

OTDK-dolgozat

2024

Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi kar

**ÁRSTOP HATÁSAI A MAGYAR ÉLELMISZER-
KISKERESKEDELEMRE**

EFFECTS OF PRICE CAPS ON HUNGARIAN FOOD RETAIL

Zsók René Kevin

Konzulens: Dr. Szücs Tamás

Kézirat lezárásának dátuma: 2024.04.20.

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	1
2. Részletesebben a 6/2022. Kormányrendeletéről.....	3
2.1. A rendelet előzményei	3
2.2. A rendelet által érintett termékek.....	4
2.3. A rendelettel kapcsolatos ellenőrzésekről.....	4
2.4. Minimális árusítási mennyiségről	5
3. Kiskereskedelmi vállalkozások működése	6
3.1. Élelmiszer-kiskereskedelmi üzletek típusai	6
3.2. Kiskereskedelmi alapfogalmak	7
3.3. Kiskereskedelmi marketing lehetőségei	7
3.4. Kiskereskedelem árképzése és céljai	8
3.5. Összefoglalva a kiskereskedelemről	9
4. Árstopos termékek beszerzési árai	10
4.1. A háttér információk bemutatott adatokról.....	10
4.2. Beszerzési árak, volumen és értékesítés	11
4.2.1. Búza finomliszt	11
4.2.2. Csirkemellfilé.....	14
4.2.3. Sertéscomb.....	17
4.2.4. Étolaj	19
4.2.5. Kristálycukor, Burgonya, Tojás	21
4.2.6. 2,8% UHT tej.....	22
4.3. Konklúzió gyűjtött adatokról	24
5. Veszteség vezetők, ha nem mi vezetünk.....	26
5.1. Loss leader stratégiák lehetőségei.....	26
5.2. Különbségek és párhuzamok az árstop és loss leader-ek között.....	27
5.3. Élelmiszer-kiskereskedelem lehetőségei a veszteségek csökkentésére	28
5.3.1. Veszteségek szétosztása.....	28
5.3.2. Raktározási stratégia módosítása	29

5.3.3. Pénzügyi műveletek.....	30
5.3.4. Asszociált kockázatok.....	31
5.3.5. Tétlenség lehetősége	31
6. Kiskereskedelem eredményváltozása	33
6.1. Kutatás menetéről	33
6.2. Kutatási eredmények.....	34
6.3. Vállalkozások eredményei csoportosítva.....	36
6.4. Interjúk jelentős szereplőkkel	38
6.5. Saját eredmények és szereplők nyilatkozatainak összevetése	39
6.6. Adatok az inflációról.....	40
7. Összegzés.....	42
7.1. Termék paletta	42
7.2. Rendelet durációja	43
7.3. Revíziók szükségessége	43
7.4. Jövőbeli beavatkozások lehetőségei	43
7.5. Összefoglalás és záró gondolatok	44

Árbák és táblázatok jegyzéke

1. ábra. A finomliszt kiskereskedelmi beszerzési árának alakulása.....	11
2. ábra. A finomliszt beszerzési mennyiségének alakulása.....	12
3. ábra. A saját márka alatt fogalmazott finomliszt fogyasztói árának alakulása.....	13
4. ábra. A gyártói márka alatt fogalmazott finomliszt fogyasztói árának alakulása.....	13
5. ábra. A friss csirkemell kiskereskedelmi beszerzési árának alakulása.....	14
6. ábra. A friss csirkemell beszerzési mennyiségének alakulása.....	15
7. ábra. A friss csirkemell fogyasztói árának alakulása.....	16
8. ábra. A sertéscomb kiskereskedelmi beszerzési árának alakulása.....	17
9. ábra. A sertéscomb beszerzési mennyiségének alakulása.....	18
10. ábra. A napraforgó-étolaj kiskereskedelmi beszerzési árának alakulása.....	19
11. ábra. A napraforgó-étolaj beszerzési mennyiségének alakulása.....	20
12. ábra. A saját márka alatt fogalmazott napraforgó-étolaj fogyasztói árának alakulása.....	21
13. ábra. A gyártói márka alatt fogalmazott napraforgó-étolaj fogyasztói árának alakulása.....	21
14. ábra. A 2,8%-os zsírtartalmú UHT-tej kiskereskedelmi beszerzési árának alakulása.....	22
15. ábra. Az egyik jelentős hazai kiskereskedelmi vállalat 2,8%-os zsírtartalmú UHT tejen elért bruttó árre (millió Ft)	24
16. ábra. A jelentősebb hazai kiskereskedelmi cégek élelmiszereken és napi fogyasztásicikkeken elért aggregált nyereségének alakulása évente (millió Ft)	29
17. ábra. Forgalom és ráfordítások millió forintban	34
18. ábra. Üzemi tevékenység eredménye millió forintban	35
19. ábra. Változás mértéke százalékban (2022.-es adat/2021.-es adat-1).....	35
20. ábra. A csoportok EBIT%-ának átlaga	37
21. ábra. A csoportok EBIT%-ának változása átlagosan.....	38
22. ábra. Fogyasztóiár-index főcsoportonként, 2022. december	40
23. ábra. Magyarországi infláció termék csoportokra bontva.....	41
1. táblázat. Értékesítési és beszerzési árak.....	27

1. Bevezetés

2022.-es év folyamán a magyar kormány árstopot vezetett be a “6/2022. (I. 14.) Korm. rendelet az árak megállapításáról szóló 1990. évi LXXXVII. törvény veszélyhelyzet alatt történő eltérő alkalmazásáról” című kormányrendelet kereteiben. A rendelet hatályban volt 2022. február 1.-től 2023. augusztus 1.-ig, meghatározta az maximális eladási árát bizonyos termékeknek a magyarországi kiskereskedelemben. A következő oldalakban azt fogjuk vizsgálni, hogy ez az intézkedés hogyan hatott az élelmiszer-kiskereskedelemben működő vállalkozásokra.

A fő kérdések, amikre választ fogok keresni a következők:

1. Mit tartalmaz a fentiekben olvasható rendelet, és mi volt a célja?

Részleteiben meg szeretném vizsgálni, hogy mit is tartalmaz a rendelet. Mire kötelezte a vállalkozásokat és milyen következményekkel járhat az, ha nem teljességében tartják be. Részleteiben áttekinteném, hogy milyen gazdasági környezetben lett meghozva a rendelet, illetve egyéb releváns törvények a közelmúltból. Milyen céljai voltak a jogalkotónak a rendelet meghozásával, többszörös meghosszabbításával és az érintett termékek kibővítésével.

2. Hogyan működnek a kiskereskedelmi vállalkozások?

A kiskereskedelmi vállalkozások működését szeretném bemutatni, annak érdekében, hogy jobb megértést szerezhessünk a helyzetükről az árstop alatt. Ismertetni fogok néhány alapvető fogalmat, amire szükségünk lesz a későbbiekben. Be fogom mutatni a kiskereskedelmi mix elemeit és a vállalkozások alapvető árképzési stratégiáit.

3. Hogyan is alakultak a termékek beszerzési árai?

Az árstop hatálya alatti termékek beszerzési árainak alakulását szeretném elemezni és részleteibe menően vizsgálni a háttérben álló okokat egy konkrét példán keresztül.

4. Mi történik akkor, ha az eladási ár alacsonyabb, mint az önköltség?

A témát illető rendelet okozta negatív differenciát szeretném megvizsgálni és spekulálni, hogy milyen potenciális módokon tudhatták elhárítani a veszteségeket a vállalkozások. Érdekel, hogy ezt a deficitet, miként volt lehetőségük elhárítani, avagy szétosztani a többi általuk értékesített termékekre.

5. Hogyan és mennyire sikerült a helyzetet kezelni a vállalkozásoknak?

Mindemellett azt szeretném vizsgálni, hogy a gyakorlatban a 2022. év során, mennyire sikerült a vállalkozásoknak pozitív gazdasági eredményeket elérni, az árstop, és egyéb negatív gazdasági hatások mellett. Erre a célra a 4711-es TEÁOR számú, élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelmi vállalkozások 2022. gazdasági eredményét fogom összevetni a 2021-es eredményeikkel. Meg fogom vizsgálni, hogy összeségében hogyan alakult a teljesítményük, adatelemzési módszerekkel fogom elemezni azt, hogy a cégméret hatással volt-e arra, hogy mennyiben változott a gazdasági eredményük a vállalkozásoknak.

Mindezek után választ szeretnék adni arra, hogy sikeres volt-e a jogalkotó a céljában; mennyire volt negatív hatás ez a magyar gazdaság kiskereskedelmi ágára; ténylegesen segített-e a magyar emberek élelmiszer költségeiben, összevetve az elméleti lehetőségeket és a valós eseményeket.

2. Részletesebben a 6/2022. Kormányrendeletéről

Érdemesnek tartom elsőként megvizsgálni a rendeletet annak érdekében, hogy a továbbiakban érdemben írni tudjak róla, és mélyebb megértést szerezhessünk következményeiről.

2.1. A rendelet előzményei

Előzményként fontos megemlíteni a koronavírus-járvány elleni védekezésről szóló 2021. évi I. törvény 2. § (1) bekezdésében lévő felhatalmazást, ami megadta a kormány számára a jogalkotói hatáskört ezen rendelet meghozására. A törvény vészhelyzetet hirdetett ki és ezzel a 70 pontban bővítette a kormány jogkörét a következő magyarázattal:

“A koronavírus-világjárvány idején a Kormány alapvető célja, hogy megvédje a magyar emberek életét és egészségét, valamint mérsékelje a gazdasági károkat és megőrizze a munkahelyeket. Ennek eléréséhez gyors és hatékony döntéshozatalra van szükség”

(2021. évi I. törvény 2. § (1) bekezdés)

Ennek következtében tudta a magyar kormány meghozni a témát képző rendeletet. Érdemes megemlíteni, hogy az említett felhatalmazás alapján még egy hasonló rendeletet hozott a kormány az üzemanyag árstopról, “57/2022. (II. 28.) Korm. rendelet a hatósági üzemanyagárral kapcsolatos egyes intézkedésekről” szóló rendelet az üzemanyag árakat fixálta 480 forinton. Sok párhuzamot lehet észrevenni a két rendeletben és hatásaikban, viszont továbbiakban nem fogunk vele foglalkozni.

2.2. A rendelet által érintett termékek

Vissza is térve a dolgozat témájára, a következő termékek lettek első körben a rendelet által hatósági árazás alá helyezve február elsején:

1. Kristálycukor (fehér cukor)
2. Búzafinomliszt (BL 55)
3. Finomított napraforgó étolaj
4. Házi sertés comb (ideértve a csontos, bőrös, filézett, darabolt, szeletelt vagy darált formában, akár előrecsomagolva, akár anélkül történő értékesítést is, frissen, hűtve, fagyasztva)
5. Csirkemell, csirkefarhát – hát, egyben vagy külön far és szárnyvég (ideértve a csontos, bőrös, filézett, darabolt, szeletelt vagy darált formában, akár előrecsomagolva, akár anélkül történő értékesítést is, frissen, hűtve, fagyasztva)
6. Ultra magas hőmérsékleten hőkezelt, 2,8 tömegszázalék zsírtartalmú tehéntej

Ezeket az 1. mellékletben láthatjuk, a meghatározott ár a 2021. október 15.-ei volt, erről későbbiekben számokban is beszélni fogok, de jelenleg ez nem szükséges.

Későbbiekben 2022. folyamán bővült a rendelet egy második melléklettel, amely még két terméknek szabott meg hatósági árat, ezt a 451/2022. (XI. 9.) Korm. rendelet iktatta be. Az említett termékek a következők:

1. Friss tojás, héjában a Gallus domesticus fajhoz tartozó szárnyasokból (kivéve a keltetésre szánt, megtermékenyített tojás)
2. Étkezési burgonya (kivéve újbungonya)

Ezeknél a termékeknél viszont a 2022. szeptember 30.-ai ár volt megszabva, mint maximum.

2.3. A rendelettel kapcsolatos ellenőrzésekről

A vállalkozások jogkövetését az általános fogyasztóvédelmi hatóság, azaz a megyei és fővárosi kormányhivatalok a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal bevonásával ellenőrzik. A szabályok megszegése pénzbírsággal vagy az üzlet bezárásával büntethető, olvashatjuk a Magyar Kormány weboldalán.

Egy kisebb kitérőt fogok tenni a bírságok kapcsán, Szentkirályi Alexandra kormánybiztos 2023. május 19-én sajtótájékoztatón tett nyilatkozatára, amiben beszélt az árstop bevezetése óta történt fogyasztóvédelmi ellenőrzésekről, és ezek keretében kiszabott több mint 1 milliárd forint bírságról. Ismertette az árstop kapcsán elvégzett ellenőrzéseket, első körben 468 vizsgálatot, a második kiemelt ellenőrzés során 519 darab vizsgálatot vezényeltek le. A végleges bírság összeg a 2023. május 19.-ig lezárt fogyasztóvédelmi ellenőrzés esetén, ahol már végleges bírságot állapítottak meg 1 milliárd 15 millió forint volt. A szóvivő asszony kihangsúlyozta, hogy a családok védelme és az infláció csökkentése a fő érdek, ennek a sikeressége már megkérdőjelezhető. De mindez alapján látható, hogy a törvény megkerülése bármennyire is szimpatikus lehet, ebben az esetben nem financiálisan megtérülő.

2.4. Minimális árusítási mennyiségről

Hatósági árak mellett, minimális árusítási mennyiség is meglett szabva ezen termékekre, ez a 2021. évi átlagos napi mennyiségben lett megadva. Ez gyakorlatban azt jelentette, hogy mint kiskereskedő alacsony fix fogyasztói ár mellett kell értékesítenie továbbiakban, és nincs lehetőség a termék forgalomból való kivonására, annak ellenére sem, ha a terméknek beszerzési ára önmagában magasabb, mint az értékesítési ár; erre természetesen van példa, a későbbiekben ki fogunk térni erre. Ezek következtében a törvény gyakorlatban kötelezte a kiskereskedelmi vállalkozásokat a veszteség termelésére.

3. Kiskereskedelmi vállalkozások működése

Ebben a fejezetben azt fogom vizsgálni és bemutatni, hogy milyen módon működik egy kiskereskedelmi vállalkozás, hogyan szerez bevételet, profitot és milyenek a tipikus működési költségei. Ismertetni fogom az kiskereskedelmi működésével kapcsolatos alapfogalmakat, amelyekre szükségünk lesz a későbbiekben, hogy érdemben tudjunk beszélni arról, hogy hogyan érintette őket a 6/2022. Kormányrendelet, azaz az árstop. A harmadik és negyedik fejezetekben ezeket számszerűsíteni is fogjuk. Ebben a fejezetben elemezzük az ár szerepét, bővebben vizsgálni fogjuk a különböző árképzési stratégiákat, és tipikus asszociált költségeiket az értékesítéssel, beszerzéssel és működéssel.

3.1. Élelmiszer-kiskereskedelmi üzletek típusai

A mi témánkat a bolti kiskereskedelem érinti, azon belül is az élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelem. Ezek a vállalkozások töltik be a közvetítők szerepét a gyártók és a fogyasztók között.

Agárdi Irma (2017) könyvében a bolti kiskereskedelmet két csoportra osztja: élelmiszer- és napicikk- kiskereskedelem; általános kiskereskedelem. A témánknak az élelmiszer- és napicikk- kiskereskedelem a lényeges, pontosabban három kategóriája, méret szerint csökkenő sorrendben:

- Hipermarketek: 3000 négyzetméternél nagyobb egybefüggő eladóterű vállalkozások, a nem élelmiszer cikkek aránya 25%-30%, Magyarországon ilyen például az Auchan;
- Szupermarketek: 400 és 2500 négyzetméter közötti eladótérrel rendelkező üzletek, ahol a nem élelmiszer cikkek aránya körülbelül 10%, ilyen üzleteket operáló vállalkozás a Aldi avagy a Lidl
- Hagyományos: kisboltok kis alapterületű vállalkozások, korlátozott árú választékkal, gyakran családi vállalkozásokként működnek.

Későbbiekben azt szeretném vizsgálni, hogy lehet-e észrevenni szignifikáns eltérést abban, hogy ezeket a különböző csoportokat hogyan érintette 2022-es év negatív hatásai, azon belül is az árstop.

3.2. Kiskereskedelmi alapfogalmak

Néhány fontos fogalom a továbbiakhoz, Agárdi Irma (2017), Dunne, Lusch (2010) és Levy Weitz (1998) alapján:

Bruttó árrés (gross margin): A termék kiskereskedelmi ára és beszerzési költsége közötti különbség. A bruttó árrés ad fedezetet a kiskereskedő összes működési költségére, ami nem beszerzéshez kapcsolódik. A bruttó árrés profittartalma a működési és beszerzési költségek levonása után megmaradt összeg. Azaz: $\text{eladási ár} = \text{beszerzési költség} + \text{bruttó árrés}$.

Haszonkulcs (gross margin percentage): A bruttó árrést a kiskereskedelmi árral elosztva kapjuk meg, a százalékos értékét kiskereskedelmi haszonkulcsnak nevezzük. Tehát: $\text{haszonkulcs} = \text{bruttó árrés} / \text{eladási ár}$.

Ezen vállalkozások tehát bruttó árrésből tartják fent magukat, fizetik bér költségeiket, bérleti díjaikat, egyéb költségeiket és ráfordításaikat. Tehát minél inkább fontos profitabilitás szempontjából, hogy nagyobb legyen a kiskereskedelmi értékesítési ára, és alacsonyabb a beszerzési költsége.

3.3. Kiskereskedelmi marketing lehetőségei

Agárdi Irma (2017) munkájában azt olvashatjuk, hogy a kiskereskedelmi vállalkozások stratégiájukat úgynevezett kiskereskedelmi mix segítségével valósítják meg, ez egy hasonló modell a marketingmixhez melyről olvashatunk Keller, Kotler (2005) munkájában. A marketing mixben 4 elemet határoznak meg: a **termék**, az **ár**, a **promóció**, és a **hely**. Ezeket eredetileg McCarthy (1960): Basic Marketing: A Managerial Approach című könyvében fogalmazta meg, a marketing négy nagy P-jének hívta őket, azaz Product, Price, Place, Promotion.

Visszatérve, a kiskereskedelmi mix tartalmazza Agárdi Irma említett könyve szerint a következő elemeket:

- Kiskereskedelmi árpolitika
- Kiskereskedelmi kommunikáció

- Kiskereskedelmi szolgáltatások
- Eladótér kialakítása, bolti atmoszféra
- Telephely választás
- Választék politika

Hogyha összevetjük a marketing mix 4 P-jével láthatjuk az egyértelmű átfedést a kettő között. Emellett hasonlóan a marketingmixhez a kiskereskedelmi mixben is az ár a legkönnyebben változtatható tényező, ezért a kiskereskedelmi vállalkozások árképzésével fogunk foglalkozni, hogy jobb megértést kaphassunk a működésükről.

3.4 Kiskereskedelem árképzése és céljai

Az kiskereskedelmi vállalkozások árképzésének három stratégiáját fogjuk megvizsgálni, ezek a következők, Agárdi (2017) alapján:

-A költségelvű árképzést a haszonkulcs számított értékei alapján képez árakat, ez határozza meg, hogy adott beszerzési ár mellett, mi a minimum fogyasztói ár, amin értékesítheti a termékeket. Nagyvállalkozások esetén ezeket előre megtervezik és a periódus végén elemzik a terv-tény eltéréseket. Természetesen termékenként különböző haszonkulccsal dolgoznak a vállalkozások.

-A keresletorientált árképzés a fogyasztók árérzékenységére alapozzák, azaz mikroökonómiaiilag a termékek árrugalmasságát és keresztt árrugalmasságát vizsgálják. Hal R. Varian (2007) a kereslet árrugalmasságát a kereslet százalékos változása és az ár százalékos változásának arányában határozza meg.

-A versenytárs-orientált árképzés esetében, a vállalkozás versenytársait vizsgálja, és összeveti ezeket saját piaci pozíciójával, ezek alapján árkövető vagy árvezető magatartást vesz fel hozzájuk képest.

Gyakorlatban a vállalkozások mindhárom stratégiát használják az effektív árazáshoz, költségelvű árképzés a minimum árat határozza meg, a keresletorientált árazás a maximum árat határozza meg, és végül a verseny-orientált figyelembe veszi a versenytársaink árazását és magatartását.

A kiskereskedelemmel foglalkozó vállalkozások néhány potenciális célját fogom bemutatni Dunne, Lusch (2010) alapján. A vállalkozás operálhat egy célhozam meghatározásával, ez általában az árbevétel vagy tőke bizonyos százaléka. Egy szupermarket esetében egy tipikus célhozam 2% adózás előtt, észre lehet venni, hogy más ágazatokhoz képest ez relatíve alacsony. Viszont a vállalkozás törekedhet profit maximalizálásra is, ebben az esetben a fő cél, egyértelműen a lehető legnagyobb haszon elérése. Erre tipikusan két különböző stratégia alkalmazható, a lefölozés (skimming) vagy a behatolás (penetration). A lefölozés célja az, hogy a lehető legmagasabb áron árulják a termékeket, ahogy csökken a kereslet, a vállalkozás ezzel párhuzamosan redukálja az árakat egy versenyképesebb szintig. A behatolás célja, hogy kezdetben alacsony árakkal lojális vásárlókat teremtsenek. Másik lehetőség az eladás orientált célok, ezek nem tartalmazznak hozam elvárásokat, hanem az eladási volumenre, és vagy a piaci részesedés növelésére fókuszálnak. Az utolsó potenciális cél, amit megemlítek az a status quo megtartása, ezt azok a vállalkozások alkalmazzák, akik boldogok a jelenlegi piaci pozíciójukban, profitjaikkal. Ilyen célokkal rendelkező vállalkozások megpróbálják fenntartani a jelenlegi árazási szokásokat, nem próbálják megtörni a fentálló erőviszonyokat intenzívebb akciókkal, vagy diszruptív marketing kampányokkal.

3.5 Összefoglalva a kiskereskedelemről

Összességében azt láthatjuk, hogy az élelmiszer-kiskereskedelem egy transzparens ágazat, alacsony hozzáadott értékkel, és relatíve alacsony befolyással a végső árak alakításában az ellátási lánc többi tagjához képest. A vállalkozások az általuk értékesített termékekből származó bruttó árrésekből finanszírozzák költségeiket. A végső árakat beszerzési költségeik, piaci pozíciójuk és céljaik alapján határozzák meg.

4. Árstopos termékek beszerzési árai

Ebben a részben az árstop alatt lévő nyolc termék beszerzési árait fogjuk vizsgálni, annak érdekében, hogy becsülhessük a negatív bruttó árrés mértékét és rálátást kapjunk arra, hogy mennyivel csökkentette az árstop a fogyasztói árakat. Ezek az információk fontosak a következő részhez, hogy érdemben tudjuk becsülni mekkora mennyiségű veszteséget kellett mitigálni a vállalkozásoknak.

4.1. A háttér információk bemutatott adatokról

A felhasznált információk többsége két forrásból fog származni, elsőként az Agrárközgazdasági Intézet Piaci Árinformációs Rendszeréből, továbbiakban “PÁIR”, másodlagosan a GVH ágazati vizsgálata. Sajnos így is lesznek termékek, amelyekre nem tudunk pontos adatokat kapni, ezek esetében csak az elérhető információk alapján lehetséges levonni következtetéseket. A bemutatott grafikonok időintervalluma 2022.02.01.-2023.08.01.

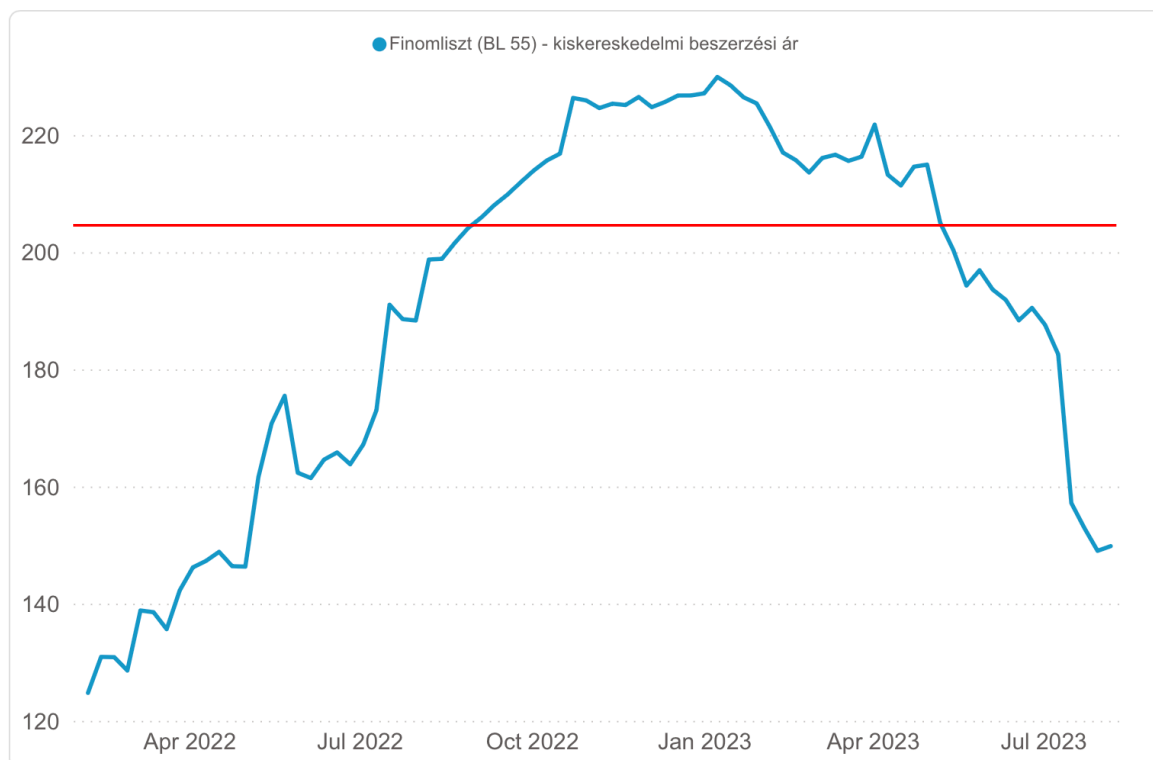
Mindezek mellett fontos megemlíteni, hogy az említett hatósági árak, amiket használni fogunk a KSH adatai alapján kalkulált 2021. októberi ár, amit azoknak kellett alkalmazni, akik nem értékesítették a terméket az adott dátumon, avagy nem rendelkeztek adatokkal az értékesítési árról. Az adatok a KSH „1.2.1.6. Egyes termékek és szolgáltatások fogyasztói átlagára (nyers adatok), havonta” című publikációjukból származnak. Ugyanez igaz a 2022. szeptemberi árakra azok a termékek esetében, amiknél ez alkalmazandó. Ennek egy mellékhatása, hogy lesznek olyan grafikonok, ahol a KSH-s adatok fölé törnek a valós értékesítési árak. Emellett a KSH adatok nem veszik figyelembe az egyértelmű különbséget a saját márkás és gyártói márkás termékek között. Viszont hasznos összehasonlítani a termékek beszerzési árával, mivel azok is két csoport átlagát mutatják. Ezeket az adatokat egy piros vonallal jelöltem az ábrákon a jobb érthetőség érdekében.

4.2. Beszerzési árak, volumen és értékesítés

4.2.1. Búzafinomliszt

Kezdjük a búzafinomliszttel, a KSH adatok alapján a hatósági ár 203 Ft/kg (piros vonallal jelölve), a következőket láthatjuk a PÁIR-on szerzési árakat illetően:

1. ábra. A finomliszt kiskereskedelmi szerzési árának alakulása

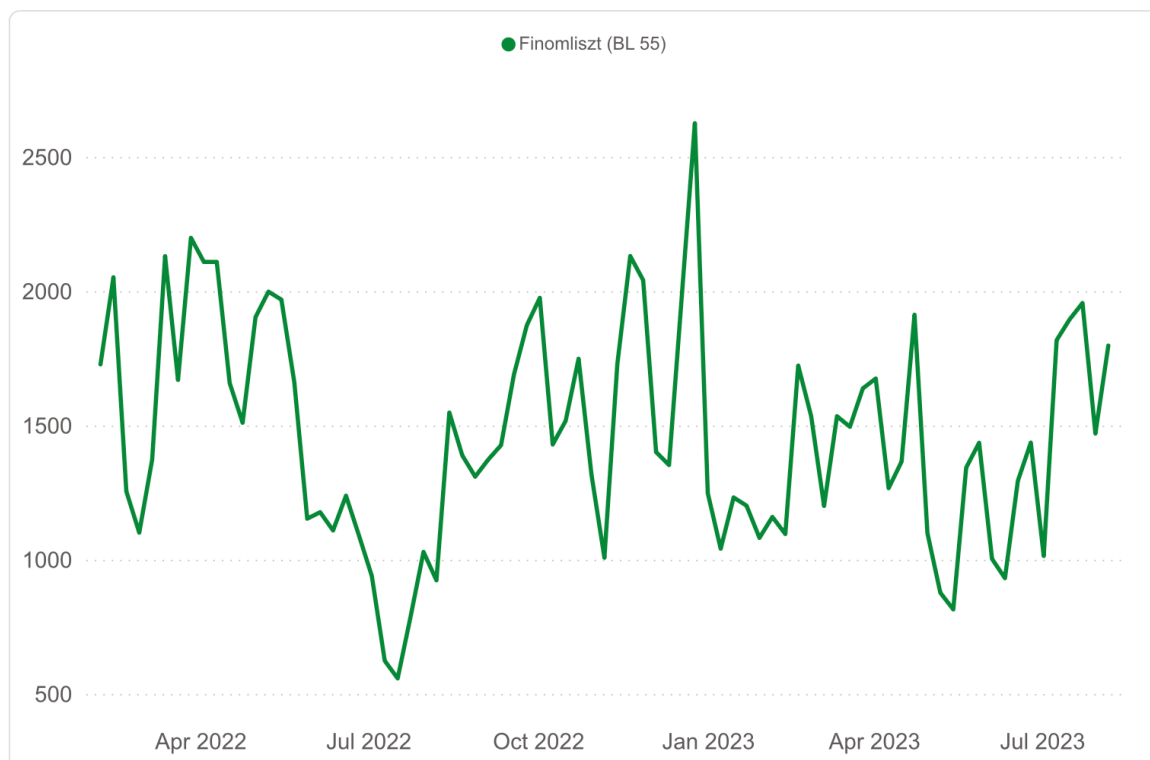


Forrás: Agrárközgazdasági Intézet Piaci Árinformációs Rendszer

A kapott adatok heti felbontással vannak megadva, és azt lehet megfigyelni, hogy a termék szerzési ára a hatósági ár fölé tört. Ez azt jelenti, visszautalva az előző fejezetre, hogy abban periódusban a vállalkozás ezen a terméken egy negatív bruttó árrést realizált.

Tovább vizsgálva megtekinthetjük a beszerzési mennyiséget kilogrammban:

2. ábra. A finomliszt beszerzési mennyiségének alakulása

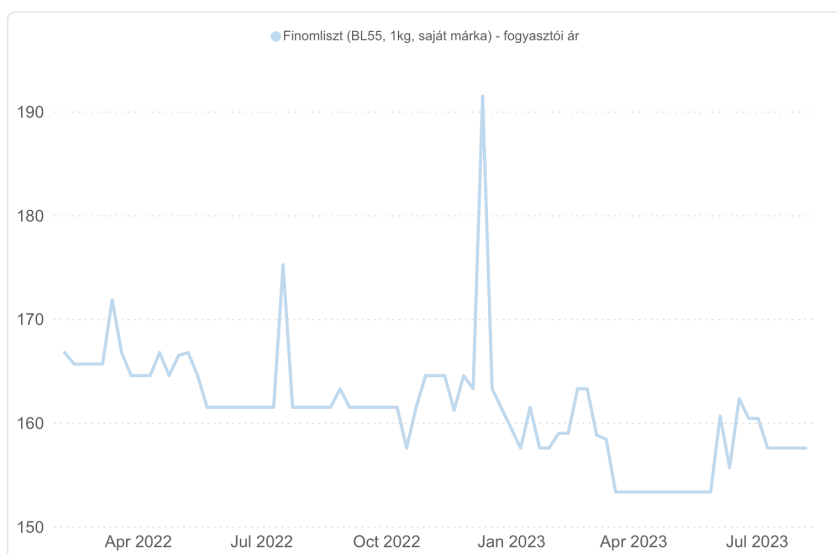


Forrás: Agrárközgazdasági Intézet Piaci Árinformációs Rendszer

Különösebb hatásokat nem láthatunk a grafikonon, annyit érdemes megemlíteni, hogy amikor az árak elkezdek növekedni, 2022. júliusban a vállalkozások beszerzése nagyot zuhant. Viszont későbbiekben, akik akkor nem szereztek be 2023. január folyamán még drágább árakon készleteztek újra.

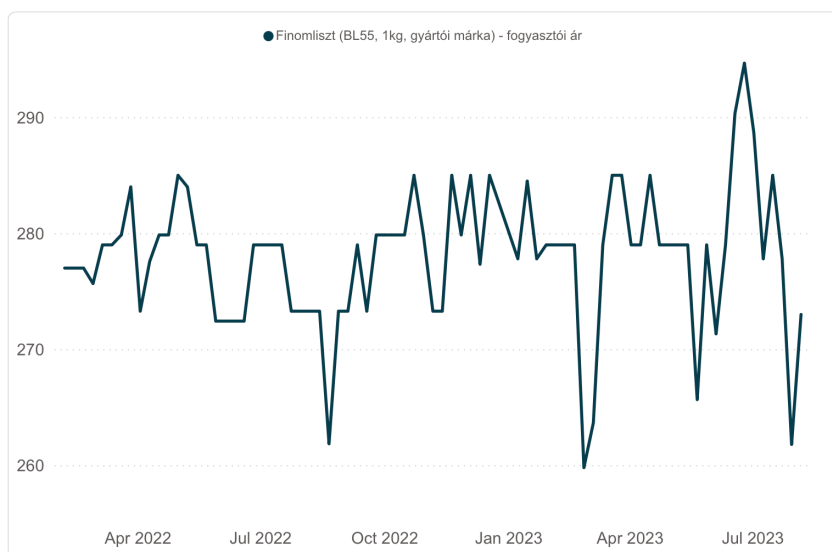
A következő ábrákon a fogyasztói árat láthatjuk, külön-külön a sajátmárkás és gyártói márkás liszt esetén. Azt lehet észrevenni hogy a sajátmárkás termékek esetében lényegesen alacsonyabb a fogyasztói ár, mint gyártói márkás párjaiknál. A PÁIR nem rendelkezik adatokkal az értékesítési mennyiségre külön-külön a termékkategóriákra a vizsgálatunk időintervallumán, ezért ezekkel nem fogjuk tudni összehasonlítani.

3. ábra. A saját márka alatt fogalmazott finomliszt fogyasztói árának alakulása



Forrás: Agrárközgazdasági Intézet Piaci Árinformációs Rendszer

4. ábra. A gyártói márka alatt fogalmazott finomliszt fogyasztói árának alakulása



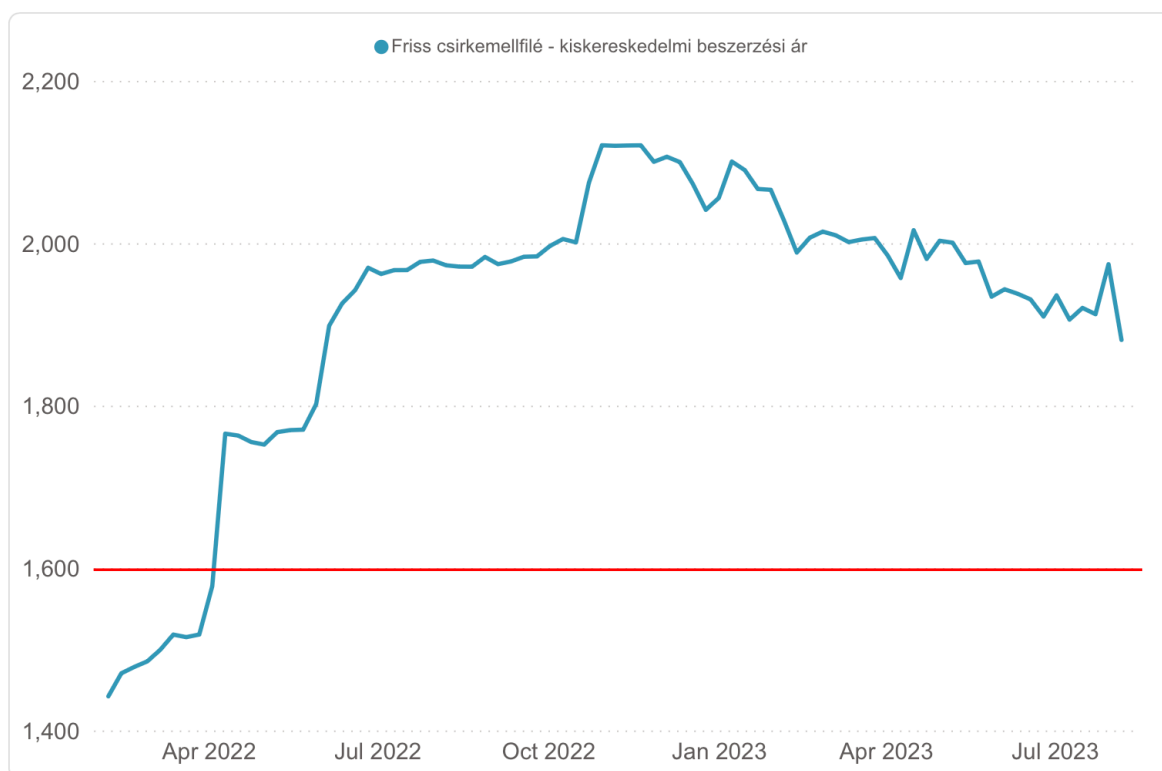
Forrás: Agrárközgazdasági Intézet Piaci Árinformációs Rendszer

Ahogy a bevezetésben már említettem, ezeket az adatokat nem lehet érdemben összehasonlítani a KSH fogyasztó átlagárával. Hiszen az nem tesz különbséget saját és gyári márkás termékek között, de az ábrák segítségével belátást kapunk a cikkek közötti árkülönbségbe.

4.2.2. Csirkemellfilé

Vizsgálatunk a csirkemellfilével folytatódik, a KSH adatai szerint 1600 Ft/kg, a következő módon alakultak a beszerzési árak:

5. ábra. A friss csirkemell kiskereskedelmi beszerzési árának alakulása

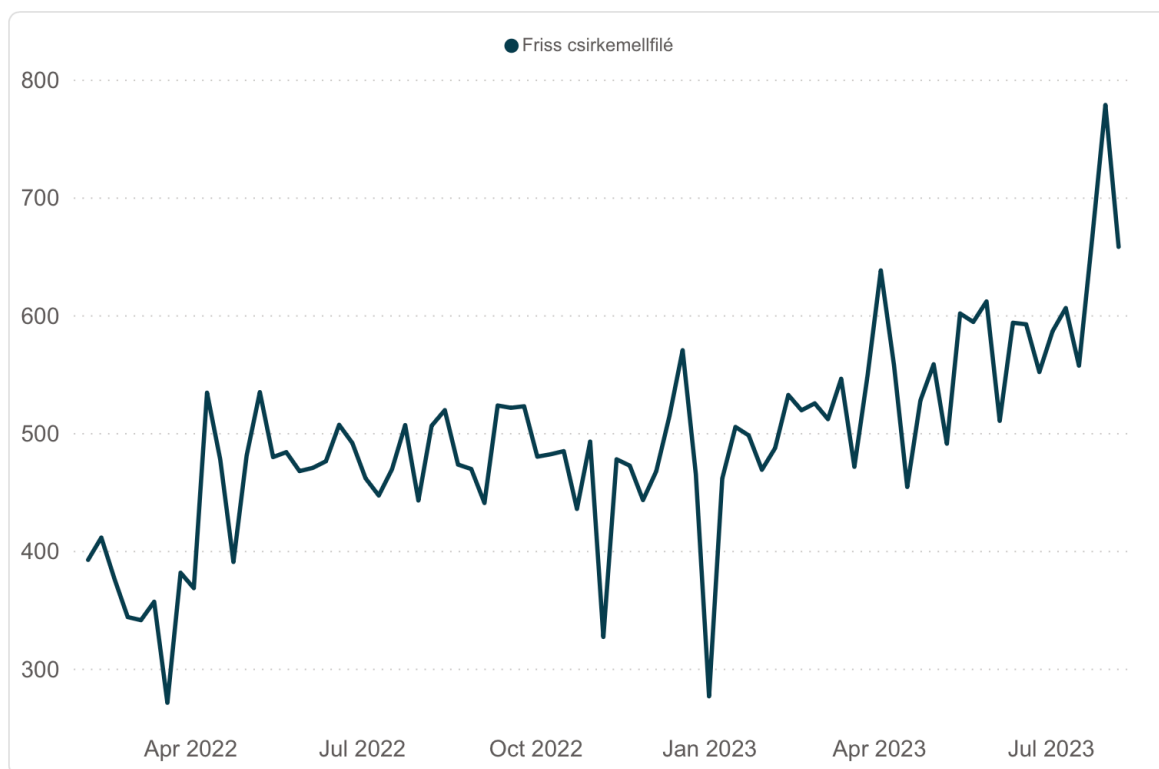


Forrás: Agrárközgazdasági Intézet Piaci Árinformációs Rendszer

Azt lehet észrevenni, hogy a beszerzési árak relatíve hamar a hatósági árak fölé törtek, már áprilistól meghaladta a beszerzési ár az értékesítési árat. Érdeemes felhívni a figyelmet arra, hogy ellentétben a lisztel, cukorral, étolajjal, valamilyen szinten az UHT tejjel, a csirkemellfilé nem raktározható hosszabb időtartamokig. Így a veszteség mértéke azok a vállalkozásoknak sem volt kisebb, akik tipikusan magasabb készletekkel és lassabb készletforgási sebességgel dolgoztak.

Áttérve a beszerzés mennyiségére a következőket lehet látni:

6. ábra. A friss csirkemell beszerzési mennyiségének alakulása

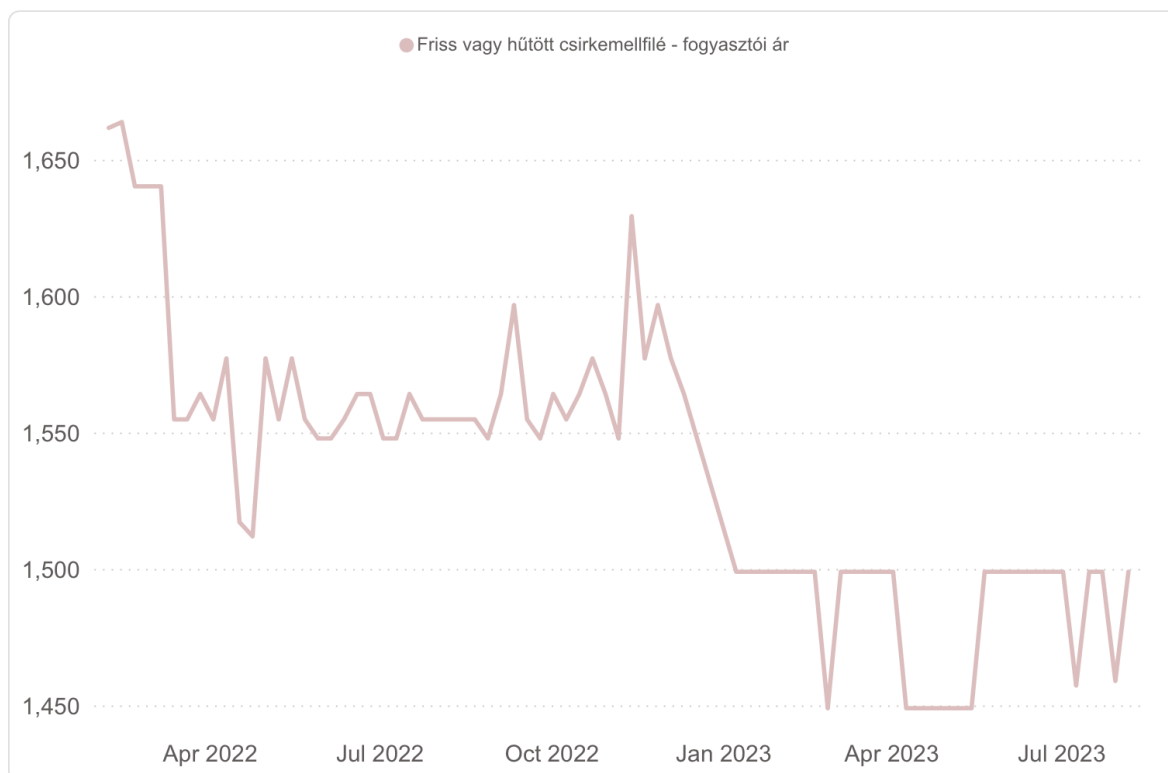


Forrás: Agrárközgazdasági Intézet Piaci Árinformációs Rendszer

Áprilisig egy drasztikus emelkedés történt a beszerzési mennyiségben, azután stagnál egy pár hónapig, viszont januártól újra emelkedési tendenciát lehet látni. A beszerzési volumenben lényegesen konzisztensebb trendet figyelhetünk meg, mint a többi termékénél. A csirkemell esetében egyértelműen láthatjuk, hogy a hatósági árak köszönhetően nőtt a kereslet a termék iránt.

A fogyasztói árak a következőképp alakultak:

7. ábra. A friss csirkemell fogyasztói árának alakulása



Forrás: Agrárközgazdasági Intézet Piaci Árinformációs Rendszer

Meglepő csökkenést lehet látni a fogyasztói árakban, ami a vizsgált intervallum egészében alacsonyabb, mint maga a beszerzési ár(a kezdeti periódust leszámítva) tehát negatív bruttó árrés keletkezett.

Összességében a termék értékesítése veszteséges volt a vállalkozásoknak. A magas beszerzési áron felül rontott a helyzeten a termék hűtésével asszociált magas energia költségek is, amit természetesen nem tudott fedezni a negatív kiskereskedelmi árrés.

4.2.3. Sertéscomb

A következő tételünk a sertéscomb, a KSH statisztika adatok szerint 1420 Ft/kg a hatósági ár, a beszerzési árak a következőképpen alakultak:

8. ábra. A sertéscomb kiskereskedelmi beszerzési árának alakulása

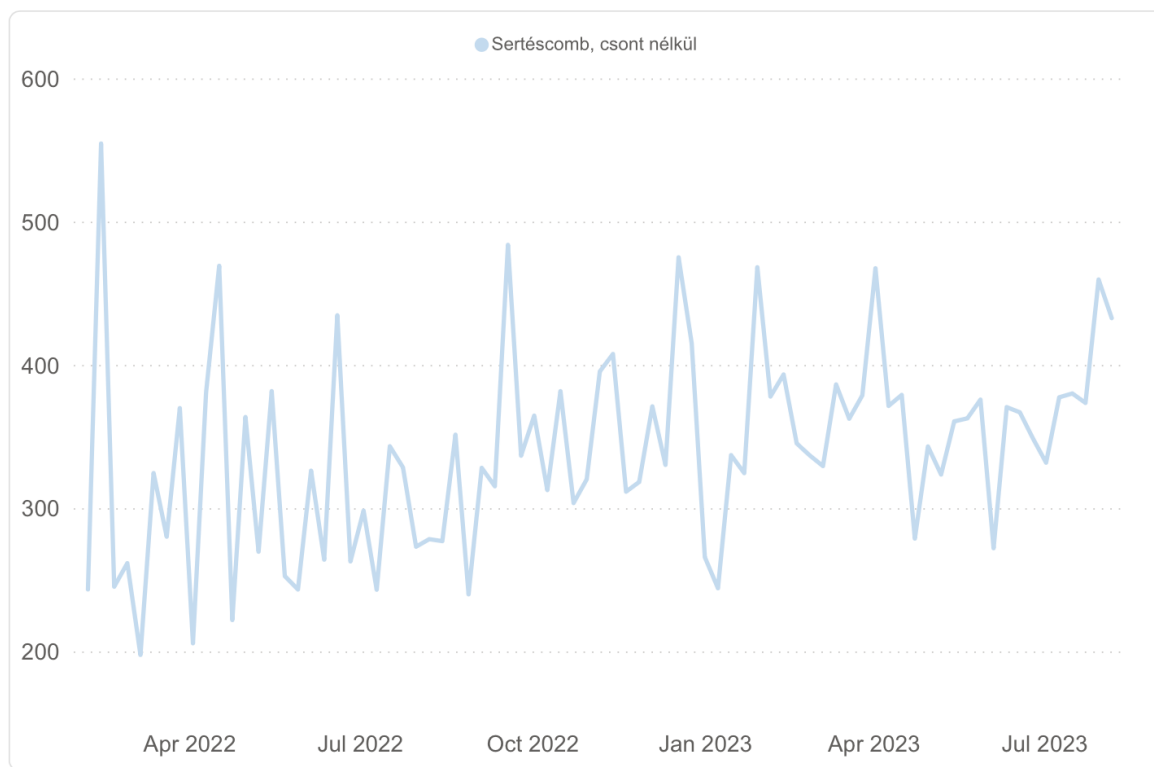


Forrás: Agrárközgazdasági Intézet Piaci Árinformációs Rendszer

Ennél a terméknel egy viszonylag tűrhetőbb helyzetet láthatunk, egészen októberig, ezt követően a KSH adatok alapján az eladási ár nem fedezi a beszerzést sem.

A beszerzési volumen a következő módon alakult:

9. ábra. A sertéscomb beszerzési mennyiségének alakulása



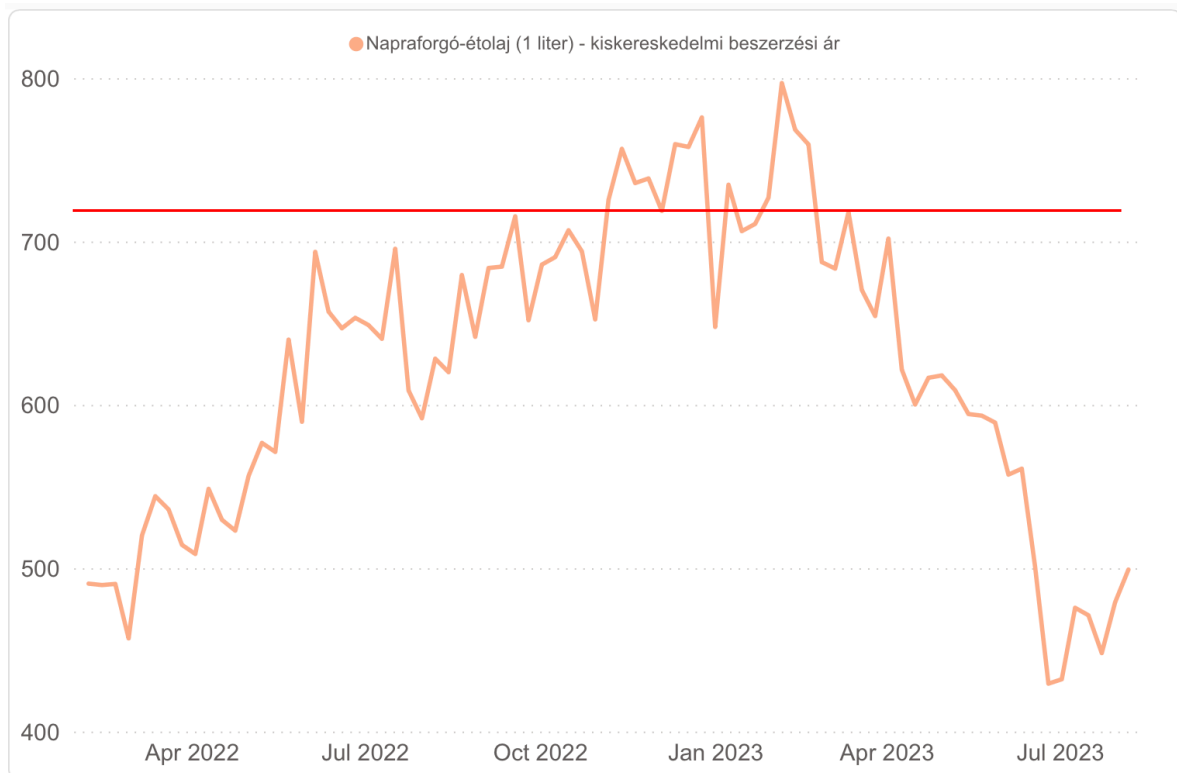
Forrás: Agrárközgazdasági Intézet Piaci Árinformációs Rendszer

Összességében egy emelkedő trendet láthatunk a beszerzési mennyiségben, de kevésbé erős a hatás, mint a csirkemell esetében. Vélhetőleg a megnövekedett kereslet következtében emelkedett a beszerzés mindkét termék esetében. A sertéscombra a PÁIR adatai nem tudnak fogyasztói árakat biztosítani, így ezeket itt nem fogjuk tudni elemezni.

4.2.4. Étolaj

Folytassuk az étolajjal, KSH adatok alapján 713 Ft/liter a hatósági ára, a beszerzési árak pedig a következőképpen alakultak:

10. ábra. A napraforgó-étolaj kiskereskedelmi beszerzési árának alakulása

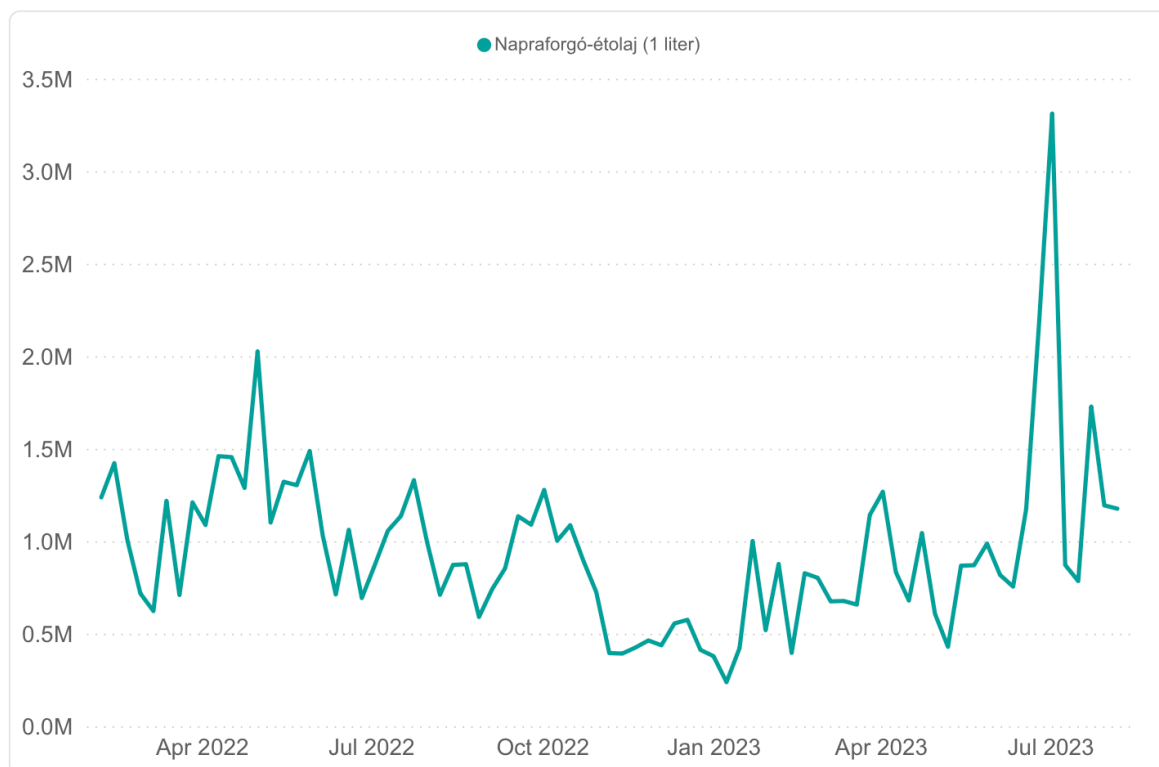


Forrás: Agrárközgazdasági Intézet Piaci Árinformációs Rendszer

Az étolaj esetében azt lehet látni, hogy az ár az időintervallum jelentős részében a hatósági ár alatt maradt, bár természetesen itt is volt időszak, ahol fölé tört. Érdekes hatást vehetünk észre a grafikonon, az árstop végére a beszerzési ár majdnem ugyanoda állt vissza, mint a periódus előtt.

Beszerzési volument illetően a következő grafikont láthatjuk:

11. ábra. A napraforgó-étolaj beszerzési mennyiségének alakulása

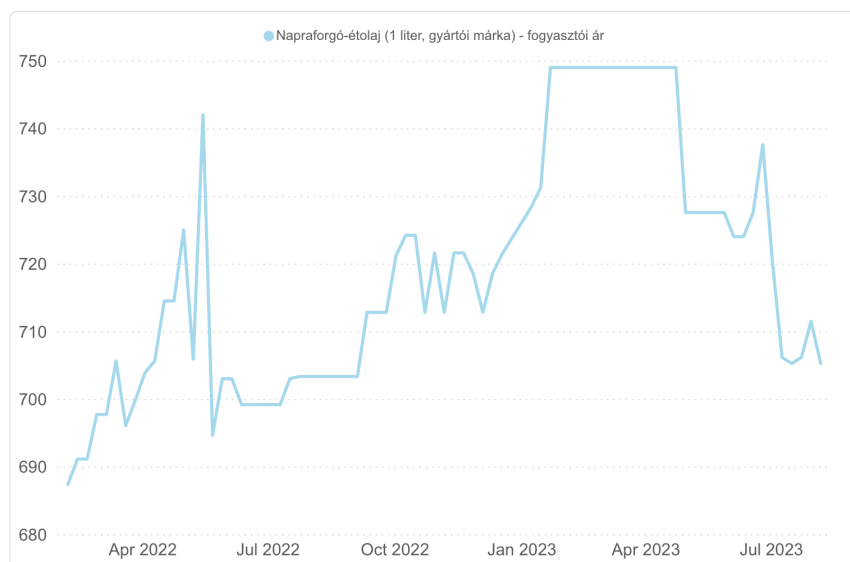


12. ábra. A saját márka alatt fogalmazott napraforgó-étolaj fogyasztói árának alakulása



Forrás: Agrárközgazdasági Intézet Piaci Árinformációs Rendszer

13. ábra. A gyártói márka alatt fogalmazott napraforgó-étolaj fogyasztói árának alakulása



Forrás: Agrárközgazdasági Intézet Piaci Árinformációs Rendszer

4.2.5. Kristálycukor, Burgonya, Tojás

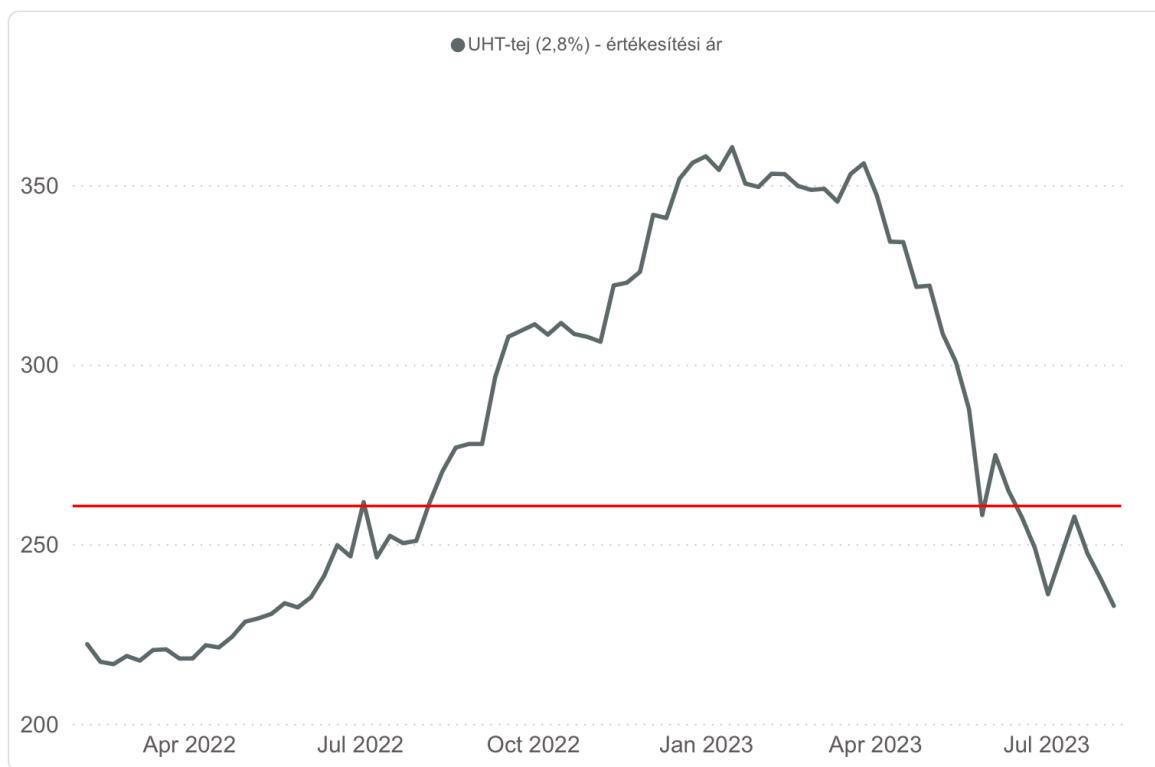
Sajnos ezekre a termékekre nem rendelkezik a PÁIR kiskereskedelmi beszerzési adatokkal, ezért esetükben csak a KSH adatokat fogom megemlíteni. A kristálycukor hatósági ára KSH adtok szerint 261 Ft/kg volt. A. Tojás 723 Ft/10 darab, a burgonya esetében pedig 352 Ft/kg.

4.2.6. 2,8% UHT tej

Utoljára hagytam a tejet, erről a termékről rendelkezünk a legrészletesebb adatokkal egy Gazdasági Versenyhivatal által publikált piacelemzésnek köszönhetően, névlegesen a “Végleges jelentés a tej és tejtermékek magyarországi piacán lefolytatott gyorsított ágazati vizsgálatról”.

A KSH által publikált adatok alapján 268 Ft/liter a hatósági ár. De mielőtt a jelentéssel foglalkoznánk, tekintsük meg a PÁIR-on található információkat. Ebben az esetben nem rendelkezünk közvetlenül kiskereskedelmi beszerzési árról és volumenről elérhető információ. Viszont van értékesítési ár a tejfeldolgozó üzemek részéről, amely megközelítőleg ugyanazokat a tendenciákat fogja nekünk mutatni. A következőket lehet látni:

14. ábra. A 2,8%-os zsírtartalmú UHT-tej kiskereskedelmi beszerzési árának alakulása



Forrás: Agrárközgazdasági Intézet Piaci Árinformációs Rendszer

Az általunk vizsgált periódus folyamán egészen januárig egy drasztikus emelkedés történt, majd egy kisebb stagnálás után pedig egy még drasztikusabb vissza esést lehet megfigyelni az értékesítési árban. A vizsgált időintervallum jelentős részében majdnem 100 forint/literrel

magasabb volt az értékesítési ár a hatósági árnál. Még érdemes felhívni arra a figyelmet, hogy a valós beszerzési ár vélhetően még magasabb volt, mint a látható értékesítési ár.

Áttérve a GVH: Végleges jelentés a tej és tejtermékek magyarországi piacán lefolytatott gyorsított ágazati vizsgálatról című publikációjára, a tejtermékek értékesítési láncát vizsgálták, és okokat kerestek a tejtermékek drasztikus árnövekedésére. A vizsgálatra okot adó tényezők között megemlíti a mi témánkat képző 6/2022. kormányrendeletet is, a jelentésükben következőket írják a rendelet kapcsán:

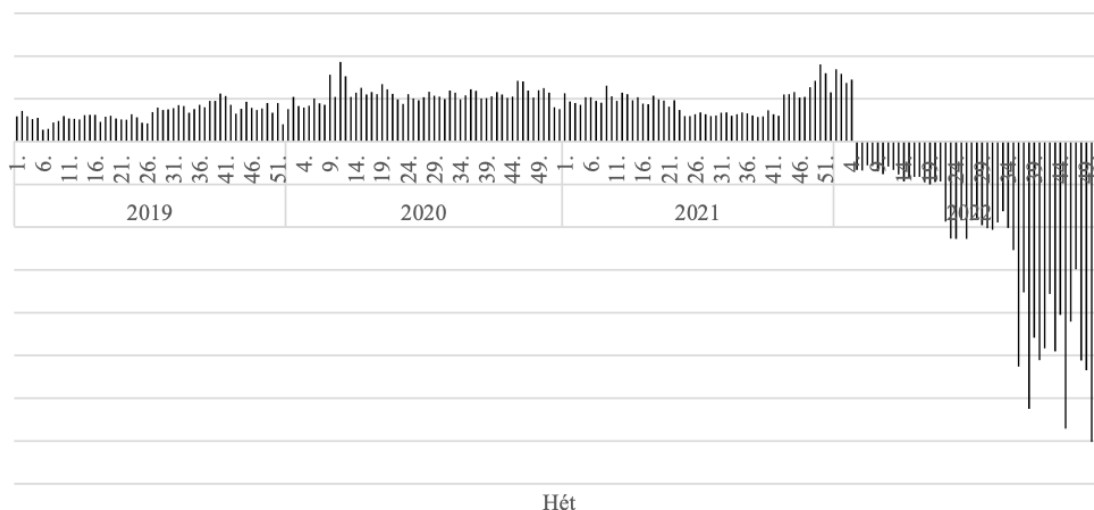
“...Ezen intézkedés 2022. február 1-je óta hatályban van, a vonatkozó kormányrendelet jelenleg hatályos rendelkezései szerint pedig egészen 2023. augusztus 1. napjáig alkalmazandók a hatósági árak egyes élelmiszerek, így többek között a 2,8%-os zsírtartalmú UHT tejek esetében is. A nem hatósági áras tej és tejtermékek árai azonban jelentős mértékben nőttek a 2022-es év második felében...”

(GVH 2023)

A GVH jelentés azt figyelte meg, hogy a vállalkozások megpróbálták magasabb árresekert elérni más tejtermékek terén, és az azokat helyettesítő termékek esetében. Feltételezhetően ezt annak érdekében, hogy kompenzálják a hatósági árral rendelkező 2,8%-os UHT tej értékesítéséből származó veszteségeiket. Bővebben a vállalkozások próbálkozásai a veszteségek mitigálására a következő fejezetben fogunk foglalkozni.

A jelentésben a GVH, hasonlóan ahogyan a korábban prezentált grafikonokból mi is meghatároztuk, a Versenyhivatal elemzői észrevételezték, hogy az árstop alatt lévő termékek esetében a vállalkozások beszerzési árai magasabbak voltak, mint a fogyasztói ár, amin értékesítették a termékeket, ezzel szignifikáns veszteségeket elszenvedve. Az említett veszteségeket a vállalati adatszolgáltatás alapján számították ki és ábrázolták, az ábra nem rendelkezik y-tengely lépték számozással, de a tendenciák jól láthatóak rajta.

15. ábra. Az egyik jelentős hazai kiskereskedelmi vállalat 2,8%-os zsírtartalmú UHT tejen elért bruttó árrése (millió Ft)



Forrás: GVH: Végleges jelentés a tej és tejtermékek magyarországi piacán lefolytatott gyorsított ágazati vizsgálatról

A korábban elért pozitív bruttó árrés 2022-ben túlnyomóan negatívvá vált, egy jól látható párhuzamot lehet vonni, a GVH által készített ábrán látható bruttó árrés és a 2,8%-os UHT tej értékesítési árának emelkedése között. Ez természetes, hiszen az értékesítési ár fix volt az időszak során az árstopnak köszönhetően.

Ezek mellett a GVH felmérte, hogy összességében hogyan alakult a kiskereskedők bruttó árrése az árstop által érintett termékek esetén, ami alapján megállapították, hogy a 2022-ben az elszenvedett veszteség a hat legnagyobb kiskereskedelmi vállalkozásnál összesen meghaladta a 25 milliárd forintot. A jelentés további észrevételeivel a későbbiekben fogunk foglalkozni.

4.3. Konklúzió gyűjtött adatokról

Összefoglalva az előző oldalakon látható termékek beszerzési és fogyasztói árait, arra jutottunk, hogy a 6/2022. kormányrendelet által érintett termékek esetében, 2022.02.01. és 2023.08.01 között jelentős időintervallumokon meghaladta a kiskereskedelmi beszerzési ár a rendelet által megszabott értékesítési árat, több termék esetében.

Ennek következtében egy negatív bruttó árrést generált a vállalkozások számára és mindennek fölébe, ahogy már korábban tárgyaltuk, a termékeket nem volt lehetőség kivonni a forgalomból, hiszen a rendelet minimum árusítási szintet is megszabott ezen termékek esetében. A következő fejezetben azt fogjuk vizsgálni milyen lehetőségeik voltak a vállalkozásoknak ezen veszteségek szétosztására, csökkentésére, eliminálására.

5. Veszteség vezetők, ha nem mi vezetünk

Ahogy az előző fejezetben láthattuk a termékek több esetben negatív bruttó árrést termeltek az azokat forgalmazó vállalkozások számára. Gyakorlatban ezek a termékek, kötelezően maximalizált áraik miatt egyfajta loss leader, azaz veszteség vezető termékeként funkcionáltak, az árstoppolt termékek többsége tipikusan loss leader termékek csoportjába esik. Természetesen, ahogyan már korábban taglaltuk, a kiskereskedelmi vállalatoknak hosszú távon ez nem fenntartható valamilyen beavatkozás nélkül.

5.1. Loss leader stratégiák lehetőségei

A loss leader stratégiák nem új keletű jelenség a kiskereskedelemben, definíciója szerint olyan termékeket jelentenek, amelyeket a vállalat a beszerzési áron vagy azalatt értékesít vásárlók vonzására. Észrevehetjük a stratégiát a hétről hétre változó akciókban bármely kiskereskedelmi láncban, erről a magatartásról Lal, R., Matutes, C. (1994) és James D. Hess, Eitan Gerstner (1987) írtak teóriákat. Az említett kutatók szerint loss leader stratégiák kiskereskedelemben az alapján működnek, hogy néhány terméket beszerzési áron, avagy az alatt értékesít és ezt egy marketing akcióval támogatják annak reményében, hogy vásárlókat vonzanak a boltba, akik a loss leader termékeken kívül vásárolnak más termékeket is, amelyek bruttó árrése kompenzálja az őket oda vonzó termékeken elszenvedett veszteséget. In, Wright (2014) más modellt gondoltak adekvátabbnak a stratégia leírására, szerintük a vállalkozás a termékekből két verziót forgalmaz: egy alap verziót melynek az árát a költségek alatt szabja meg, viszont emellett forgalmaz egy jobb helyettesítő terméket is. Ebben az esetben a vállalkozás reklámozza az alacsony termék árát, így bevonva a boltjába a fogyasztót azzal a várakozással, hogy végül az a jobb, drágább helyettesítő terméket fogja választani. Hasonló modellt állított fel Rosato (2016), a fő különbség a két modellben, hogy Rosato modelljében a vállalkozás egy úgynevezett csali terméket forgalmaz (ebben az esetben ezek veszteségesek), amelynek alacsony az ára viszont csak limitált mennyiségben elérhető, emellett forgalmaz egy túlárzott helyettesítő terméket is. A vállalkozás ebben a modellben veszteség kerülő fogyasztókat céloz meg, abban reménykedve, hogy a fogyasztó ahogy már a boltban van és látja, hogy az őt odavonzó termék már elfogyott a drágább helyettesítő termék megvásárlása mellett fog dönteni a már elsüllyedt költségei miatt. Chen és Rey (2012) szerint nagy vállalkozások loss leader stratégiák alkalmazásával kiszorítják a kisebb versenytársakat a piacról. Modelljük szerint loss leader-ekkel a nagy vállalkozás előnyt szerez one-stop és multistop vásárlók esetében is, így

kihasználva mind a fogyasztót mind a versenytársakat. Véleményük szerint a loss leaderek betöltése növekményt eredményezne a fogyasztói többletben és a kisebb versenytársak termelői többletében is.

5.2. Különbségek és párhuzamok az árstop és loss leader-ek között

Egy fontos különbség van a megismert tipikus loss leader stratégiák és az árstop generálta hatás között, az árstop esetében nem realisztikus várakozás, hogy az elszenvedett veszteségek miatt vásárlókat vonzunk boltjainkba, hiszen a versenytársak is megközelíthetőleg megegyező árakon értékesítik a termékeket így nincs kompetitív előnyünk a termékek alacsony árai miatt. Viszont több hatás is, amit láhattunk szakirodalomban az árstop esetében is megjelenik, mint Rosato modelljéből a lehetőség, hogy a veszteségkerülő fogyasztó látva azt, hogy a kedvező árú termék elfogyott megfogja vásárolni a drágább helyettesítőt. Chen és Rey modelljében látott előny a nagyobb vállalatok számára is vélhetőleg behatással volt a vállalatok eredményének alakulására. Felmerül a kérdés, hogy akkor mit is tehet a vállalkozás a veszteségek minimalizálása érdekében. Erre a potenciális lehetőségeket fogom vizsgálni ebben a részben.

Ahogy már említettem a fejezet kezdetében jelentős átfedés van az árstopolt termékek és tipikus loss leader termékek között, ennek demonstrálására egy Magyarországon működő élelmiszer-kiskereskedelmi üzlet 2023-as évi készletezési és értékesítési adatait fogjuk vizsgálni, az üzlet által szolgáltatott adatok alapján.

1. táblázat. Értékesítési és beszerzési árak

Termék megnevezése	Árstop alatt		Árstop után	
	Beszerzési ár	Értékesítési ár	Beszerzési ár	Értékesítési ár
TEJ UHT 1L 2,8%	419 Ft	369 Ft	337 Ft	329 Ft
SAJÁT MÁRKÁS LISZT 1KG	226 Ft	168 Ft	185 Ft	179 Ft
GYÁRTÓI MÁRKÁS LISZT 1KG	327 Ft	259 Ft	300 Ft	451 Ft

Forrás: Vállalati adatok alapján, saját készítésű táblázat

A táblázat „Árstop alatt” szekciójában 2023.01.01.-2023.07.31. periódus adatainak átlaga látható, míg az „Árstop után” szekcióban 2023.08.01.-2023.12.31. periódus átlagai jelennek meg. Az adatok egyértelműen mutatják azt, hogy a tej és saját márkás liszt ennél a vállalkozásnál alapvetően loss leader-ként funkcionálnak, hiszen a termékek az árstop vége után is veszteségesen voltak értékesítve, viszont a veszteség mértéke jelentősen magasabb volt

az árstop alatt a megszokotthoz képest, ami problémákat okozhat. A táblázat még tartalmazza egy gyártói márkás liszt adatait is, ez a termék ki esik a két csoport metszetéből, bár árstopolt mivel BL55-ös liszt, de nem egy tipikusan veszteségesen értékesített termék. Ennek következtében az árstop vége után az értékesítési ár jelentősen megugrik a beszerzési ár csökkenésének ellenére is.

5.3. Élelmiszer-kiskereskedelem lehetőségei a veszteségek csökkentésére

Az átlagos ember, aki nincs teljesen tisztában a rendelet által megszabott keretekkel okos ötletnek vélhetné a termékek nem forgalmazását, avagy az árszabályozás megszegését, viszont ezek a lehetőségek nem jól megtérülők. Ahogy a rendelet ismertetésénél már kitértem rá, a hatálya alatt több ellenőrzési akció is végbement, ahol a szabályszegők esetében busás összegű bírságokat róttak fel. Ennek következtében ezek lehetőségét továbbiakban nem elemzem, mint realisztikus megoldás a deficit kiküszöbölésére.

Tehát így maradnak a következő lehetőségek: a veszteségek szétosztása más termékekre; a raktározási stratégia megváltoztatása az árrés megőrzése érdekében; különböző pénzügyi műveletek az eredmények javítására; tétlenség és tartalékok felélése; üzletzárás.

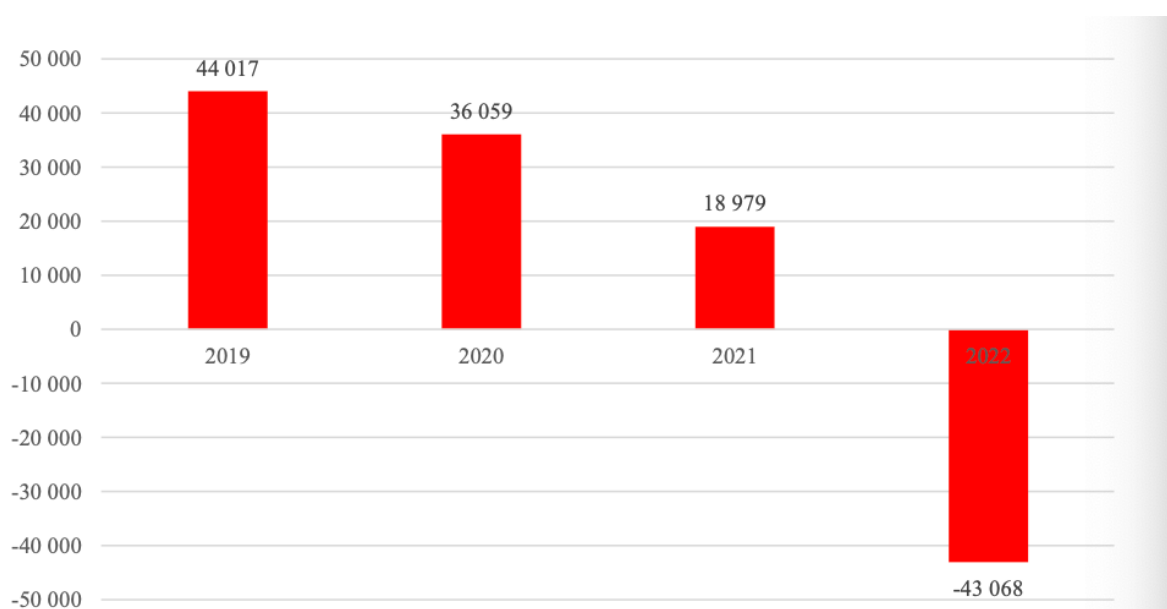
5.3.1. Veszteségek szétosztása

Elsőként a vélhetőleg leggyakoribb stratégia a negatív bruttó árrés kiegyenlítése a többi értékesített termék nyereségének emelésével, ennek a jelenségnek bemutatására a GVH korábban már említett Végleges jelentés a tej és tejtermékek magyarországi piacán lefolytatott gyorsított ágazati vizsgálatról című publikációjában megjelenő adatokat a tejtermékek fogyasztói árának felbontásáról fogjuk felhasználni. A versenyhivatal részleteiben elemezte a kiskereskedelmi árakat és árréseket a tejtermékek esetében, azt vették észre, hogy a termékek többségében a bruttó árrés százalékos értékben nagyrészt változatlan, avagy csak kis mértékben mozgott el. Ezzel szemben viszont a bruttó árrések komponenskénti felbontása esetében nyerség aránya megnövekedett a költségekhez képest. Vegyük példának a trappista sajtot, a fogyasztói ár a versenyhivatal kutatása alapján a következő módon oszlott meg 2021-ben: 15% áfa, 19% kiskereskedő bruttó árrése, 66% kiskereskedői beszerzési ár. A megoszlás csupán kis mértékben változott meg 2022-re egy százalékkal nőtt a beszerzési ár és egy százalékkal csökkent a bruttó árrés, ennek ellenére a nyereség per kilogramm 2022-ben 182,6 forintra nőtt a 2021-es 56,7 forinthez képest, hasonló jelenséget vehetünk észre a többi nem ársapkás tejtermékek többségénél. Ez a megnövekedett nyereség annak köszönhető, hogy a beszerzési

árak nagyobb mértékben nőttek, mint a kiskereskedők egyéb költségei így a közel azonos szintű bruttó árrés mellett nagyobb nyereséget tudtak realizálni. Ebből azt a következtést tudjuk levonni, hogy a nem ársapkás termékek esetében a kiskereskedelmi beszerzési árak, fogyasztói árak növekménye és a többi költség kisebb százalékos változása, alapvetően pozitív hatsással voltak az eredményekre, hiszen változatlan árrés mellett nagyobb nyereséget tudtak elérni.

Fontos kiemelni, hogy ezek a marginális nyerségek nem voltak elegendőek ahhoz, hogy kompenzálják az előző fejezetben bemutatott ársapkás termékek által generált negatív árréseket.

16. ábra. A jelentősebb hazai kiskereskedelmi cégek élelmiszereken és napi fogyasztási cikkeken elért aggregált nyereségének alakulása évente (millió Ft)



Forrás: GVH: Végleges jelentés a tej és tejtermékek magyarországi piacán lefolytatott gyorsított ágazati vizsgálatról

5.3.2. Raktározási stratégia módosítása

Térjünk át a raktározási stratégia módosításának lehetőségére, milyen lehetőségeik voltak a szereplőknek ezen a téren a veszteségek csökkentésére. Az árstoppal érintett termékek között, láthatunk olyan cikkeket melyek könnyen több hónapon át is raktározhatóak, lásd liszt, cukor étolaj. Ezeket a figyelmes vállalkozóknak volt lehetőségük beszerezni előre, ameddig a beszerzési árak még alacsonyabbak voltak, mint a fogyasztó árak, így megőrizve a pozitív árrést a termékek értékesítésén. A szükséges beszerzési mennyiséget komplikált előrejelzések

nélkül is megtudták határozni, hisz készletezési kötelezettségeiket már előrelátták az adott időszakokra. Ennek a módszernek működését az előző fejezetben a búzafinomliszt esetében láthattuk, ahogy emelkedtek az árak csökkent a beszerzés, és vélhetőleg a felhalmozott készleteket értékesítették.

Viszont pár gond van ezzel a módszerrel, elsőként az, hogy nem minden kiskereskedelemmel foglalkozó vállalkozás mögött vannak közgazdászok, akik láthatták erre a lehetőséget, falusi kisboltok, melyek nem kiskereskedelmi láncok tagjai, akár egyéni vállalkozók, akár családi vállalkozások, nem feltétlenül rendelkeznek a szakmai tudással arra, hogy ezeket ki tudják vitelezni. Továbbá probléma az, hogy bár az említett termékek jól raktározhatók, mégis van szavatossági idejük, és a rendelet hatályban töltött ideje meghaladja ezeket, így minden esetben kellett készletet beszerezniük a magasabb beszerzési árszint mellett. Természetesen a raktározással kapcsolatban felmerülnek asszociált extra költségek is, amelyek kevésbé előnyössé tehetik ezt a megoldást. A végső probléma ezzel a módszerrel még az, hogy ez csak három termék a nyolcból, melyekre ársapka került; a többi termék esetében nem valós lehetőség a több hónapig tartó raktározás értékesítés időpontja előtt. Összességében ez egy jó lehetőség volt a veszteségek csökkentésére, viszont közel sem elegendő ahhoz, hogy nullifikálja azokat.

5.3.3. Pénzügyi műveletek

Felmerül annak a lehetősége, hogy pénzügyi műveletekkel próbálják meg a vállalkozások javítani eredményüket, azaz részvények és értékpapírokból származó bevételekkel emelik eredményüket. Demonstráció céljából a következő fejezetben bemutatásra kerülő saját elemzésből egy részadatot fogok felhasználni. Az elemzésben vizsgált 3 566 darab 4711 TEÁOR számú Magyarországon működő vállalkozás 2021-2022-es beszámoló adatait aggregálva azt, a következő adatokat kaptuk a pénzügyi műveletek eredményei kapcsán: 2021-ben a vizsgált vállalkozásoknak összesen 1 240,54 millió forint volt a pénzügyi műveletek eredménye, ez az adat 2022-ben 5 136,76 millió forintra emelkedett. Ez az emelkedés minden bizonnyal javította az adózás előtti eredményeket, de muszáj azt megjegyezni, hogy a pénzügyi műveletek nem egy megbízható, kockázatmentes módja annak, hogy kompenzáljuk silány üzemi eredményieket. A következő részben nem fogunk tovább foglalkozni a pénzügyi műveletek eredményeivel, annak érdekében, hogy valósabb képet adhassunk a vállalkozások fő tevékenységének tényleges eredményéről.

5.3.4. Asszociált kockázatok

Érdemes megemlíteni, hogy a korábbi módszerek nem kockázatmentesek, pénzügyi műveletekkel csillagi összegeket tudunk veszíteni, kamatok emelkedése miatt, akár árfolyam veszteségek révén, akár likviditási problémákat okozhatunk magunknak túlságosan magas összegű pénzeszköz lekötéssel. A negatív árrés szétosztása esetében felmerül annak a kockázata, hogy a magasabb árszint miatt vásárlókat veszíthetünk, hiszen a magyar kiskereskedelem fogyasztóinak árérzékenysége kiemelkedően magas, ennek okairól Rekettye Gábor 2016: „Multidimenzionális árazás Insight, trendek, vásárlók” alapján fogjuk vizsgálni. Rekettye több tényezőt határoz meg, amik befolyásolják a vásárlók árérzékenységét, számunkra releváns elemeket fogjuk taglalni. Az észlelt helyettesítő termék hatása, ez növelni fogja az esetünkben az árérzékenységet, mivel az élelmiszer-kiskereskedelem által értékesített termékek túlnyomó többségben könnyen helyettesíthetőek a versenytársak által forgalmazott termékekkel. Az összehasonlíthatóság hatása, úgyszintén növeli a fogyasztók árérzékenységét, hiszen hasonlóan a könnyű helyettesítéshez, a termék árait probléma nélkül össze tudjuk hasonlítani a versenytársakéval. Az egyedi érték hatása, megint csak emelni fogja az árérzékenységet hiszen az élelmiszer-kiskereskedelemben nincs igazán olyan termék, amelyet csak egy lánc vagy vállalkozás tudna értékesíteni. Végül a kiadás nagyságának hatása is emelni fogja az árérzékenységet, hiszen minél nagyobb a háztartás költségvetésében kitett része az adott kiadásnak annál nagyobb az árérzékenység, ahogy láthatjuk egy 2020-as KSH riportban az egy főre jutó kiadásokról, a gyermekes, gyermek nélküli és egyszemélyes háztartásokban egyaránt a legmagasabb kiadás az élelmiszerek voltak 2020-ban (KSH: 2020), vélhetőleg 2022-re a magas élelmiszer infláció miatt ez az arány tovább emelkedett.

5.3.5. Tétlenség lehetősége

Természetesen annak a lehetőségét is figyelembe kell vennünk, hogy bizonyos vállalkozások nem foglalkoztak explicit módon a veszteségek elhárításával. A magatartás több okból is származhat, kisebb vállalkozások nem feltétlenül rendelkeztek a szükséges tudással a korábban megemlített módszerek elvégzéséhez, és a korábbiakban felsorolt kockázatok miatt is racionális lehet. Ebben az esetben deficitesen működtek az árstop ideje alatt, felélve a tartalékaikat. Logikusan ebből egyenesen következik, hogy azok a vállalkozások, akiknek nem volt már mit felélni, azok üzletet zártak. A KSH: „2.1.1.2. A kiskereskedelmi üzletek száma üzlettípus szerint, december 31.” című publikációjában láthatunk erre konkrét adatokat, 2021.

december 31.-én működő élelmiszer és élelmiszer jellegű vegyes kiskereskedelmi üzletek száma 36 262 darabról 2022. december 31.-ére 34 777 darabra csökkent. Feltétlenül meg kell említeni, hogy az üzletek száma már évek óta csökkenést mutat, viszont ebben az évben nagyobb mértékben csökkent, mint ami a tendencia szerint várható lett volna.

Tehát összefoglalva, azt láthattuk, hogy az élelmiszer-kiskereskedelemmel foglalkozó vállalkozásoknak limitáltak voltak a lehetőségei a veszteségek elhárítására az adott törvényi környezetben. A lehetőségeik, amik voltak sem kockázatmentesek a kiszámíthatatlan pénzügyi környezet és vásárlók magas érzékenysége következtében. Vélhetőleg a legnagyobb vesztesek azok voltak, akik nem rendelkeztek a megfelelő tudással és technológiával, hogy minimalizálják a veszteségeket. A következő részben erre empirikus adatokat fogunk vizsgálni és felderíteni, hogy beszámoló eredményeik alapján kik veszítettek a legtöbbet a szektorban.

6. Kiskereskedelem eredményváltozása

Ebben a részben a saját kutatási eredményeim elemzésével fogunk foglalkozni, megvizsgálva, hogy a korábban taglalt hatások mennyire változtatták meg a kiskereskedelmi vállalkozások évi eredményeit. Erre a 2021-es és 2022-es üzleti beszámoló adatok összehasonlítását választottam, hiszen 2021-ben a rendelet még nem lépett hatályba és 2022-es év túlnyomó részében már hatályban volt.

6.1. Kutatás menetéről

Kutatásom során a 4711-es TEÁOR számú vállalkozások, élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelmi cégek 2021-2022-es gazdasági teljesítményét vizsgáltam. Fő célja a kutatásnak az volt, hogy megállapítható-e kapcsolat a cégméret és a profitabilitás változása között a 2021-2022-es üzleti évek során.

A kutatás céljából a crefoport.hu Scholar adatbázisából végeztem lekérdezést, a következő paraméterekkel:

-a vállalkozás TEÁOR száma 4711

-a vállalkozás értékesítés nettó árbevétele 2020.-2022.-ben évente legalább 100 000 Ft

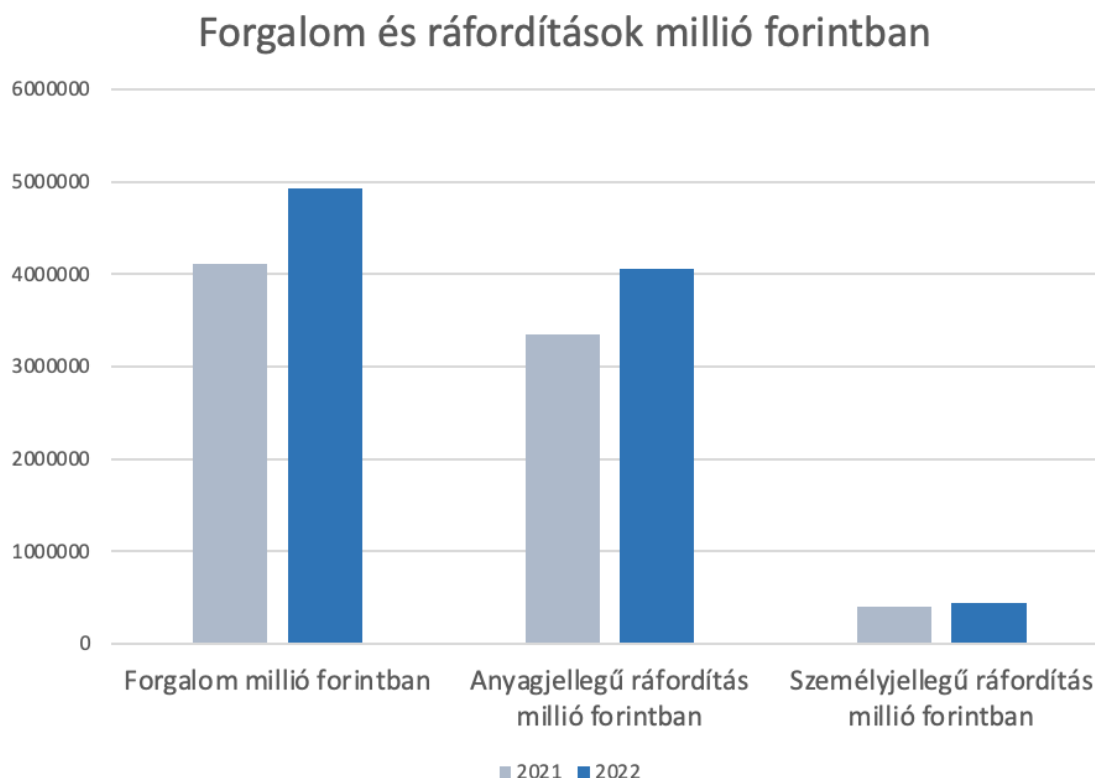
-a cég aktív státuszú

Így az adatbázisból 3 564 darab vállalkozás adatait tudtam lekérdezni. Ezt az adathalmazt még kiegészítettem kettő vállalkozás beszámoló adataival, névlegesen a Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt. és a Tesco-Global Áruházak Zrt.-vel. Szükségesnek tartottam a kiegészítést mivel mindkettő vállalkozás szignifikáns részesedéssel rendelkezik a magyar kiskereskedelemben, és nélkülük a mintánk nem lenne reprezentatív a teljes ágazatra. Vélhetőleg a december 31-től eltérő üzleti évük miatt nem kerültek bele az eredeti lekérdezésbe, az elemzésünk szempontjából vélhetően nem fog problémát okozni az eltérő mérlegfordulónap.

6.2. Kutatási eredmények

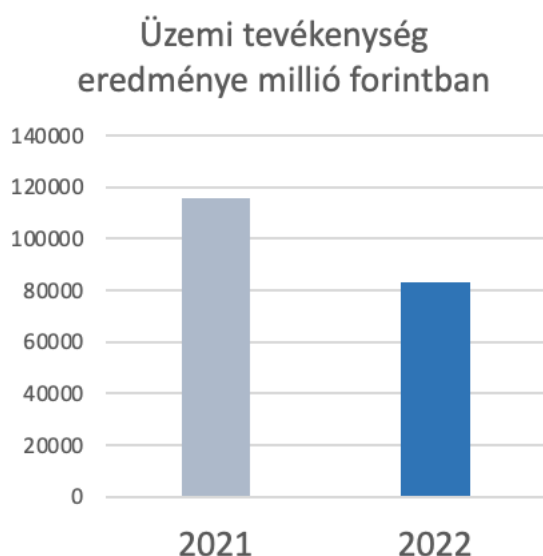
Elemzésemet az adathalmazunk aggregált vizsgálatával kezdtem. Azt láthatjuk, hogy a vállalkozásoknak összesítve értékesítés nettó árbevétele (továbbiakban “forgalom”) magasabb 2022-ben mint 2021-ben. Az eredeti 3 564 cég esetén 18,2%-kal nőtt, míg a 2 korábban említett céggel kiegészítve a növekmény 20%-ra növekszik. Itt valójában az aggregált forgalom nem tényleges eladási volumen növekedés miatt nőtt, hanem az infláció hatása következtében, ezt a hipotézist alátámasztja a KSH által publikált “Gyorstájékoztató: Kiskereskedelem, 2023. augusztus” cikk is. A KSH ezen cikkében közlésez statisztikát a kiskereskedelmi üzletek forgalmának volumen indexeiről, amiből azt láthatjuk, hogy az élelmiszer-kiskereskedelemben 2022. volumene mindössze 98,4%-a a 2021-es évnek. Az adatainkból láthatjuk még, hogy a teljes halmazunkban az anyag jellegű ráfordítás 21,4%-kal, míg a személy jellegű ráfordítás 10,7%-kal nőtt, ezek az adatok az eredeti céghalmazunkra 19,3% és 12,2%.

17. ábra. Forgalom és ráfordítások millió forintban



Forrás: saját elemzés alapján készült ábra

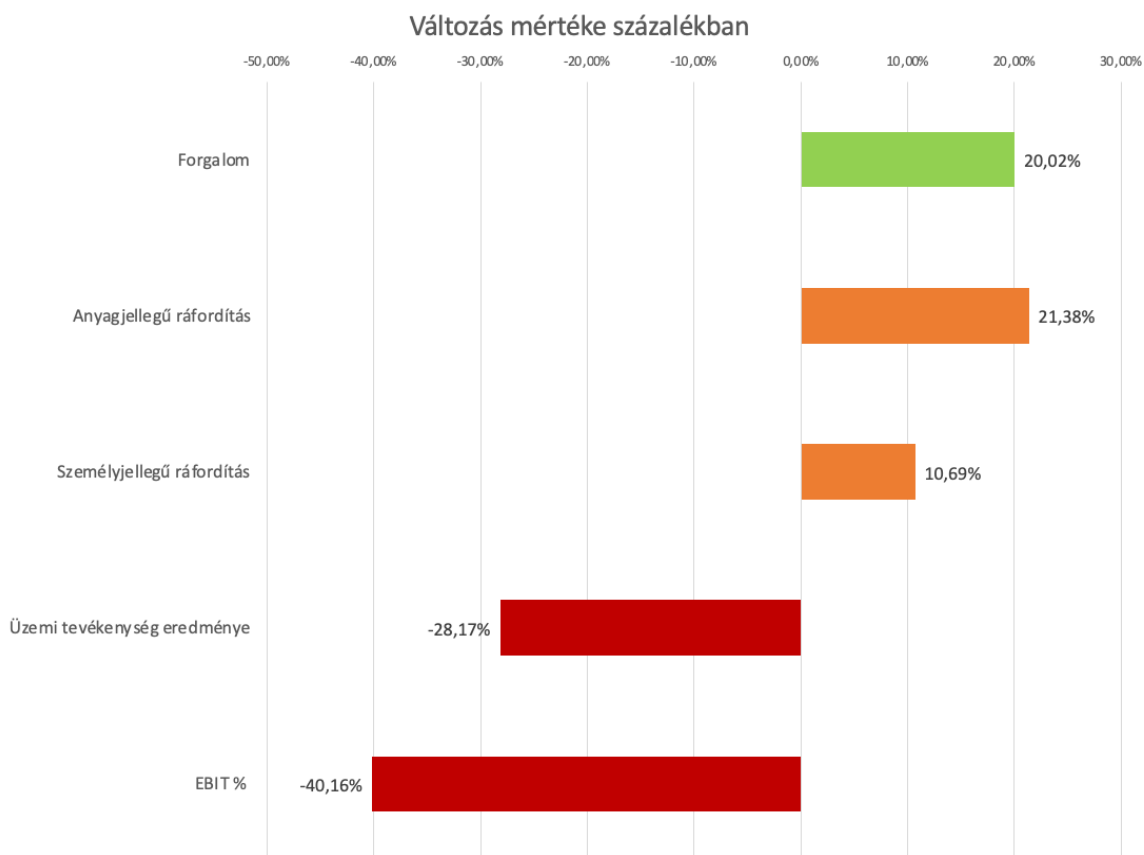
18. ábra. Üzemi tevékenység eredménye millió forintban



Ezekből az adatokból azt láthatjuk, hogy a forgalom kisebb mértékben növekedett a ráfordításainkhoz képest. Ez a tény abban is látható, ha az üzemi eredmény változását vizsgáljuk, aggregáltan 28,2%-kal csökkent. Az eredeti 3 564 cég esetében még nagyobb csökkenést láthatunk, ebben az esetben 33,6%-kal csökkent az összesített üzemi eredmény. Az EBIT%, üzemi eredmény osztva a forgalommal 2,81%-ról 1,68%-ra csökkent, amely egy több mint 40%-os csökkenést jelentett ebben a mutatóban.

Forrás: saját elemzés alapján készült ábra

19. ábra. Változás mértéke százalékban (2022.-es adat/2021.-es adat-1)



Forrás: saját elemzés alapján készült ábra

6.3. Vállalkozások eredményei csoportosítva

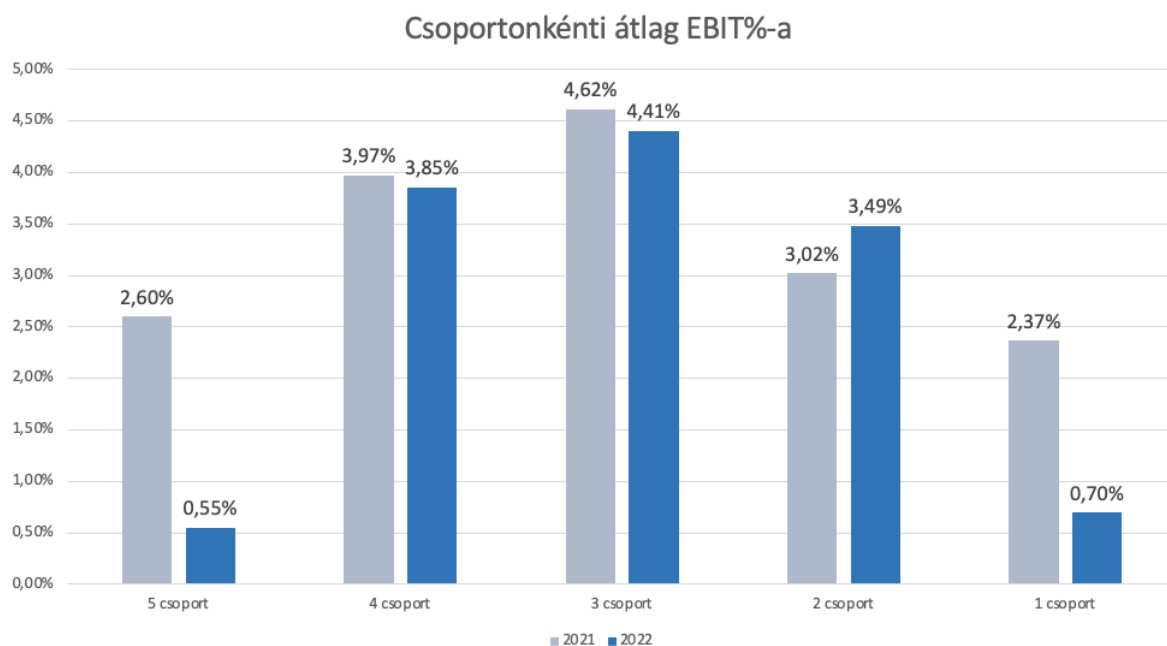
Továbbiakban a mintánkat a 2021-es forgalmuk szerint 8 csoportra osztottam; a csoportok a következők: 1-es csoport azokat a vállalkozásokat tartalmazza amelyek forgalma meghaladta a 100 000 millió forintot ebbe a szűk csoportba 6 vállalkozás került; 2-es csoportunk a 10 000 millió forint és 100 000 millió forint közötti vállalkozásokat tartalmazta, ebben a csoportban 16 cég tudhatja magát; 3-as csoport 1 000 millió forint és 10 000 millió forint forgalom közötti cégek 112 darab; 4-es csoport 100 millió forint és 1000 millió forint között 1108 darab cég; 5-ös csoport 50 millió forint és 100 millió forint közötti forgalmú cégek 747 darab; 6-os csoport 50 millió forint alatti forgalmú cégek, 1577 darab.

A következő részben a szétválasztott csoportok EBIT százalékát (üzemi eredmény osztva a forgalommal) vizsgáltam. Az üzemi eredményt választottam erre célra, hiszen így ki lehet szűrni az eredményeinket potenciálisan torzító hatásokat, pontosabban az adóhatások és a pénzügyi eredmények eredmény módosító hatásait. A teljes adathalmazunkban is jelentős mértékben csökkent az EBIT% mutatónk 2,81%-ról 1,68%-ra. Ez egy nagyobb, mint 40%-os csökkenést jelent egy ágazatban, amiben alapvetően is alacsony marginekkel dolgoznak. Hasonlóan érdekes statisztikákat láthatunk, ha megvizsgáljuk a csoportjaink eredményeit.

Viszont annak érdekében, hogy tényszerűbben tudjak beszélni csoportjainkról megvizsgáltam az EBIT% kettő év közötti differenciájának varianciáját csoportonként. Arra figyeltem fel, hogy a 6-os csoportunkban a variancia nagyon magas, míg a többi csoportban relatíve alacsony, emiatt nem érdemes átlagokat használni leírásukra. Emellett apró részét teszik ki a piacnak magas darabszámuk ellenére, 2021-es aggregált forgalom mindössze 0,8%-át. Ezek a tényezők következtében a továbbiakban nem fogom elemezni, ábrázolni őket.

A maradék 5 csoportunkon elvégeztem egy egy faktoros Anova vizsgálatot, amely alapján megállapítható, hogy 95% konfidenciaszint mellett a csoportok közötti differencia szignifikáns mivel a kapott P érték kisebb mint 0,05.

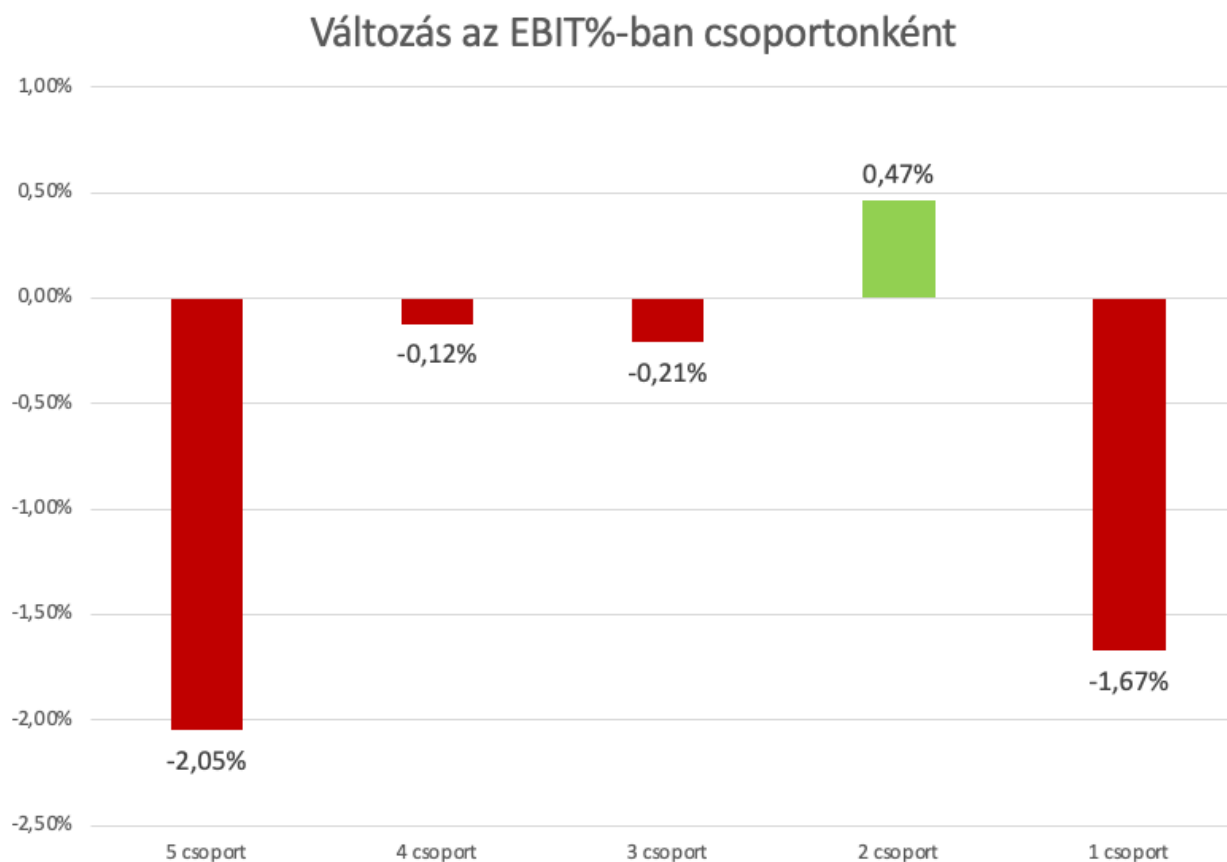
20. ábra. A csoportok EBIT%-ának átlaga



Forrás: saját elemzés alapján készült ábra

Összességében azt lehet észrevenni, hogy a legnagyobb és legkisebb vállalkozásokat érintette a legnagyobb mértékben 2022-es évben eredmény csökkenés. Az 1-es csoportban láthatunk egy jelentősebb csökkenést az EBIT% mutatónkban 2,4%-ról egészen 0,7%-ig. Ennél még nagyobb csökkenés vehető észre az 5-ös csoportban, 2,6%-ról 0,6%-ra csökkent az EBIT% mutatónk. Ezekkel ellentétben a 3-as és 4-es csoportok csak 0,12% és 0,21% csökkenést tapasztaltak. Sőt meglepő módon a 2-es csoportunk EBIT% mutatója 0,47%-kal nőtt.

21. ábra. A csoportok EBIT%-ának változása átlagosan



Forrás: saját elemzés alapján készült ábra

6.4. Interjúk jelentős szereplőkkel

Érdemes megemlíteni a Spar Magyarországot, a legmagasabb alkalmazotti létszámmal, és második legmagasabb forgalommal rendelkező vállalkozást, már 2021-es év során is alacsony üzemi eredményt ért el forgalmához képest (EBIT% 0,8%). Viszont a 2022-es évre az egész adathalmazunkból a legnagyobb veszteséget termelte, -10 897 millió forintot, az EBIT% pedig -14,2%-ra csökkent. A témánk kapcsán Heiszler Gabriellával, a Spar Magyarország ügyvezető igazgatójával, tartott interjút a 24.hu Della című gazdasági podcast-ja 2023. január 26.-án. Az interjú során több pontot érintenek, amikkel már korábban foglalkoztunk a tanulmányon belül, beleértve a felvétellel egyidőben készült Gazdasági Versenyhivatal riportját a tejtermékekről, amellyel már korábbi fejezetekben taglaltuk. Heiszler Gabriella megfogalmazott egy erőegyensúlyi aszimmetriát a kiskereskedelem alkuképességével a beszállítókhoz képest, hasonló észrevételeket tett a Versenyhivatal is riportjuk során a tejtermékek beszállítási lánc

kapcsán. A Versenyhivatal ártranszmissziós elemzést végzett, amelynek eredményei alapján arra jutottak, hogy a feldolgozóipar, azaz a kiskereskedők beszállítói rendelkeznek a nagyobb alkuerővel az értékesítési áraik megszabásában. Ezen tényezőt kiegészítve, a kiskereskedelem viszonylag egyszerű és traszparens üzleti modellje (ahogy korábban bemutattuk) és kiskereskedelem számára kedvezőtlen törvényi környezettel, ahogyan Heiszler Gabriella is említi interjújában, mind kumulatíván negatív módon hatottak a kiskereskedelmi vállalkozásokra.

Még egy hasonló témájú interjút is publikált a 24.hu 2023. április 26.-án, Neubaer Katalinnal, a Magyar Nemzeti Kereskedelmi Szövetség főtitkárával a hatósági árak és árstoppot követő kötelező akciózásról. Bővebben beszél a kiskereskedelem kiszolgáltatottságáról a törvényi környezetnek, azaz árstop és a kiskereskedelemre kiszabott extraprofitadó. Bírálja a törvényhozók megfontolatlanságát annak a terén, hogy mesterséges árak megszabásával milyen helyzetbe hozták a kiskereskedőket. Ahogy a korábban taglalt szereplők, ő is megfogalmazza azt, hogy a témát illető rendelet milyen erőfölénybe tette a beszállítókat a kiskereskedelmi vállalkozásokkal szemben a forgalmazási kötelezettség következtében. Felhossa a problémát azzal, hogy az ellátási láncban létező többi szereplőt, azaz a nagykereskedőket, feldolgozókat és őstermelőket nem vonták be az intézkedésbe. Neubauer Katalin arról beszélt, hogy a termékeknek, melyek árstop hatálya alatt vannak, többségben csak negatív árrés mellett értékesíthetők, még abban az esetben is, ha azokat importálva olcsóbb beszerzési árakon tudják megszerezni. Ezt a hatást a tanulmány harmadik fejezetében empirikus adatokban is láthattuk. Még taglalják gyakorlatban az árstoppot leváltó intézkedést, a kötelező hatósági akciózást, de ez az intézkedés már túl van ezen tanulmány keretein.

6.5. Saját eredmények és szereplők nyilatkozatainak összevetése

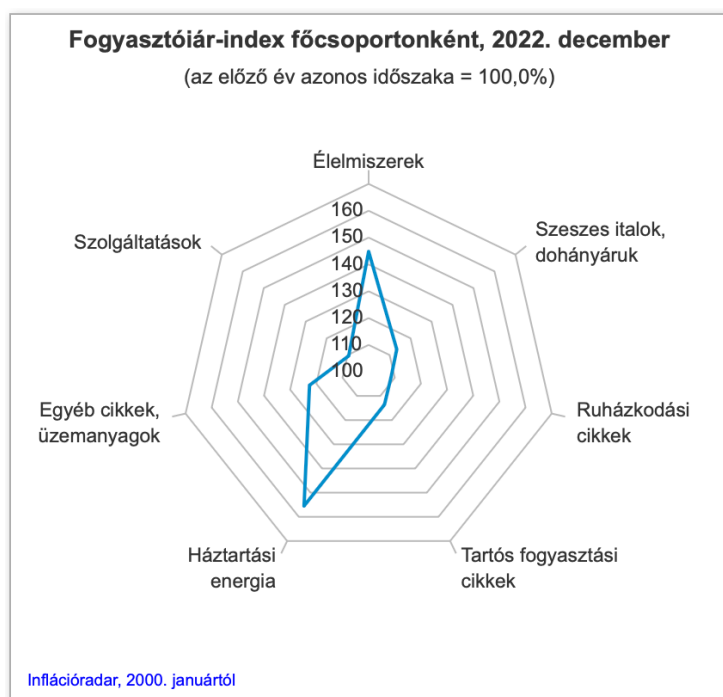
Hasonlóan ahogy láthattuk a saját elemzésünkéből, Neubauer Katalin is a legkisebb vállalkozásokat gondolja a legnagyobb veszteseknek, hiszen a szűkebb termékpalettájuk miatt kevésbé tudták kompenzálni a negatív árréseket, amiket a hatósági árak teremtettek.

Áttekintve az empirikus adatainkon és taglalt interjúkat nem meglepő a látható eredményromlás a kiskereskedelemben. Legnagyobb vesztesekként láthatjuk a legkisebb és legnagyobb vállalkozásokat. A falusi kisboltokat a szűk választékuk és kicsiny alkuerejük miatt; míg a legnagyobb vállalkozásokat, ahogy Heiszler Gabriella is megfogalmazta, a magyar

vásárlóknak a nagy árérzékenysége érintette negatívan, hiszen a magas árérzékenység egy magas árflexibilitást jelent. Ennek értelmében nem tudtak elegendően magas árreéseket tartani a nem árstopolt termékek esetében azért, hogy kitermeljék az elszenvedett veszteségeket anélkül, hogy vásárlókat vesztek volna.

6.6. Adatok az inflációról

Felmerül a kérdés, hogy ha ekkora veszteséget szenvedtek el a kiskereskedelmi vállalkozások az árstop rendelet következtében, akkor mennyire volt sikeres, mint infláció letörő intézkedés,



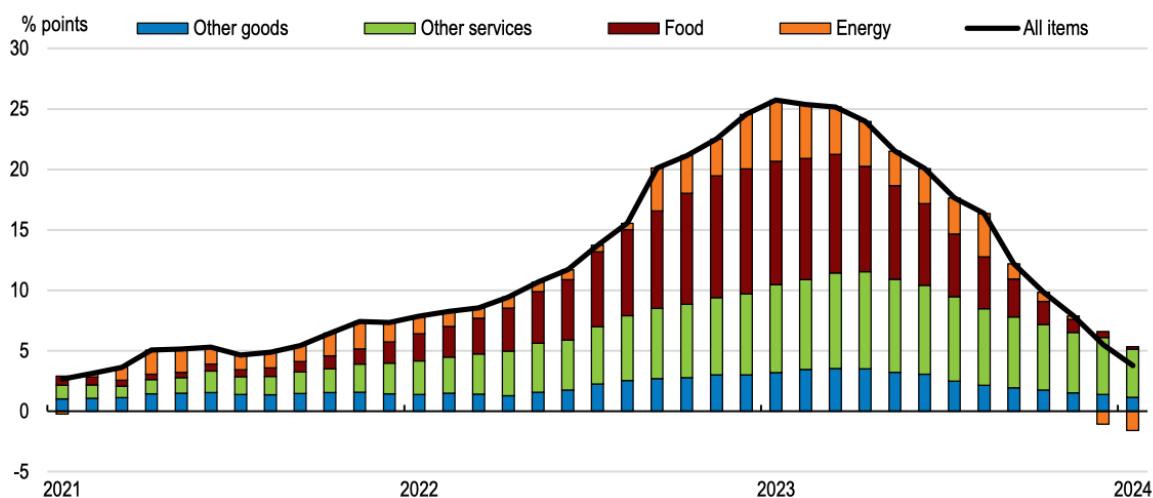
avagy mint szociális intézkedés. Ennek vizsgálata céljából tekintsünk a Központi Statisztikai Hivatal 2022-es decemberi inflációs adataira. Azt vehetjük észre, hogy a második legmagasabb infláció az élelmiszereket érintette; számszerűen egy 44,8%-os növekmény ment végbe 2021. decemberéhez képest.

22. ábra. Fogyasztóiár-index főcsoportonként, 2022. december

Forrás: KSH: „Gyorstájékoztatók: Fogyasztói árak”

A teljes kosárban egy alacsonyabb inflációt láthatunk, mint ha csak az élelmiszereket vizsgálnánk; 2021. decemberhez képest 24,5%-os infláció, míg 2022-es évben átlagosan 14,5% volt az fogyasztói árnövekmény. Az adatok és az ábra alapján azt a következtetést vonhatjuk le, hogy a fő oka a magas inflációnak az élelmiszerek és háztartási energia ár emelkedése volt. Az OECD „Economic Surveys: Hungary 2024” című publikációjában az infláció kapcsán hasonló következtetésekre jutottak.

23. ábra. Magyarországi infláció termék csoportokra bontva:



Forrás: „OECD Ecomic Surveys: Hungary 2024”

Az OECD a kiemelkedően magas inflációt okozó tényezőkként a beszállítási láncokban felmerült szűk keresztmetszeteket, emelkedő energia árakat, az Ukrán-Orosz háború miatt emelkedő import árakat és a magyar mezőgazdasági szektor magas árait határozta meg.

Ahogy láthatjuk a KSH-s élelmiszer inflációs adatokból és az OECD publikációjában megjelent statisztikákból, az árstop intézkedés ellenére is magas értékekre szökött az infláció. Heiszler Gabriella a már korábban taglalt 24.hu által készített interjújában megemlíti a magas élelmiszer inflációt még a környező országokhoz képest is. A jelenség több tényező együttes hatása következtében jött létre, a megnevezettek: a magyar kiskereskedelem import szükséglete, a gyenge forint árfolyam, magas energia árak és a magyar élelmiszeripar hatékonysági problémái. Mindezek hasonló következtetések, mint amiket az OECD bemutatott riportjában is olvashattunk. Tehát, mint infláció letörő intézkedés nem volt sikeres, szociális intézkedésként a sikeressége egy komplikáltabb kérdés, melyre a tanulmány keretein belül nem fogunk tudni választ keresni.

7. Összegzés

A tanulmány során láthattuk, hogy az árstop milyen negatív hatásokat generált az élelmiszer-kiskereskedelem számára, az élelmiszer-kiskereskedelem alkuerejének hiánya és az ártranszmisszió a rendelet következtében lehetőséget adott a beszállítóknak az áraik emelésére. Ennek ellensúlyozására minimálisak voltak lehetőségeik; ahogy láthattuk kockázatmentesen nem tudták elhárítani a felmerülő negatív bruttó árrésekből származó veszteségeket. A vizsgált vállalkozások eredményeiben is jelentős változások látszottak az árstop következtében, legnagyobb veszteségeket a legkisebb családi vállalkozások és a legnagyobb multinacionális láncok esetében jelentek meg. Természetesen a Magyarországon működő élelmiszer-kiskereskedelemmel foglalkozó üzemek számában is jelentős zuhanást eredményezett a beavatkozás. Ez mind csak egy mellékhatása ennek az állami beavatkozásnak. Mindezek fényében sem lehet állítani azt, hogy nem volt szükséges valamilyen fajta beavatkozás az állam részéről, hogy növeljék a társadalmi jólétet egy ennyire turbulens időszak során. A befejezésben azt fogjuk vizsgálni az eddig feltárt adatok alapján, melyek voltak azok a pontok, ahol jobban lehetett volna kivitelezni ezt a beavatkozást, és hogyan lehetett volna sikeresebbé tenni a társadalom egésze számára.

7.1. Termék paletta

Elsőként térjünk ki arra, hogy a rendelet által választott termékpalettát hogyan lehetett volna előnyösebben meghatározni gazdasági szempontból; hiszen a kiválasztott termékek megváltoztatták a vásárlói preferenciákat, ezzel felborítva az addigi egyensúlyt a termékkategóriákon belül. Ennek negatív hatását észrevehettük a tejzsír mérleg felborulásában a 2,8%-os UHT tej megnőtt kereslete miatt, így megemelve a többi tejsírt igénylő termék árát, ahogyan a Gazdasági Versenyhivatal a riportjában a tejtermékpiacról taglalta (GVH, 2023). Ezek alapján érdemes lenne ilyen beavatkozás esetén konzultálni a piaci szereplőkkel és megvizsgálni a jelenlegi vásárlói preferenciarendszert. Mindezeket az adatokat figyelembevéve, megfontoltabban lehet választani termékpalettát, amelyekkel kevesebb előre nem látható következmények jelenhetnek meg.

7.2. Rendelet durációja

Szükséges megemlíteni a rendelet hatályának durációját is, mint olyan pontot, amit előnyösebb beavatkozás érdekében módosítani kellett volna. Ahogy láttuk a beszerzési árak alakulását a harmadik részben, a termékek értékesítési láncában magasabban elhelyezkedő szereplők, termelők és feldolgozó üzemek kihasználták rendelet által létrehozott árinflexibilitást a kiskereskedelem beszerzésében, megemelve áraikat az érintett termékek esetén. Egy rövidebb durációjú ársapka kevesebb lehetőséget adott volna ilyen magatartásra a termelők részéről. Emellett kisebb mértékű potenciális veszteségnek tette volna ki a kiskereskedelmi vállalkozásokat. Még fontos pont, ahol a beavatkozást hatékonyabbá lehetett volna tenni, a piaci szereplők több szintjének bevonása. A termelők és feldolgozó üzemek bevonásával az árstopba csökkenthető lett volna a termékek beszerzési árainak extrém növekedése, hasonlóan az előző ponthoz. Vélhetőleg ezzel csökkentve összességében az infláció azon részét, amit az OECD is a magyar mezőgazdasági szektor magas árainak tett ki (OECD, 2024).

7.3. Revíziók szükségessége

Felmerül még a revíziók hiánya a rendelet kapcsán, érdemes lehetett volna a megszabott hatósági árakat időközönként felül vizsgálni, hogy azok jobban tükrözzék a piaci árakat így lehetőséget adva a vállalkozásoknak a versenyre az ársapka alatt, vélhetőleg csökkentve a negatív árrések mértékét. Egy releváns szituáció merült fel 2000-ben California állam energia szektora kapcsán, melyet ársapkákkal reguláltak (Borestein, 2002). Egy externális sokk következtében az áramot szolgáltató vállalkozások költségei az ársapka fölé kerültek, ezáltal csődbe küldve a szolgáltató vállalatot, ami további állami beavatkozást igényelt.

7.4. Jövőbeli beavatkozások lehetőségei

Mindez után azt is gondolhatjuk, hogy tán a beavatkozás más formája jobb lett volna a gazdaságra tekintve. Akár annak a lehetősége, hogy a kiskereskedelem bizonyos költségeket átengedjen a fogyasztói árakba, amelyek nagyrészen a saját befolyásán kívül vannak, mint a beszerzési ár. Hasonló megoldást láthatunk más ársapkákkal regulált szektorokban; bizonyos költségek, amelyek vállalkozás által nem befolyásolhatóak átengedhetők a fogyasztói árakba (Cowan, 2002). Más alternatíva lehetett volna még az ársapkák helyett egy rate of return megszabása a megadott termékeken, azaz a kiskereskedelem, vagy akár a többi szereplő

bevonásával is, megszabni egy bizonyos árér szintet, ami mellett kell értékesíteniük a terméket, effektíven csökkentve az árszintet, viszont elkerülve a piaci anomáliákat, amiket az ársapkák generáltak a szektorban.

7.5. Összefoglalás és záró gondolatok

Összességében azt állapíthatjuk meg, hogy a beavatkozás sikeres volt az adott termékek árának csökkentésében, természetesen az állami ellenőrzések következtében. Ezzel vélhetőleg növelve a jólétet a lakosság számára, viszont ezek a célok effektívebben is elérhetőek lehettek volna a rendelet alaposabb tervezésével és hatálya alatt revíziózáásával. A rendelet által létrehozott lakosság jóléti többletének árát az élelmiszer-kiskereskedelem termelői többletéből fizette meg a társadalom, felmerül a kérdés, hogy az elért többlet meghaladta-e a veszteségeket, ezt a kérdést további kutatások keretében érdemes lenne vizsgálni.

Irodalomjegyzék

Agárdi Írma (2017): Kereskedelmi marketing és menedzsment Budapest: Akadémia kiadó
<https://doi.org/10.1556/9789634540168>

Keller, Kolter (2005): Marketing Management London: Pearson Education

McCarthy (1960): Basic Marketing: A Managerial Approach Homewood IL: R. D. Irwin, Inc.

Levy, Weitz (1998): Retailing management New York, NY: McGraw-Hill/Irwin

Dunne, Lusch (2010): Retailing Boston, MA: Cengage Learning

Hal R. Varian (2007) Intermediate Microeconomics New York, London: W.W. Norton company

The American Heritage Dictionary of the English Language: Fourth Edition. (2000.), Houghton Mifflin Company. 2000.

Lal, R., Matutes, C. (1994): Retail Pricing and Advertising Strategies. The Journal of Business. Vol. 67 (July), 345–370. <http://dx.doi.org/10.1086/296637>

James D. Hess and Eitan Gerstner (1987) Loss Leader Pricing and Rain Check Policy Source: Marketing Science, Autumn, 1987, Vol. 6, No. 4 (Autumn, 1987), pp. 358-374
<http://www.jstor.org/stable/183843>

Cowan Simon. (2002) Price-cap regulation. Swedish Economic Policy Review. 9. (2002) 167-188

Severin Borenstein (2002) The Trouble With Electricity Markets: Understanding California's Restructuring Disaster Journal of Economic Perspectives—Volume 16, Number 1—Winter 2002—Pages 191–211 DOI: 10.1257/0895330027175

Younghwan In a, Julian Wright b (2014) Loss-leader pricing and upgrades Economics Letters Volume 122, Issue 1, January 2014, Pages 19-22 <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2013.10.014>

Rosato, A. (2016), Selling substitute goods to loss-averse consumers: limited availability, bargains, and rip-offs. The RAND Journal of Economics, 47: 709-733.
<https://doi.org/10.1111/1756-2171.12139>

Zhijun Chen and Patrick Rey (2012) Loss Leading as an Exploitative Practice The American Economic Review, DECEMBER 2012, Vol. 102, No. 7 (DECEMBER 2012), pp. 3462-3482
DOI: 10.1257/aer.102.7.3462

6/2022. (I. 14.) Korm. rendelet az árak megállapításáról szóló 1990. évi LXXXVII. törvény veszélyhelyzet alatt történő eltérő alkalmazásáról

57/2022. (II. 28.) Korm. Rendelet a hatósági üzemanyagárral kapcsolatos egyes intézkedésekről

451/2022. (XI. 9.) Korm. rendelet

2021. évi I. törvény 2. § (1) bekezdése

Magyar Kormány weboldala az árstopról (<https://kormany.hu/arstop>)

crefoport.hu Scholar adatbázisa

Agrárközgazdasági Intézet Piaci Árinformációs Rendszer (<https://www.aki.gov.hu/piaci-arinformacios-rendszer/#pair>)

Gazdasági Versenyhivatal (2023): „Végleges jelentés a tej és tejtermékek magyarországi piacán lefolytatott gyorsított ágazati vizsgálatról”

(https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/dontesek/agazati_vizsgalatok_piacelemzesek/agazati_vizsgalatok/Tej_es_tejtermek_gyorsított_agazati_vegleges_jelentes_230713.pdf&inline=true)

KSH: „1.2.1.6. Egyes termékek és szolgáltatások fogyasztói átlagára (nyers adatok), havonta” (https://www.ksh.hu/stadat_files/ara/hu/ara0044.html)

KSH: „Gyorstájékoztató: Kiskereskedelem, 2023. augusztus” (<https://www.ksh.hu/gyorstajekoztatok/kis/kis2308.html>)

KSH: „Gyorstájékoztatók Fogyasztói árak” Vonatkozási időszak: 2022.év közzététel: 2023 január 13. (<https://www.ksh.hu/gyorstajekoztatok/#/hu/document/far2212>)

KSH: „14.1.1.36. Az egy főre jutó éves kiadások részletezése COICOP-csoportosítás szerint a gyermekes, a gyermek nélküli és az egyszemélyes háztartásokban [forint/fő/év]” (https://www.ksh.hu/stadat_files/jov/hu/jov0035.html)

KSH: „2.1.1.2. A kiskereskedelmi üzletek száma üzlettípus szerint, december 31.” (https://www.ksh.hu/stadat_files/bel/hu/bel0002.html)

24.hu: Heiszler Gabriella SPAR-vezér: Már látszik, hogy olcsóbb lesz a liszt, az étolaj 2023. 02. 01. (<https://24.hu/fn/gazdasag/2023/02/01/podcast-della-heiszler-gabriella-spar-interju-elelmiszerar-arstop/>)

24.hu: Neubauer Katalin: A falusi kisboltok lehetnek a kötelező akciózás legnagyobb vesztesei 2023. 04. 26. (<https://24.hu/fn/gazdasag/2023/04/26/podcast-della-interju-neubauer-katalin-kotelezo-akcio-boltok-elelmiszer-inflacio/>)

Szentkirályi Alexandra kormányzóvivő sajtótájékoztatón tett nyilatkozata (<https://kormany.hu/hirek/az-arstop-bevezetese-ota-tobb-mint-1-milliard-forint-fogyasztovedelmi-birsagot-szabtak-ki-a-hatosagok>)

OECD: OECD Economic Surveys: Hungary 2024 (https://read.oecd-ilibrary.org/economics/oecd-economic-surveys-hungary-2024_795451e5-en#page6)
<https://doi.org/10.1787/795451e5-en>