában pedig a vállalatok 90%-a kevesebb, mint az összes átlagárbevétel 10%-át birtokolják. Ezt megfordítva tehát: a lengyel vállalatok 10%-a rendelkezik az összes árbevétel 70%-ával, a magyar vállalatok 10%-a 80%-kal, a szlovák vállalatok 10%-a pedig a szlovák árbevétel majdnem 95%-át birtokolja (a 2018 és 2020 közötti évek árbevételeit átlagolva).

3.2.2. Lorenz-görbe a mérlegfőösszeg alapján

A mérlegfőösszeget nem csak az átlag vállalatméret meghatározására használtam fel, hanem az árbevételhez hasonlóan erre is elkészítettem a Lorenz-görbét a koncentráció vizsgálatára, és az egyes országokra vonatkozó Gini-indexeket is kiszámoltam az egyenlőtlenség mértékének megállapításához. A kapott eredmények szemléltetésére szolgál az alábbi ábra.

A mérlegfőösszeget véve alapul a koncentráció egy bizonyos mértékben eltér az árbevétel alapján készített Lorenz-görbétől. Ebben az esetben a magyar édességipari vállalatok a legkevésbé koncentráltak, Lengyelországban pedig a legnagyobb a koncentráció a vizsgált vállalatok esetén. Magyarország és Lengyelország között pedig Szlovákia helyezkedik el, bár az ábrán első ránézésre úgy tűnhet, hogy inkább Szlovákia a legkoncentráltabb ország. Az átláthatóság szempontjából az árbevétel alapján készített Lorenz-görbe sokkal tisztább képet adott, de ez még természetesen nem jelenti azt, hogy a mérlegfőösszeg alapján készített diagram használhatatlan lenne.

Az értelmezést megkönnyíti a mérlegfőösszeg alapján kalkulált Gini-index, ami az egyenlőtlenség mértékét mutatja meg. Már első ránézésre is feltűnő, hogy ezek a Gini-koefficiensek egymáshoz sokkal közelebb értéket vettek fel, mint az előző alfejezetben bemutatott indexek. Mivel a magyar vállalatok a legkevésbé koncentráltak, ezért nyilvánvaló, hogy a Magyarországra vonatkozó Gini-index (G_{HU}) veszi fel az 1-től legtávolabb eső értéket, ami ebben az esetben 0,824.



6. ábra: A 2018 és 2020 közötti átlag-mérlegfőösszegre vonatkozó Lorenz-görbe a vizsgált országokban

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

A középső a sorban Szlovákia, amelyre a számított Gini-index (G_{SK}) 0,859, amelyet, ha két tizedesjegyre kerekítenénk, akkor mindössze 0,04-dal több, mint a G_{HU} . Ahogy már említésre került, a legkoncentráltabb ország Lengyelország, melynek a Gini-koefficiense (G_{PL}) 0,867. A szlovák és a lengyel vállalatok értékei között csupán 0,01 a különbség, ami még kevesebb, mint a magyar és a szlovák vállalatokhoz kapcsolódó Gini-indexek különbsége.

A magyar vállalatok 90%-a birtokolja az átlag mérlegfőösszeg körülbelül 24%-át, a lengyel vállalatok 90%-a az átlag mérlegfőösszeg 17%-át, a szlovák cégek 90%-a pedig az átlag mérlegfőösszeg 15%-át. Ez alapján úgy tűnhet, hogy Szlovákiában figyelhető meg a legnagyobb egyenlőtlenség, viszont a 90% után a Szlovákiára vonatkozó Lorenz-görbe meredekebbé válik, mint a lengyel, s emiatt a Lorenz-görbe alatti terület Szlovákia esetén lesz némileg nagyobb.

Összességében elmondható tehát, hogy a mérlegfőösszeg alapján kisebb az országok közötti koncentrációk különbsége, mint az árbevétel alapján. A lengyel koncentráció alacsonyabb, a szlovák nagyobb, a magyar meg szinte teljesen megegyezik az árbevétel alapján kapott koncentráció értékével. Emellett az is igaz, hogy mind az árbevétel, mind a mérlegfőösszeg alapján igen nagy egyenlőtlenségek figyelhetők meg mindhárom országban, vagyis a vállalatok döntő többsége csak az összárbevétel és/vagy a teljes mérlegfőösszeg csupán kis töredékével rendelkezik.

3.3. A JÖVEDELEM ALAKULÁSA

Ebben a részben az országok jövedelmének alakulása kerül bemutatása az üzemi üzleti tevékenység eredménye alapján a 2018 és 2020 közötti időszak átlagában. Mivel az EMIS adatbázisban sajnos nem áll rendelkezésre minden adat a vállalkozásokhoz, így ahhoz, hogy ne legyen hiányzó adat az üzemi üzleti tevékenység eredményére (ÜTE, EBIT) vonatkozóan, így tovább kellett szűkítenem a vállalkozások listáját Lengyelországra vonatkozóan. A lengyel vállalkozások száma így 78-ról 59-re, a magyar és a szlovák vállalatok száma pedig továbbra is 39 és 20. Ezeknek a vállalatoknak a jövedelem alakulását az alábbi táblázat szemlélteti.

11. táblázat: A vállalkozások jövedelmének alakulása az üzemi üzleti tevékenység alapján (2018-2020 időszak átlagában)

Üzemi üzleti tevékenység eredménye (ezer €)	Lengyelország		Magyarország		Szlovákia	
	Vállalkozások száma (db)	Megoszlás (%)	Vállalkozások száma (db)	Megoszlás (%)	Vállalkozások száma (db)	Megoszlás (%)
<0	10	16,95	6	15,38	11	55
0-5000	43	72,88	32	82,05	8	40,00
5001-10000	1	1,69	0	0	0	0
10001-15000	3	5,08	0	0	1	5,00
>15000	2	3,39	1	2,56	0	0
Összesen	59	100	39	100	20	100
Átlag (ezer €)	1 741	-	776	-	659	-
Medián (ezer €)	194	-	97	-	-1	-
Relatív szórás (%)	226	-	355	-	355	-

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

Az üzemi, üzleti tevékenység eredménye azt mutatja, hogy a vállalat termelési és szolgáltatási tevékenységei együttesen mekkora eredményt hoztak a cég számára (Szakács, 2015).

Mint ahogy azt a táblázat mutatja, a lengyel vállalkozások közel háromnegyedének (72,88%, 43 db) 5 millió euró alatti volt a három vizsgált év átlagában az üzemi (üzleti) tevékenységének az eredménye, s igen magas azoknak a vállalatoknak az aránya is (16,95%), amelyek negatív eredményt értek el. Mindössze 2 vállalat ért el 15 millió eurónál nagyobb értéket.

Magyarországon a legkisebb a negatív eredményt elért vállalatok aránya a három ország közül, bár így is számottevő ez az arány (15,38%), s emellett itt a legmagasabb a 0 és 5 millió euró közötti eredményt elért vállalatok aránya (82,05%), ami 32 vállalatot jelent. Egy vállalat

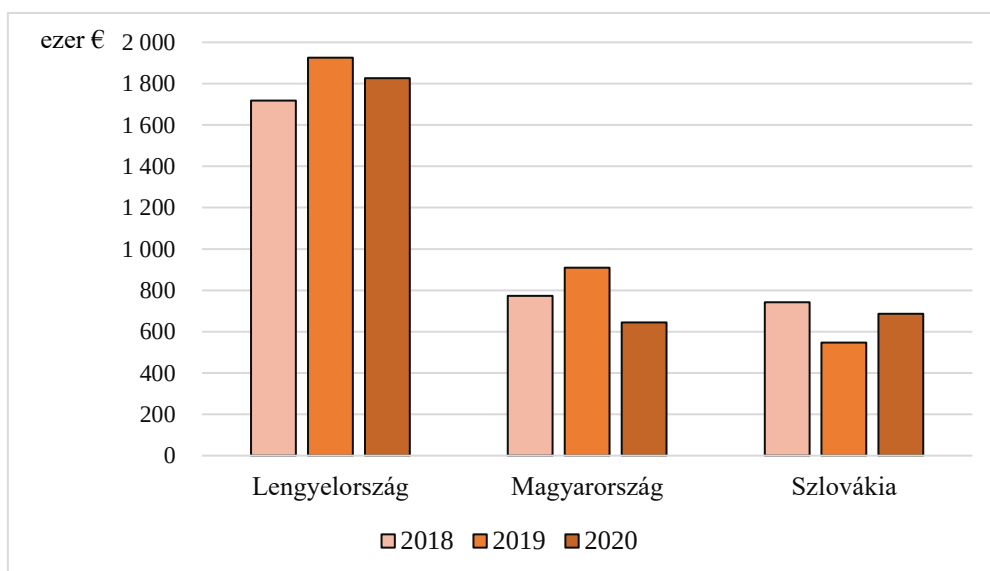
azonban szignifikánsan eltér a többitől, ugyanis a három év átlagában sikerült elérnie egy 15 millió eurót meghaladó üzemi üzleti tevékenység értéket. Ez azért is egyedülálló a magyar piacon, mert a 39 vizsgált vállalatból egynek sem sikerült 5 és 15 millió euró közötti eredményt produkálni, így 38 vállalatot sikerült legalább 10 millió euróval megelőznie.

A szlovák édességipari vállalatok helyzete a letragikusabb az üzemi (üzleti) tevékenység eredményét tekintve, ugyanis a listán szereplő vállalatok 55%-a (11 db) negatív eredményt ért el a 2018-2020 közötti időszak átlagát tekintve. 9 vállalatnak sikerült pozitív eredményt elérni, ebből 8-nak 5 millió euró alatti volt az átlagos üzemi (üzleti) tevékenységének az eredménye. Mindössze egy vállalat volt, amelynek az eredménye 10 és 15 millió euró közé tehető, s a másik két országgal ellentétben egyetlen szlovák vállalat üzemi (üzleti) tevékenység eredménye sem haladta meg a 15 millió eurót.

Mindhárom ország vállalatainál elmondható, hogy az időszakra vonatkozó medián jelentősen kisebb az átlag értéknél – sőt a szlovák vállalatokat tekintve a medián negatív értéket vesz fel –, vagyis az átlagot néhány nagyobb és/vagy jövedelmezőbb vállalat eredménye javítja. A relatív szórás is magas minden esetben, a magyar és a szlovák vállalatok relatív szórásainak értéke megegyezik (355%), viszont a lengyel piaci szereplőkhöz tartozó relatív szórás is igen magas a maga 226%-ával.

Az alábbi ábrán látható az EBIT alakulása a vizsgált országokban 2018 és 2020 között. A lengyel vállalatok érték el a legnagyobb eredményt, mindhárom évben meghaladja az 1,6 millió eurót, s 2019-ben a legmagasabb az üzemi (üzleti) tevékenység eredménye, amely közelít a 2 millió €-hoz.

A magyar és a szlovák vállalatokhoz kapcsolódó értékek hasonlóak, és körülbelül feleakkorák a lengyel piaci szereplők által elért értékekhez képest. A magyar vállalatok 2019-ben érték el a legnagyobb eredményt, majdnem 1 millió eurót, míg a szlovák vállalatok 2018-ban, alig kevesebb, mint 800 ezer €. Szlovákia az egyetlen ország, ahol a legmagasabb érték nem a 2019-es.



7. ábra: Az EBIT alakulása a vizsgált országban 2018 és 2020 között

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

3.4. PÉNZÜGYI MUTATÓK

Az alábbiakban az országokra vonatkozó pénzügyi mutatók külön-külön, majd pedig egymáshoz viszonyítva is bemutatásra kerülnek.

3.4.1. Eszközarányos megtérülés (Return on Assets – ROA)

Az eszközarányos megtérülési mutató (Return on Assets – ROA) megmutatja, hogy a vállalat nettó profitja hogyan viszonyul az adott nettó profit megszerzéséhez használt eszközök értékéhez (Szász – Demeter, 2017).

A *Finance Train* (2022) definíciója szerint a működési, vagyis az operating ROA abban különbözik az előbb említett ROA-tól, hogy itt a profit helyett az üzemi üzleti tevékenység eredménye (ÜTE, EBIT) áll a képlet számlálójában.

**12. táblázat: A ROA alakulása a vizsgált vállalatok esetében Magyarországon
(a 2018-2020 közötti időszak átlagában)**

Return on Assets (ROA)	Vállalatok száma (db)	Megoszlás (%)	Átlagos árbevétel (ezer €)	Átlagos mérlegfőösszeg (ezer €)
<0%	6	15,38	4 664	2 938
0-4,9%	8	20,51	1 975	1 727
5-9,9%	16	41,03	40 924	23 362
10-14,9%	5	12,82	7 356	4 975
15-19,9%	1	2,56	1 511	1 509
>=20%	3	7,69	1 300	508
Összesen	39	100	57 731	35 020
Átlag (%)	2,1	-	9 621,8	5 836,6
Medián (%)	6,3	-	3 319,5	2 332,7
Relatív szórás (%)	1 933	-	161	149

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

A vizsgált magyar vállalatok 15%-a negatív eszközarányos megtérülést ért el, vagyis ezeknek a vállalatok ebben a tekintetben veszteségesek voltak a 2018 és 2020 közötti időszak átlagában. A maradék 33 vállalat pozitív eszközarányos megtérüléssel rendelkezik, a legnagyobb arányban – a vállalatok több, mint 40%-a – 5 és 9,9% közötti ROA-t ért el, s összesen 3 olyan vállalat szerepel a listán, amely meghaladta a 20%-os megtérülést. Érdekes, hogy ennek a három vállalatnak az átlag mérlegfőösszege 508 ezer €, s ez a legalacsonyabb átlagmérlegfőösszeg a listán. A legmagasabb átlagmérlegfőösszeggel azok a vállalatok rendelkeznek, amelyeknek 5 és 9,9% között van az eszközarányos megtérülésük. Ugyanez a trend figyelhető meg az átlagos árbevétel esetén is, csak itt még szignifikánsabb a különbség a két csoport között. Magyarországon az átlag ROA 2,1%, a medián pedig 6,3%, vagyis itt a korábbiakkal ellentétben a néhány eredményesebb vállalkozás nem húzza fel az átlagot. A relatív szórás különösen magas, 1933%.

Magyarországgal szemben Szlovákiában nem ilyen szerencsés a vállalatok helyzete a ROA tekintetében.

13. táblázat: **A ROA alakulása a vizsgált szlovák vállalatok esetében
(a 2018-2020 közötti időszak átlagában)**

Return on Assets (ROA)	Vállalatok száma (db)	Megoszlás (%)	Átlagos árbevétel (ezer €)	Átlagos mérlegfőösszeg (ezer €)
<0%	11	55	258	326
0-4,9%	4	20	9 164	17 224
5-9,9%	0	0	0	0
10-14,9%	2	10	1 555	1324
15-19,9%	1	5	184 258	62 461
>=20%	2	10	1 027	19
Összesen	20	100	196 262	81 827
Átlag (%)	-14,9	-	32 710,3	13 637,9
Medián (%)	-1,4	-	1 290,5	908,7
Relatív szórás (%)	-291	-	227	182

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

A vizsgált szlovák vállalatok több, mint fele negatív eszközarányos megtérülést ért el 2018 és 2020 között átlagosan. Azok a vállalatok rendelkeznek a legmagasabb átlagos árbevétellel és mérlegfőösszeggel, amelyeknek az eszközarányos megtérülése 0 és 4,9% közé tehető. A legkisebb átlagos árbevétel és mérlegfőösszeg pedig azokhoz a vállalatokhoz köthető, amelyeknek 0% alatt van ROA értéke. Az átlag ROA (-14,9%) ebben az országban is kisebb, mint a medián (-1,4%).

Végül, de nem utolsó sorban a 14. táblázat a Lengyelországban üzemelő édességipari vállalatok eszközarányos megtérülését mutatja be, s emellett itt is látható, hogy az egyes osztályközökbe tartozó vállalatoknak mennyi volt a 2018 és 2020 közötti átlagos árbevétel és mérlegfőösszeg.

14. táblázat: A ROA alakulása a vizsgált vállalatok esetében Lengyelországban
(a 2018-2020 közötti időszak átlagában)

Return on Assets (ROA)	Vállalatok száma (db)	Megoszlás (%)	Átlagos árbevétel (ezer €)	Átlagos mérlegfőösszeg (ezer €)
<0%	9	15,25	3 641	6 519
0-4,9%	14	23,73	46 106	96 527
5-9,9%	16	27,12	34 635	30 442
10-14,9%	5	8,47	37 550	34 333
15-19,9%	5	8,47	28 741	7 374
>=20%	10	16,95	4 971	1 531
Összesen	59	100	155 643	176 725
Átlag (%)	8,5	-	25 940,5	29 454,2
Medián (%)	6,4	-	31 688,0	18 907,9
Relatív szórás (%)	263	-	68	121

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

A lengyel vállalatok 15%-a negatív ROA-t ért el, a legnagyobb arányban pedig azok a vállalatok vannak, amelyek 5 és 9,9% között, viszont nem ezek rendelkeznek a legnagyobb átlagos árbevétellel és/vagy mérlegfőösszeggel, hanem azok a cégek, amelyeknek az eszközarányos megtérülése 0 és 4,9% között van. Az átlag ROA (8,5%), ami nagyobb a medián értéknél (6,4%), vagyis Lengyelország esetében néhány vállalkozás javítja az átlagot.

15. táblázat: A ROA alakulása a vizsgált országokban
(a 2018-2020 közötti időszak átlagában)

Return on Assets (ROA)	Lengyelország		Magyarország		Szlovákia	
	Vállalatok száma (db)	Megoszlás (%)	Vállalatok száma (db)	Megoszlás (%)	Vállalatok száma (db)	Megoszlás (%)
<0%	9	15,25	6	15,38	11	55
0-4,9%	14	23,73	8	20,51	4	20
5-9,9%	16	27,12	16	41,03	0	0
10-14,9%	5	8,47	5	12,82	2	10
15-19,9%	5	8,47	1	2,56	1	5
>=20%	10	16,95	3	7,69	2	10
Összesen	59	100	39	100	20	100
Átlag (%)	8,5	-	2,1	-	-14,9	-
Medián (%)	6,4	-	6,3	-	-1,4	-
Relatív szórás (%)	263	-	1933	-	-291	-

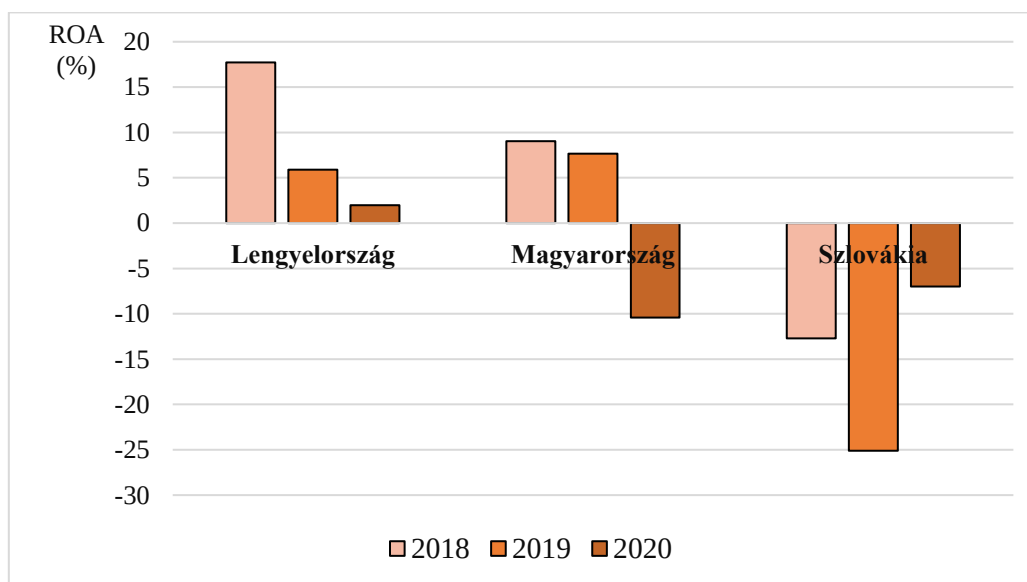
Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

A 15. táblázatban a vizsgált országok eszközarányos megtérülése látható, amely alkalmas arra, hogy az országok eredményeit egymással átláthatóan és könnyedén összehasonlítsuk egymással.

Szlovákiában a legmagasabb a negatív ROA-val rendelkező vállalatok aránya, míg Magyarországon és Lengyelországban nagyjából megegyezik ez a megoszlás (kb. 15%). Lengyelországban a legnagyobb a 20% feletti eszközarányos megtérüléssel jellemezhető vállalatok aránya (16,95%), ami duplája a magyar, és másfélszerese a szlovák vállalatokhoz köthető értéknek. Mind Magyarországon, mind Lengyelországban a legtöbb vállalat 5 és 9,9% ROA-t ért el, Szlovákiában viszont meglepő módon egy vállalat sem sorolható ide.

Magyarország és Szlovákia esetén az átlag ROA kisebb a mediánnál, míg Lengyelországban pont fordított a helyzet. A relatív szórás mindhárom országot tekintve magas, viszont a magyar vállalatok még kiugróbb relatív szórással rendelkeznek, ami több, mint 1900%.

Az átlagos ROA alakulását 2018 és 2020 között az alábbi ábra szemlélteti.



8. ábra: A ROA alakulása a vizsgált országokban 2018 és 2020 között

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

Magyarországon és Lengyelországban egy folyamatosan csökkenő tendencia figyelhető meg, viszont Lengyelországban Magyarországgal ellentétben sikerült 2020-ban is 0 feletti értéket elérni. Szlovákiában a legrosszabb a helyzet, ugyanis mindhárom évben negatív az átlag eszközarányos megtérülés, azonban Szlovákia az egyetlen ország, ahol 2020-ban javulás látható az előző évhez képest.

3.4.2. Árbevételarányos jövedelmezőség (Return on Sales – ROS)

A bevételarányos jövedelmezőség kiszámításával megkapjuk az EBIT és az árbevétel hányadosát, ami megmutatja, hogy 1€ értékű eladás mekkora a működési profitot termelt a vállalat számára, vagyis a ROS egy profitábilis mutató. Minél nagyobb haszonkulccsal operál egy vállalat, annál nagyobb lesz a ROS értéke. (Ross, 2022).

16. táblázat: A ROS alakulása a vizsgált vállalatok esetén Magyarországon
(a 2018 és 2020 közötti időszak átlagában)

Return on Sales (ROS)	Vállalatok száma (db)	Megoszlás (%)	Átlagos árbevétel (ezer €)	Átlagos mérlegfőösszeg (ezer €)
<0%	6	15,38	4 664	2 938
0-4,9%	19	48,72	31 569	16 470
5-9,9%	10	25,64	10 619	9 650
10-14,9%	1	2,56	1 755	789
15-19,9%	1	2,56	1 511	1 509
>=20%	2	5,13	1 748	1 896
Összesen	39	100	51 867	33 252
Átlag (%)	4,1	-	8 644,5	5 541,9
Medián (%)	3,4	-	3 209,7	2 416,9
Relatív szórás (%)	204	-	136	113

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

A fenti táblázat szemlélteti a magyar vállalatokra jellemző ROS alakulását. Első ránézésre is szembetűnő, hogy a magyar ROS értékek alapján kategorizált vállalatok megoszlása igen hasonló a ROA-hoz kapcsolódó táblázatban lévőhöz. A vállalatok 15%-a ért el negatív bevételarányos jövedelmezőséget, s a legtöbb vállalat 0 és 4,9% nagyságú ROS-sal rendelkezik. Az ide tartozó vállalatok érték el emellett a legmagasabb átlagos árbevételt és mérlegfőösszeget is. A ROS-t tekintve szintén csupán két vállalat ért el 20%-nál nagyobb bevételarányos jövedelmezőséget, s ezeknek a vállalatoknak a legkisebb az átlagos árbevétele. Az átlag és a medián ROS között kevesebb, mint 1 százalékpont az eltérés, így egymáshoz nagyon közeli a két érték, a relatív szórás viszont itt is nagyon magas, több, mint 200%.

17. táblázat: A ROS alakulása a vizsgált vállalatok esetén Szlovákiában
(a 2018 és 2020 közötti időszak átlagában)

Return on Sales (ROS)	Vállalatok száma (db)	Megoszlás (%)	Átlagos árbevétel (ezer €)	Átlagos mérlegfőösszeg (ezer €)
<0%	11	55	258	326
0-4,9%	4	20	1 839	3 324
5-9,9%	2	10	106 791	59 036
10-14,9%	1	5	3 087	2 637
15-19,9%	1	5	2 036	966
>=20%	1	5	17	21
Összesen	20	100	114 028	66 309
Átlag (%)	-23,5	-	19 004,7	11 051,5
Medián (%)	-0,7	-	1 937,3	1 801,7
Relatív szórás (%)	-260	-	226	213

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

A szlovák vállalatok is a ROA-hoz hasonló trendet mutatnak a ROS tekintetében. A vállalatok döntő többsége sajnos negatív bevételarányos jövedelmezőséggel rendelkezik, vagyis veszteségesek. A 20 vállalat közül mindössze 9-nek van pozitív ROS értéke, legnagyobb arányban 0 és 4,9% közötti a jövedelmezőség. Toronymagasan a legnagyobb átlagos árbevétellel és mérlegfőösszeggel az a két vállalat rendelkezik, amelynek a bevételarányos jövedelmezősége 5 és 9,9% között van. Az átlag ROS a szlovák vállalatok esetében sokkal magasabb, mint a medián, és mindkét érték negatív szám.

A lengyel vállalatokra vonatkozó tendenciát a 18. táblázat mutatja be. Mint ahogy az előző két országnál, itt is hasonló a ROS és a ROA alakulása. 59-ből 11 vállalat, vagyis a vizsgált vállalatok közel 19%-a negatív ROS értékkel rendelkezik, s a vállalatok legnagyobb hányada (37,29%) 0 és 4,9% közötti bevételarányos jövedelmezőségű. A legmagasabb átlagos árbevétellel és mérlegfőösszeggel pedig az a 14 vállalat rendelkezik, amelynek a kiszámított ROS értéke 5 és 9,9% között helyezkedik el. Az átlag és a medián ROS között kb. 1 százalékpont a különbség, vagyis a két középérték szinte teljesen megegyezik, a relatív szórás viszont nagy, több, mint 500%.

18. táblázat: A ROS alakulása a vizsgált vállalatok esetén Lengyelországban
(a 2018 és 2020 közötti időszak átlagában)

Return on Sales (ROS)	Vállalatok száma (db)	Megoszlás (%)	Átlagos árbevétel (ezer €)	Átlagos mérlegfőösszeg (ezer €)
<0%	11	18,64	3 019	5 789
0-4,9%	22	37,29	31 322	34 805
5-9,9%	14	23,73	54 162	81 500
10-14,9%	6	10,17	19 669	22 536
15-19,9%	4	6,78	3 743	3 830
>=20%	2	3,39	7	22
Összesen	59	100	111 922	148 481
Átlag (%)	3,9	-	18 653,7	24 746,8
Medián (%)	4,6	-	11 706,2	14 162,5
Relatív szórás (%)	531	-	113	124

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

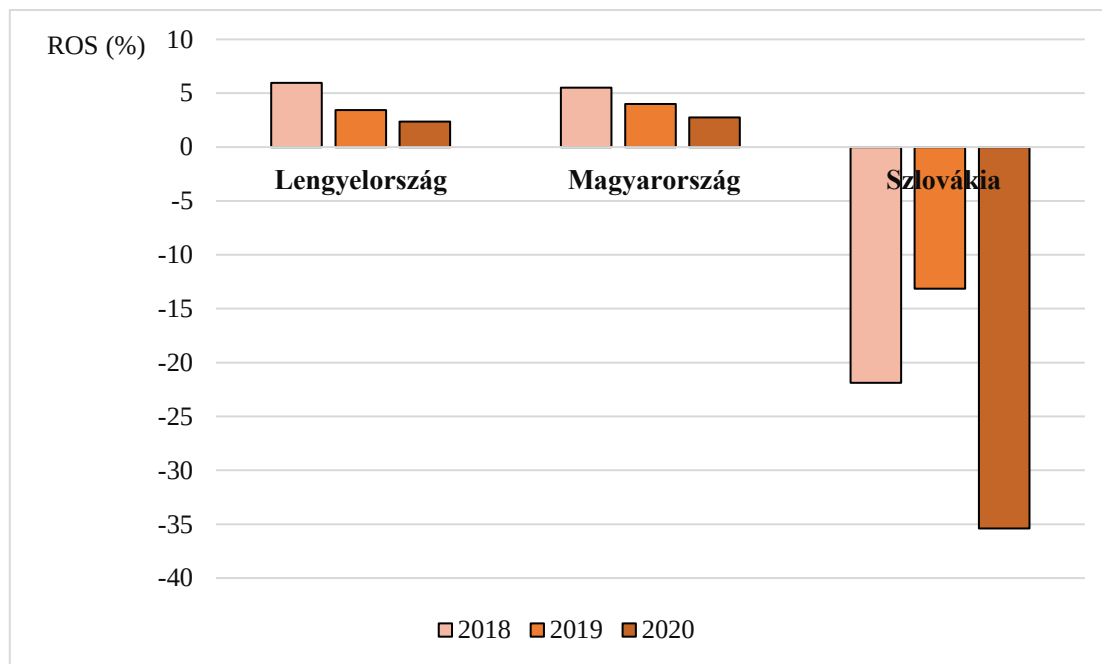
Az alábbi táblázat pedig a három vizsgált ország ROS megoszlását mutatja be egymás mellett.

19. táblázat: A ROS alakulása a vizsgált országokban
(a 2018-2020 közötti időszak átlagában)

Return on Sales (ROS)	Lengyelország		Magyarország		Szlovákia	
	Vállalatok száma (db)	Megoszlás (%)	Vállalatok száma (db)	Megoszlás (%)	Vállalatok száma (db)	Megoszlás (%)
<0%	11	18,64	6	15,38	11	55
0-4,9%	22	37,29	19	48,72	4	20
5-9,9%	14	23,73	10	25,64	2	10
10-14,9%	6	10,17	1	2,56	1	5
15-19,9%	4	6,78	1	2,56	1	5
>=20%	2	3,39	2	5,13	1	5
Összesen	59	100	39	100	20	100
Átlag (%)	3,9	-	4,1	-	-23,5	-
Medián (%)	4,6	-	3,4	-	-0,7	-
Relatív szórás (%)	531	-	204	-	-260	-

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

A ROA-hoz hasonlóan itt is Szlovákiában a legnagyobb a negatív ROS-sal rendelkező vállalatok hányada (55%). Mindhárom országban a legtöbb vállalat 0 és 4,9% közötti bevételarányos jövedelmezőségű. Az átlag és medián ROS érték a Lengyelországban és a Magyarországon található vállalatok esetén szinte megegyeznek, a szlovák vállalatokat tekintve pedig a medián sokkal magasabb, s Szlovákia az egyetlen, ahol mindkét középtérték negatív.



9. ábra: A ROS alakulása a vizsgált országokban 2018 és 2020 között

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

A fenti ábrán látható a ROS alakulása a különböző országokban 2018 és 2020 között. Lengyelországban és Magyarországon ugyanaz a csökkenő tendencia figyelhető meg, mint a ROA esetén, viszont ez esetben Magyarország 2020-ban is tudta tartani a 0 feletti ROS értéket. A lengyel és a magyar vállalatok ROS értéke nem csak a három évre vonatkozó trendben hasonlít egymásra, hanem az értékük is egész közeli. Szlovákiában a ROA-val ellentétben 2020-ban romlott a helyzet az előző évhez képest, az átlagos ROS elérte a -35%-ot, viszont ugyanúgy mindhárom évben negatív a ROS értéke az országban. Összességében elmondható, hogy a magyar piaci szereplők átlagos teljesítménye a legjobb a három ország vállalatai közül a bevételarányos jövedelmezőséget tekintve.

3.4.3. Saját tőke jövedelmezősége (Return on Equity – ROE)

Az utolsó jövedelmezőségi mutató, amely elemzésre kerül, nem más, mint a saját tőke jövedelmezősége (ROE). A saját tőke jövedelmezősége megmutatja, a saját vagyon a részvénytársaságnál mekkora hozamot hozott. A ROE kiszámításához az adózott eredményt kell elosztani a saját vagyonnal (Zéman – Béhm, 2017).

20. táblázat: A saját tőke jövedelmezőségének alakulása Magyarországon
(a 2018 és 2020 közötti időszak átlagában)

Return on Equity (ROE)	Vállalatok száma (db)	Megoszlás (%)	Átlagos árbevétel (ezer €)	Átlagos mérlegfőösszeg (ezer €)
<0%	5	12,82	3 239	2 932
0-4,9%	2	5,13	865	1 567
5-9,9%	10	25,64	7 418	6 897
10-14,9%	9	23,08	15 162	7 391
15-19,9%	4	10,26	9 442	5 779
>=20%	9	23,08	52 714	28 527
Összesen	39	100	88 840	53 094
Átlag (%)	13,0	-	14 806,7	8 849,1
Medián (%)	11,1	-	8 430,1	6 338,3
Relatív szórás (%)	192	-	130	112

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

A legnagyobb arányban (kb. 25%) azok a vállalatok vannak, amelyeknek a saját tőke jövedelmezősége 5 és 9,9% közé tehető, azonban igen magas azoknak a vállalatoknak az aránya is (23%), amelyek vagy 10 és 14,9% vagy 20% feletti ROE-t értek el átlagosan 2018 és 2020 között. A legnagyobb átlagos árbevétellel (kb. 52 millió euró) és mérlegfőösszeggel (kb. 28 millió euró) ez utóbbiak rendelkeznek. 5 vállalat (12,82%) negatív jövedelmezőséget ért el a saját tőke arányában. Az átlagos ROE némileg magasabb a medián értéknél, viszont ez a különbség elhanyagolható nagyságú.

A szlovák vállalatok helyzetét az alábbi, 21. táblázat mutatja be. A három jövedelmezőségi mutató közül a ROE esetében a legkisebb azoknak a szlovák vállalkozásoknak az aránya, amelyek 0% alatti ROE-t értek el, viszont ebben valószínűleg közrejátszik az is, hogy a vizsgált vállalatok egy bizonyos részének mind az adózás utáni eredménye, mind pedig a saját tőkéje negatív értékű, és ha két negatív számot osztunk egymással, akkor a végeredmény pozitív lesz. Valószínűleg emiatt van a ROE esetén 10 vállalat is, amelyek 20%-nál magasabb ROE-t értek el. A legnagyobb átlagos mérlegfőösszeggel (32 millió €) az a két vállalat rendelkezik, amelyeknek a sajáttőke-arányos nyeresége 0 és 4,9% közöttiek. A legnagyobb átlagos árbevétellel (18 millió €) pedig azok a vállalatok rendelkeznek, amelyeknek a ROE értéke 20% felett van. Alig néhány százezer euróval kisebb az átlag árbevétele a 0 és 4,9% közötti sajáttőke-arányos nyereségű vállalatoknak.

21. táblázat: **A saját tőke jövedelmezőségének alakulása Szlovákiában**
(a 2018 és 2020 közötti időszak átlagában)

Return on Equity (ROE)	Vállalatok száma (db)	Megoszlás (%)	Átlagos árbevétel (ezer €)	Átlagos mérlegfőösszeg (ezer €)
<0%	5	25	493	266
0-4,9%	2	10	18 035	32 154
5-9,9%	1	5	22	11
10-14,9%	0	0	0	0
15-19,9%	2	10	293	2 294
>=20%	10	50	18 977	6 834
Összesen	20	100	37 820	41 558
Átlag (%)	23,8	-	6 303,4	6 926,3
Medián (%)	20,8	-	393,0	1 279,7
Relatív szórás (%)	252	-	150	182

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

A Szlovákiára vonatkozó átlag és a medián ROE értékek közeliek egymáshoz, de az átlag 3 százalékponttal megelőzi a mediánt.

22. táblázat: **A saját tőke jövedelmezőségének alakulása Lengyelországban**
(a 2018 és 2020 közötti időszak átlagában)

Return on Equity (ROE)	Vállalatok száma (db)	Megoszlás (%)	Átlagos árbevétel (ezer €)	Átlagos mérlegfőösszeg (ezer €)
<0%	11	18,64	4 467	5 270
0-4,9%	9	15,25	46 154	116 086
5-9,9%	15	25,42	44 447	49 106
10-14,9%	4	6,78	28 491	35 714
15-19,9%	4	6,78	21 224	8 894
>=20%	16	27,12	17 717	6 450
Összesen	59	100	162 500	221 520
Átlag (%)	19,1	-	27 083,4	36 920,0
Medián (%)	7,9	-	24 857,7	22 304,2
Relatív szórás (%)	241	-	60	116

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

A lengyel vállalkozások 15%-a 0 és 4,9% ROE-vel rendelkezik, s ezeknek a vállalkozásoknak a legnagyobb az átlagos árbevétele és a mérlegfőösszege, s a mérlegfőösszegek alapján nagyvállalkozások tartoznak ide. A listán szereplő vállalatok 27%-a rendelkezik 20% feletti ROE értékkel, viszont itt is közrejátszik a Szlovákiánál említett „hiba”.

Lengyelország esetében az átlag ROE több, mint kétszerese a medián értéknek, de legalább mindkettő a pozitív számok tartományában van.

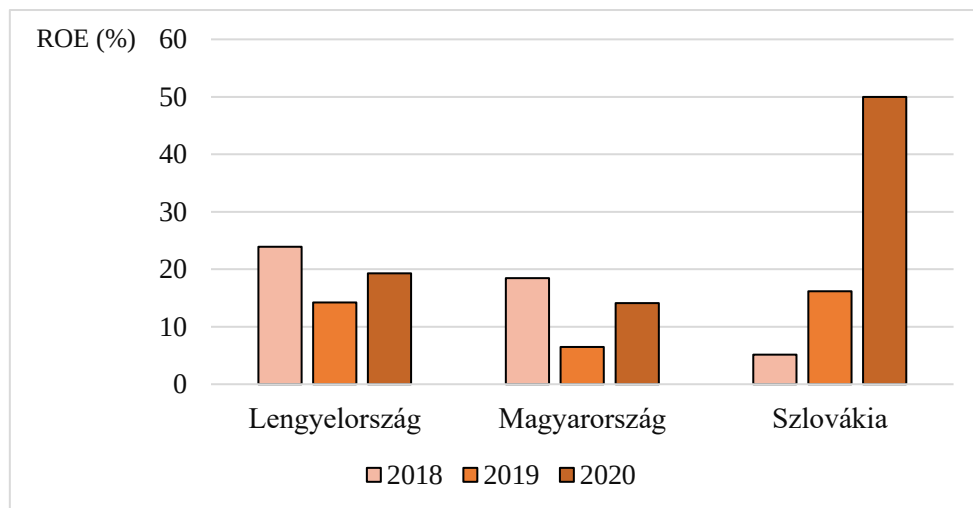
23. táblázat: A ROE alakulása a vizsgált országokban
(a 2018 és 2020 közötti időszak átlagában)

Return on Equity (ROE)	Lengyelország		Magyarország		Szlovákia	
	Vállalatok száma (db)	Megoszlás (%)	Vállalatok száma (db)	Megoszlás (%)	Vállalatok száma (db)	Megoszlás (%)
<0%	11	18,64	5	12,82	5	25
0-4,9%	9	15,25	2	5,13	2	10
5-9,9%	15	25,42	10	25,64	1	5
10-14,9%	4	6,78	9	23,08	0	0
15-19,9%	4	6,78	4	10,26	2	10
>=20%	16	27,12	9	23,08	10	50
Összesen	59	100	39	100	20	100
Átlag (%)	19,1	-	13,0	-	23,8	-
Medián (%)	7,9	-	11,1	-	20,8	-
Relatív szórás (%)	241	-	192	-	252	-

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS (2022) adatai alapján

Összességében igen hasonló a lengyel és a magyar megoszlás, kivéve a 5 és 14,9% közötti kategóriát, ebben az esetben a magyar megoszlás lényegesen nagyobb a lengyelnél. A szlovák vállalatok 50%-a ért el 20%-nál nagyobb ROE-t, ami közel kétszerese mind a magyar, mind pedig a lengyel értéknek. Ez részben annak is köszönhető, hogy Szlovákiában van arányaiban a legtöbb olyan vállalat, amely a saját tőke és az adózott eredmény szempontjából is negatív értékkel rendelkezik, így az ezekből számított pozitív ROE torzítja az eredményt.

Ezt a torzítást némileg tükrözi az alábbi ábra is, amelyen jól látható, hogy a szlovák ROE mennyivel jobban különbözik a másik két ország oszlopaitól. Érdekes még megemlíteni, hogy Lengyelországban és Magyarországon is a 2020-as évben jóval magasabb volt az átlag ROE, mint 2019-ben, ami valószínűleg az előbb említett torzításból eredhet, ugyanis az előző két pénzügyi mutató esetén mindkét ország folyamatosan csökkenő tendenciát mutatott a három év során.



10. ábra: Az átlagos ROE alakulása a vizsgált országokban 2018 és 2020 között

Forrás: Saját szerkesztés az EMIS adatai alapján

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Az előző fejezetben részletesen bemutatásra kerültek a lengyel, a magyar és a szlovák vállalatok méret szerinti kategorizálása az árbevétel és a mérlegfőösszeg szerint.

Az árbevételt figyelembe véve a legtöbb lengyel vállalat (41,03%) a mikrovállalkozások közé sorolható. A mikrovállalkozásokat a kisvállalkozások követik (29,49%), majd a középvállalkozások (16,66%), és a legkisebb arányban (12,82%) a nagyvállalkozások vannak jelen Lengyelországban. A medián árbevétel 3 millió euróra tehető, viszont a nagyobb árbevétellel rendelkező néhány vállalat miatt az átlag árbevétel 21 millió euró.

Magyarországon szintén a vállalatok közel fele (46,15%) mikrovállalkozás. Ezeket követik a kisvállalkozások 30,77%-kal és a középvállalkozások, amelyek az összes vállalkozás 17,95%-át teszik ki. A sort nem meglepő módon a nagyvállalkozások zárják, a vizsgált vállalkozások közül mindössze kettő nagyvállalkozás volt az árbevétel alapján, s ez a két vállalkozás 5,13%-a teljes egésznek. Magyarországon ugyanúgy, mint Lengyelországban, az átlag árbevétel (kb. 19 millió euró) a néhány nagyobb vállalkozásnak köszönhető.

Szlovákiában a vállalkozások 70%-a számít mikrovállalkozásnak az árbevételük miatt. 20%-ot a kisvállalkozások tesznek ki, a közép- és a nagyvállalkozások pedig 5-5%-os aránnyal vannak jelen az országban. A három ország közül itt a legnagyobb az átlag és a medián közötti különbség (11 millió euró).

A mérlegfőösszeg alapján a lengyel vállalkozások túlnyomó részt (50%) a mikrovállalkozások közé tartoznak. Ezután következnek a kisvállalkozások (25,64%), a közép vállalkozások (12,82%), végül a nagyvállalkozások (11,54%). Az átlag mérlegfőösszeg (kb. 27 millió euró) sokkal magasabb a medián értéknél (közel 1,9 millió euró), ami azt jelenti, hogy a lengyel vállalkozások átlag mérlegfőösszegét néhány nagyobb vállalat húzza fel.

Magyarországon hasonlóan alakul a vállalkozások mérlegfőösszeg szerinti megoszlása. A mérlegfőösszeg alapján a legnagyobb arányban itt is a mikrovállalkozások vannak jelen (51,28%), s ezeket követik a kisvállalkozások (30,77%), a középvállalkozások (12,82%) végül pedig a nagyvállalkozások (5,13%). Lengyelországgal ellentétben, hazánkban a kisvállalkozások kicsit magasabb arányban vannak jelen, Magyarországon pedig arányait tekintve feleannyi édességipari nagyvállalkozás található, mint a lengyel vállalkozások között. A magyar vállalkozások átlagos mérlegfőösszegét szintén a kevesebb, de nagyobb vállalatok húzzák fel, mivel itt is sokkal magasabb az átlag a mediánnál.

A három év átlagos mérlegfőösszege szerint a szlovák vállalkozások majdnem háromnegyede (70%) mikrovállalkozás, 20% kisvállalkozás, 10% pedig nagyvállalkozás. A vizsgált vállalatok között egyáltalán nem volt olyan, amelyet a mérlegfőösszeg alapján a középvállalkozások közé lehetett besorolni. A szlovák átlagos mérlegfőösszeg (6 millió euró) maximum 3 vállalat miatt ilyen magas ugyanis a medián mindössze 40 ezer euróra tehető.

A 2018 és 2020 közötti átlag vállalkozásméret mindhárom ország esetén a középvállalkozás volt. Magyarország és Lengyelország esetén mind árbevétel, mind pedig mérlegfőösszeg alapján ez az átlagos üzemméret, viszont Szlovákia esetén a mérlegfőösszeg szerinti átlagos vállalkozásméret a kisvállalkozás lenne, azonban a vagylagos kapcsolat miatt az árbevételnek köszönhetően a szlovák átlagos vállalkozásméret is elérte a középvállalkozások szintjét.

A vállalkozások méret szerinti besorolása mellett a Lorenz-görbe és a Gini-index segítségével meghatározásra került országokra lebontva a koncentráció, a 2018 és 2020 közötti időszak átlagában. Mindhárom ország esetén igen magas volt a koncentráció mind az árbevétel, mind pedig a mérlegfőösszeg alapján. A magas koncentráció azt jelenti, hogy csupán a vállalatok töredéke birtokolja az árbevétel/mérlegfőösszeg döntő részét.

Az árbevétel és a mérlegfőösszeg alapján is Szlovákiában figyelhető meg a legnagyobb koncentráció, ugyanis az árbevétel szerinti Gini-indexe 0,915, a mérlegfőösszeg szerinti pedig 0,859. Az árbevétel alapján Lengyelország a legkevésbé koncentrált ($G_{PL}=0,795$), Magyarország pedig a mérlegfőösszeg alapján ($G_{HU}=0,824$). Általánosságban azonban elmondható, hogy mindhárom országban igen magas a koncentráció mindkét esetben, ugyanis a Gini-index 0 és 1 közötti értéket vehet fel, ahol az 1 jelenti a maximális koncentrációt, s mindhárom ország mindkét Gini-koefficiense bőven 0,7 feletti érték.

Az országok vállalatainak a jövedelme az üzemi (üzleti) tevékenység alapján is vizsgálatra kerültek. A lengyel és a magyar vállalkozások kb. 15-15%-a ért el negatív eredményt, míg a szlovák vállalkozások több, mint fele (55%) volt veszteséges az ÜTE-t/EBIT-et vizsgálva.

Lengyelországban és Magyarországon a legnagyobb hányadot azok a vállalatok teszik ki, amelyek 0 és 5 millió euró közötti eredményt érték el, de a szlovák vállalatok nagy része is ebbe a csoportba tartozik (Lengyelország: 72,88%, Magyarország: 82,05%, Szlovákia: 40%). Mindössze két lengyel (3,39%) és egy magyar (2,56%) vállalat volt, amelyek a három év átlagában 15 millió eurónál nagyobb eredményt értek el.

Az eszközarányos megtérülés (ROA) Lengyelországban és Magyarországon 2018 és 2020 között egy folyamatosan romló tendenciát mutatott, Magyarországon pedig 2020-ban annyira rossz lett a helyzet, hogy a ROA értéke az előző évhez képest több, mint 10 százalékponttal csökkent, s így a negatív tartományba került a magyar átlag eszközarányos megtérülés. Szlovákia mindhárom évben negatív átlagos ROA-val rendelkezett, de 2019-ben érte el a negatív csúcsot, így Szlovákia az egyetlen ország, amely nem folyamatosan csökkenő ROA-val rendelkezik.

A magyar és a szlovák vállalatok legnagyobb hányadának (23,73% és 41,03%) 5 és 9,9% közötti az eszközarányos megtérülése, míg a szlovák vállalatok 55%-ának 0%-nál kisebb a ROA-ja.

Az árbevételarányos jövedelmezőség (ROS) hasonlóan alakult az országokban. Az átlag ROS Lengyelországban és Magyarországon a ROA-hoz hasonlóan egy folyamatosan romló tendenciát mutat az évek során, viszont a ROS esetében nem csak Lengyelország, hanem Magyarország is képes volt pozitív átlagos ROS elérésére 2020-ban, így mindkét országban a legalacsonyabb ROS is 2,5% körül volt, ami 2,5 százalékponttal kisebb a 2018-as (a legmagasabb) ROS-nál. Szlovákia esetén azonban szintén a 2020-as év volt a legrosszabb év a ROS-t tekintve, ugyanis ebben az évben az átlag ROS elérte a -35%-ot.

A lengyel és a magyar vállalatok legnagyobb hányada (37,19% és 48,72%) 0 és 4,9% közötti bevételarányos jövedelmezőséget ért el a három év átlagában, míg a lengyel vállalatok 55%-a negatív ROS-sal rendelkezik, vagyis ezek a vállalatok veszteségesek voltak. Ugyanígy 0% alatti értéket ért el a lengyel vállalatok 18,64%-a és a magyar vállalatok 15,38%-a. A magyar és a lengyel átlag és medián ROS értékek szinte megegyeznek egymással, nagyon minimális a különbség a két középérték között.

A saját tőke jövedelmezősége (ROE) egyes esetekben (főleg Szlovákiában) torzítást mutat, ugyanis nem kevés olyan vállalat volt, melynek a saját tőkéje és az adózás utáni eredménye is negatív volt, így a ROE kiszámítása után a két érték hányadosa pozitív lett. Emiatt a torzítás miatt a 2020-as szlovák átlagos ROS (50%) kiemelkedik a többi érték közül, s valószínűleg emiatt tér el a magyar és a lengyel ROS alakulása is az előző két jövedelmezőségi mutató alakulásától.

Összességében tehát elmondható, hogy mindhárom ország édességipari vállalatai többnyire mikrovállalkozások, amelyeket a 2020-as év nagyon megviselt, így az előző évekhez képest nagy visszaesés látható, főleg Magyarországon a ROA-t tekintve. Ezek mellett

mindhárom országban kimagaslóan nagy a koncentráció, vagyis hiába van sok vállalkozás a piacon, mert ezeknek a nagy része az árbevétel és/vagy a mérlegfőösszeg csupán töredékét tudhatják magukénak, a döntő rész néhány nagyvállalat kezében van. Szlovákia esetén igen nagy a szakadék a mikro- és a nagyvállalkozások között, Lengyelország és Magyarország esetén kiegyenlítettebbek az arányok. Ha valaki édességkészítéssel/-gyártással szeretne foglalkozni, és egy ilyen tevékenységi kört választana, akkor számíthat arra, hogy nehéz lesz a mikrovállalkozás kategóriából kitörni, ugyanis néhány nagyobb vállalat uralja a piacokat.

ÖSSZEFOGLALÁS

A különböző édességek a mindennapjaink részévé váltak az évszázadok során, napjainkban már nem státuszsimbólum vagy a luxus egyik jelképe. Ezt mi sem bizonyítja jobban, minthogy 2020-ban a világon az élelmiszeripar bevételének legnagyobb hányadát (18%) az édességek tették ki, s ezzel az első hellyel az alapélelmiszereket is maga mögé utasította. Az édességek egyik előnye, hogy rendkívül széles a termékpaletta, és nem csak egy átlagos nassolnivalót jelentenek, hanem kísérőajándékként (pl. bonbon) is remekül funkcionálnak szinte minden jeles alkalomra.

A világon rengeteg édességgyártással foglalkozó vállalat található, az is nagy megtiszteltetés és eredmény egy cég számára, ha a világ 100 legjobb vállalata között kap helyet. A világ legnagyobb árbevétellel rendelkező vállalata a Mars Wrigley Confectionary, amely éves szinten 18 milliárd dolláros árbevételre tesz szert. Ehhez és a Mars versenytársaihoz képest egyik vizsgált Visegrádi országban sincs ilyen jelentőségű vállalat, bár akad egy-két nagyobb vállalat, melynek a leányvállalata(i) megtalálhatóak ezeknek az országok legalább egyikében.

Az elvégzett elemzések alapján megállapítható, hogy a vizsgált országokban a legnagyobb arányban mikro- és kisvállalkozások találhatók, de Szlovákia kivételével a másik két országban egész szépen megoszlanak a vállalkozások a különböző méretkategóriák (mikro-, kis-, közép-, nagyvállalkozás) között.

A jövedelmezőségi mutatók alapján a lengyel és a magyar helyzet igen hasonló, többnyire ugyanazok a trendek figyelhetők meg mindkét országban, azonban a ROA mutató alapján Lengyelország jövedelmezőbb, viszont a magyar és a lengyel átlagos ROS az évek során szinte teljesen megegyezik.

Lengyelország és Magyarország többnyire ugyanúgy teljesít a vizsgált vállalatokat, az árbevételt, a jövedelmezőségi mutatókat tekintve, viszont a mérlegfőösszeg között igen nagy a különbség. Az eltérések egyik lehetséges oka lehet, hogy sajnos nem minden vállalkozásra volt (elegendő) adat az EMIS adatbázisban, így nem kevés vállalkozást ki kellett szűrni az elemzések előtt.

Már az is szembetűnő volt, hogy az EMIS adatbázisban lengyel édességipari vállalatból volt a legtöbb, szlovákból pedig a legkevesebb – természetesen Csehország után, mivel ott annyira kevés vállalat adatai álltak rendelkezésre mindhárom évre (1 db), hogy az elemzésből a teljes országot ki kellett vennem. Összességében tehát a lengyel édességkészítéssel/-gyártással foglalkozó vállalatok teljesítenek/teljesítettek a legjobban, ezt követi szorosán

Magyarország, s végül Szlovákia, melynek sajnos szembetűnő a lemaradása a másik két országtól, ugyanis a szlovák vállalatok nagy része veszteséges volt a 2018 és 2020 közötti időszak átlagában.

IRODALOMJEGYZÉK

1. 2004. évi XXXIV. törvény a kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról.
<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a0400034.tv> letöltés dátuma: 2022.09.10.
2. Bernek Á. (2018): Közép- és Kelet-Európa a 21. század geopolitikai/geoökonómiai stratégiában. Akadémiai Kiadó, Budapest, 220 p. ISBN: 978 963 454 178 3
3. Candy Industry (2022): Candy Industry's Global Top 100 Candy Companies Lists,
<https://www.candyindustry.com/Global-Top-100-Candy-Companies> letöltés dátuma: 2022.01.25.
4. Chocolate Phayanak (2022): Top 10 Cocoa Producing Countries in the World. Chocolate Phayanak 2022. <https://chocolatephayanak.com/unkategorisiert/where-is-cocoa-grown-around-the-world/> letöltés dátuma: 2022.01.27.
5. Cilas, C. – Bastide, P. (2020): Challenges to Cocoa Production in the Face of Climate Change and the Spread of Pests and Diseases. *Agronomy*, Vol. 10, No. 9: 1232.
6. EMIS (2022): adatbázis. Letöltés: <https://www.emis.com/php/home/> accessed: 2022.04.25.
7. Erdős A. D. – Szöllősi L. (2021): A Hajdú-Bihar megyei szántóföldi növénytermesztéssel foglalkozó társas vállalkozások jövedelmezőségének megítélése különös tekintettel a hajdúböszörményi gazdálkodókra. *Studia Mundi – Economica*, Vol. 8. No. 3. pp. 31-45
8. FAO (2022): adatbázis. Letöltés: <https://www.fao.org/faostat/en/#data/FBS> accessed: 2022.01.28.
9. Finance Train (2022): Operating Return on Assets (ROA).
<https://financetrain.com/operating-return-assets-roa> letöltés dátuma: 2022.09.10.
10. Fold, N. (2001): Restructuring of the European chocolate industry and its impact on cocoa production in West Africa. *Journal of Economic Geography*, Vol. 1. Issue 4, 1 October 2001, pp. 405-420.
11. Garay R. – Radócné Kocsis T. – Molnár Zs. (2018): Az európai cukorkvóta kivezetésének hatásai, várható következményei és az ebből eredő lehetőségek. Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest, 69 p. ISBN: 978 963 491 604 8
12. Global Research & Data Services (2021): Global Cocoa, Chocolate and Sugar Confectionery Industry to 2026, <https://www.emis.com/php/url-sharing/route?url=2036068b42351c7b> letöltés dátuma: 2022.01.24.
13. Görgényi I. – Karsai K. – Madai S. – Tóth M. – Vaskuti A. (2016): Büntetőjogi fogalomtár. Wolters Kluwer Hungary Kft., Budapest, 351 p. ISBN: 978 963 295 616 9

14. Hamberger J. (2010): Közép-Európa politikai dimenziójának megvalósítási kísérlete: a visegrádi együttműködés (V4). Külügyi szemle, 9. évf. 2. sz. pp. 35-51.
15. Holka L. (2019): Csokoládé, mosolygörbe. Statisztikai szemle. 97. évf. 11. sz. pp. 1087-1092.
16. Kemény I. (2016): Szezonfigurák a Nestlé világában. In: Márkamenedzsment. (Szerk. Bauer A. – Kolos K.). Akadémiai Kiadó, Budapest, 300 p. ISBN: 978 963 454 010 6
17. Kerékgyártó Gy. – L. Balogh I. – Sugár A. – Szarvas B. (2017): Statisztikai módszerek és alkalmazásuk a gazdasági és társadalmi elemzésben. Akadémiai kiadó, Budapest, 446 p. ISBN: 978 963 05 9899 6
18. Kósa K. – Kőműves S. (2019): Egészségegyenlőtlenségek az egyenlőtlenségek globális kontextusában. Magyar Tudomány, 180. évf. 11. sz. pp. 1612-1625.
19. Lindt & Sprüngli (2017): Annual Report 2017. <https://www.lindt-spruengli.com/media/amasty/amfile/attach/XCWvn5jJw9MaoTzTL2G2OZnNTs6LzUVD.pdf> letöltés dátuma: 2022.02.02.
20. Maitah, M. – Rezbová, H. – Smutka, L. – Tomsík, K. (2016): European Sugar Production and its Control in the World Market. Sugar Tech. Vol. 18. pp. 236-241.
21. Mondelez International (2017): Milka Fact Sheet. <https://www.mondelezinternational.com/News/Expanding-Our-Impacts> letöltés dátuma: 2022.01.28.
22. Nuttal, C. – Hart, W. A. (1994): Chocolate marketing and other aspects of the confectionary industry worldwide pp. 362-385 In: Industrial Chocolate Manufacture and Use (Szerk. Beckett, S. T.). Springer, New York, 408 p. ISBN: 978-1-4615-2111-2
23. Nuttall, C. (1988): Chocolate marketing and other aspects of the confectionary industry worldwide. Industrial chocolate manufacture and use. pp. 345-368.
24. Parker, G. – Parker, I. – Brotchie, H. (2006): Mood state effects of chocolate. Journal of Affective Disorders. Vol. 92. pp. 149-159.
25. Porter, M. E. (1980): Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors. The Free Press, New York, 397 p. ISBN: 0-684-84148-7
26. Ross, S. (2022): Return on Sales vs. Operating Margin: What's the Difference? <https://www.investopedia.com/ask/answers/030315/whats-difference-between-return-sales-ros-and-operating-margin.asp> letöltés dátuma: 2022.10.01.
27. Statista (2021): Confectionery & Snacks Report 2021, <https://www.statista.com/study/48835/confectionery-and-snacks-report/> letöltés dátuma: 2022. 01.24.

28. Statista (2022): Net sales of the leading confectionery companies worldwide in 2021
<https://www.statista.com/statistics/252097/net-sales-of-the-leading-10-confectionery-companies-worldwide/> letöltés dátuma: 2022.01.25.
29. Szakács I. (2015): Számvitel A-tól Z-ig. Wolters Kluwer Hungary Kft., Budapest, 1086 p. ISBN: 9789632954882
30. Szász L. – Demeter K. (2017): Ellátásilánc-menedzsment. Akadémiai Kiadó, Budapest, 266 p. ISBN: 978 963 454 033 5
31. Turney, S. (2022): Skewness | Definition, Examples & Formula.
<https://www.scribbr.com/statistics/skewness/> letöltés dátuma: 2022.09.10.
32. Verter, N. (2016): Cocoa Export Performance in the World's Largest Producer. Bulgarian Journal of Agricultural Science, Vol. 22. 2016, pp. 713-721.
33. Voora, V. – Bermúdez, S. – Larrea, C. (2019): Global Market Report: Cocoa. International Institute for Sustainable Development, November 20, 2019.
<https://www.iisd.org/publications/report/global-market-report-cocoa> letöltés dátuma: 2022.01.27.
34. WHO (2022): Diabetes https://www.who.int/health-topics/diabetes#tab=tab_3 letöltés dátuma: 2022.02.03.
35. World Population Review (2022): Lactose Intolerance by Country 2022
<https://worldpopulationreview.com/country-rankings/lactose-intolerance-by-country>
letöltés dátuma: 2022.02.03.
36. Zéman Z. – Béhm I. (2017): A pénzügyi menedzsment kontroll elemzési eszköztára. Akadémiai kiadó, Budapest, 396 p. ISBN: 978 963 454 013