

## **A GAZDASÁGI VÁLSÁG HATÁSA A HAZAI KISKERESKEDELEM TÉRSZERKEZETÉRE**

TÖMÖRI MIHÁLY

THE IMPACT OF THE ECONOMIC CRISIS ON THE SPATIAL STRUCTURE  
OF THE HUNGARIAN RETAIL SECTOR

### **Abstract**

Since the great depression of 1929–1933 the world economy has witnessed an unprecedented crisis in 2008–2009, which resulted in significant economic, (geo)political and social changes. The aim of the paper is to introduce the changes in the spatial structure of Hungary's retail sector due to the crisis. First, the emergence and causes of the economic crisis and its impacts on retailing in Hungary and internationally are discussed based on the multidisciplinary review of the Hungarian and international literature. This is followed by a short summary of economic and retail trends in the Visegrád countries during the period of the crisis based on data from the Hungarian Central Statistical Office, Eurostat and international market research companies. The second part of the paper analyzes the complex consequences of the economic crisis on retail trade turnover and retail shops in Hungary with special regard to geographical differences.

**Keywords:** economic crisis, retail trade, geographical differences, Hungary

### **Bevezetés**

2008–2009 folyamán az 1929–1933-as nagy világgazdasági válság óta példátlan nagyságrendű krízisnek lehettünk szemtanúi, amely a gazdaság (MAGAS I. 2010), a (geo)politika (KISS J. L. 2009) és a társadalom (EGEDY T. 2012a) szintjén egyaránt jelentős változásokat eredményezett. A gazdasági válság és kísérőjelenségei hamar a tudományos érdeklődés középpontjába kerültek, így az utóbbi években gyorsan gyarapodott a válság okaival, ágazati, területi hatásaival (EGEDY T. 2012b; KISS É. 2011), kezelésével (BOROS L. – PÁL V. 2011), megoldási lehetőségeivel (SZENTES T. 2009) foglalkozó nemzetközi és hazai publikációk, konferenciák (CZIRFUSZ M. – TAGAI G. 2011) száma.

Jelen tanulmány célja, hogy bemutassa a hazai kiskereskedelem térszerkezetében a válság hatására bekövetkezett változásokat. Ennek során először a gazdasági válság kialakulásával, okaival, illetve a hazai és nemzetközi kiskereskedelemre gyakorolt hatásaival foglalkozunk a vonatkozó hazai és nemzetközi szakirodalom legújabb kutatási eredményeinek multidiszciplináris áttekintésével. Ezt követően röviden felvázoljuk a visegrádi országok legfontosabb gazdasági és kiskereskedelmi folyamatait a válság időszakában a Központi Statisztikai Hivatal, az Eurostat, valamint nemzetközi piackutató cégek által publikált adatok, kiadványok elemzése alapján. A tanulmány második fele a válság összetett hatásait elemzi a hazai kiskereskedelmi forgalom és az üzlethálózat alakulása szempontjából, különös tekintettel a területi különbségekre.

### **A világgazdasági válság általános hatásai**

A 2008–2009-es világgazdasági válsággal foglalkozó kutatók többsége egyetért abban, hogy a krízis közvetlen előzményei az Egyesült Államok ún. másodlagos jelzőlophitelezési válságára vezethetők vissza (AALBERS, M. B. 2009; FRENCH, S. et al. 2009, MARTIN,



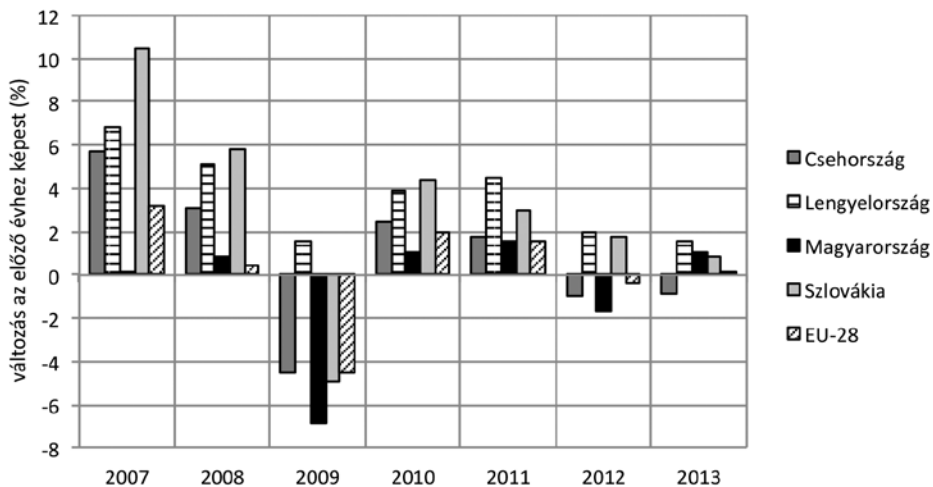
mikusan fejlődő térségekben is, mint a budapesti agglomeráció nyugati szektora (Budaörs – Törökbálint – Biatorbágy) egyértelműen tetten érhető a kiskereskedelem válsága, amit legszembevetőbben a bezárt, elhagyott bevásárlóközpontok jeleznek. SIKOS T. T. (2013) szerint a bevásárlóközpontok piacán paradigmaváltásra van szükség, amit leginkább a válság következtében megváltozott fogyasztói szokások és az elektronikus kereskedelem dinamikus bővülése indokol.

Az Észak- és Dél-Komáromban végrehajtott kérdőíves felmérések (SIKOS T. T.–KOVÁCS A. 2011; SERES HUSZÁRIK E. 2013) eredményei is visszatükrözik a válság kereskedelemre gyakorolt hatásait. Az üzletekben észrevehetően csökkent a vásárlások gyakorisága, nőtt a tudatosság szerepe a fogyasztói döntések, illetve az üzletválasztás során, a belváros kereskedelmi funkciója meggyengült, amit az üres üzlethelyiségek számának növekedésében, valamint a szolgáltató és vendéglátó létesítmények előretörésében lehetett tetten érni.

### A válság hatása a visegrádi országok gazdasági és kiskereskedelmi folyamataira

A kiskereskedelem forgalmának változása általában igen szoros összefüggést mutat a gazdasági folyamatok alakulásával, a növekedési kilátásokkal (várakozások, fogyasztói bizalom), ami arra vezethető vissza, hogy a fogyasztás bővülését szolgáló jövedelem-szint-emelkedést csak tartós gazdasági növekedés képes megalapozni.

A visegrádi országok elmúlt évekbeli gazdasági folyamatainak összevetéséből kitűnik, hogy a magyar gazdaság már a válság kitörését megelőző időszakban letért a többi visegrádi ország fejlődési pályájától (1. ábra). Míg 2007-ben Csehországban és Lengyelországban 5%-ot, Szlovákiában pedig 10%-ot meghaladó növekedést regisztráltak, addig a magyar gazdaság növekedése ekkorra gyakorlatilag leállt. 2008-ban ugyan már mérséklődött a visegrádi országok növekedési üteme, de Szlovákiában és Lengyelországban még így is 5%, Csehországban 3% feletti bővülés következett be, miközben a magyar gazdasági növekedés még az 1%-ot sem érte el. Mindezek tükrében nem meglepő, hogy a válság folyamán hazánkban regisztrálták a legnagyobb gazdasági visszaesést a régióban, hiszen éves

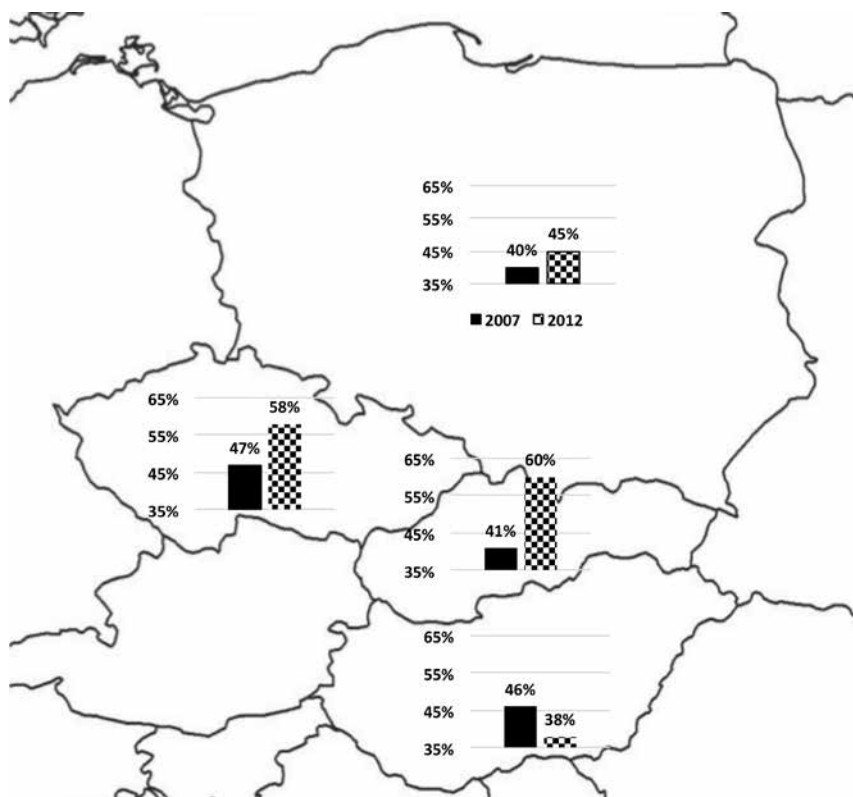


1. ábra A bruttó hazai termék (GDP) volumenének változása (% , 2007–2013). Szerk. TOMÓRI M. az Eurostat adatai alapján.  
Figure 1 Real GDP growth rate (% , 2007–2013). Edited by TOMÓRI, M. based on Eurostat data.

szinten csaknem 7%-kal zsugorodott a kibocsátás 2009-ben, aminek a hátterében többek között az állt, hogy a válság már legyengült állapotban érte el az országot. Csehországban és Szlovákiában mérsékeltebb volt a visszaesés mértéke, ami nagyjából az EU átlag közelében alakult, ugyanakkor Lengyelországban nem következett be recesszió, csak a növekedés üteme lassult le. Az ezt követő két év során egy átmeneti megélnkülés volt tapasztalható, de a növekedés mértéke egyik visegrádi országban sem érte el a válság előtti szintet, a magyarországi bővülés pedig jelentősen elmaradt a régió többi országához képest. 2012-től a válság második hulláma is megérkezett, ami Csehországban és Magyarországon ismét recessziót eredményezett, Lengyelország és Csehország növekedése pedig lassulni kezdett. Csehország 2013-ban is recesszióban maradt, Lengyelország és Szlovákia lassulása pedig tovább folytatódott, Magyarországon viszont pozitív fordulat állt be, hiszen az ország kikerült a visszaesésből és 1% körüli növekedést produkált. A válság éve alatt összességében egyértelműen a magyar gazdaság teljesített a legrosszabbul, hiszen 2007 és 2013 között évi átlagban mintegy 0,5%-kal csökkent a hazai gazdasági kibocsátás, ezzel szemben Csehországban 1%, Szlovákiában 3% körüli, míg Lengyelországban 3,5%-ot meghaladó mértékben bővült.

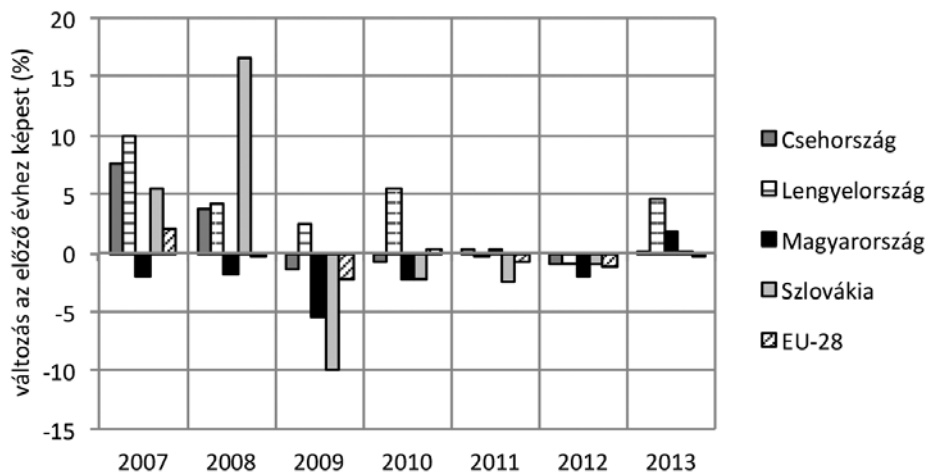
A visegrádi országok válság alatti gazdasági teljesítményét a vásárlóerőben bekövetkezett változások is visszatükrözik. A GfK nemzetközi piackutató vállalat évről-évre elkészíti az európai országok egy főre vetített (euróban számolt) vásárlóerő alapján képzett rangsorát, amelyben 42 országot vizsgálnak. A visegrádi országok 2007-es és 2012-es adatait összehasonlítva egymással megállapítható, hogy a válság kitörése előtt (2007) Csehország és Magyarország voltak a legjobb helyzetben, hiszen az egy főre vetített vásárlóerő alapján az európai átlag 47%-át, illetve 46%-át érték el, míg Szlovákia és Lengyelország csak 41%-on, illetve 40%-on álltak (2. ábra). A válság ellenére Magyarországot kivéve minden visegrádi országban nőtt a vásárlóerő, ráadásul a növekedés gyorsabb volt, mint az európai átlag, amit jól mutat, hogy 2012-re a vásárlóerő ezekben az országokban közelebb került az átlagos európai szinthez. A leglátványosabb vásárlóerő-bővülés Szlovákiában következett be, ahol ez az érték csaknem 20%-kal került közelebb az európai átlaghoz, amivel Szlovákia a régió éllovasává vált. Mérsékeltebb ütemben, de folytatódott a cseh és a lengyelek felzárkózása is, ezek vásárlóereje 12%-kal, illetve 5%-kal került közelebb az európai átlaghoz. Ezzel szemben Magyarországon ellentétes folyamat játszódott le, vagyis csökkent a vásárlóerő, így hazánk távolabb került az európai országok átlagától és a visegrádi országok között sereghajtóvá vált.

A gazdaság és a vásárlóerő alakulása a kiskereskedelmi forgalomban is jól nyomon követhető (3. ábra). 2007-ben Magyarországon már csökkent a fogyasztás, miközben a többi visegrádi országban mindenhol meghaladta az 5%-ot az eladások növekedési üteme, sőt Lengyelországban a 10%-ot is megközelítette. 2008-ban folytatódott a hazai kiskereskedelem válsága, miközben Csehországban és Lengyelországban még mindig 4% körüli volt, Szlovákiában pedig – köszönhetően az előző évi igen gyors gazdasági növekedésnek – kiugró, 16,5%-os növekedést regisztráltak. 2009-ben a recessziót egyedülként elkerülő Lengyelország kivételével a régió minden országában csökkent a kiskereskedelem forgalma az előző évvel összehasonlítva; ezúttal a legnagyobb, 10%-os visszaesés Szlovákiában következett be, de Magyarországon is 5%-ot meghaladóan csökkentek az eladások. 2010-ben a helyzet alapvetően nem változott, Csehországban, Magyarországon és Szlovákiában tovább csökkent a kiskereskedelmi forgalom, bár a visszaesés dinamikája mérséklődött, Lengyelországban ugyanakkor ismét 5% fölé nőtt az eladások növekedési rátája. 2011-ben kiegyenlítetté váltak a viszonyok, a legtöbb országban a forgalom stagnáláshoz közeli volt, ami azt jelenti, hogy az előző évi jelentős bővülés után Lengyelországban is mérsékelt visszaesés játszódott le, Csehországban és Magyarországon pedig alig észre-



2. ábra Az egy főre eső vásárlóerő az európai átlag (42 ország) százalékában a visegrádi országokban 2007-ben és 2012-ben. Szerk. TOMÓRI M. a GfK piackutató adatai alapján.

Figure 2 Purchasing power per inhabitant in percentage of the European average (42 countries) in the Visegrád countries in 2007 and 2012. Edited by TOMÓRI, M. based on GfK data.



3. ábra A kiskereskedelmi forgalom volumenének változása (%), 2007–2013). Szerk. TOMÓRI M. az Eurostat adatai alapján.

Figure 3 Volume indices of retail trade turnover (%), 2007–2013). Edited by TOMÓRI, M. based on Eurostat data.

vehető élénkülés következett be, miközben Szlovákiában tovább csökkentek az eladások. A válság második hulláma 2012-ben minden régióbeli országban a kiskereskedelmi forgalom csökkenését vonta maga után. Magyarországon a visszaesés a 2%-ot is meghaladta, szemben a többi ország 1% körüli csökkenésével. 2013-ban ismét minden országban nőni kezdett a kiskereskedelem, azonban a válsággal küzdő Csehországban és a csökkenő növekedési pályán lévő Szlovákiában csak alig érzékelhető élénkülés játszódott le, míg a jobb növekedési mutatókat produkáló Lengyelországban és Magyarországon a fogyasztás is nagyobb mértékben tudott emelkedni. Az elmúlt évek adataiból megállapítható, hogy a visegrádi országok közül egyértelműen a magyarországi kiskereskedelem válsága volt a legmélyebb, hiszen 2007 és 2013 között, mindössze két olyan év (2011 és 2013) volt, amikor a fogyasztás növekedni tudott az előző évhez képest. A vizsgált 7 év átlagosan 1,6%-os forgalomcsökkenést hozott a hazai kiskereskedelem számára, míg Csehországban és Szlovákiában 1% körüli bővülés, Lengyelországban pedig 3,6%-os évi átlagos növekedési ütem következett be.

### **A válság hatása a hazai kiskereskedelmi forgalom struktúrájára és az ágazat térszerkezetére**

A gazdasági válság – Európa más országaihoz hasonlóan – a hazai háztartásoktól is megkövetelte az alkalmazkodást a megváltozott piaci körülményekhez, ami új fogyasztói szokásokban öltött testet. A különböző kutatási eredmények és statisztikai adatok elemzése alapján arra a következtetésre juthatunk, hogy a háztartások többsége a klasszikus modellt követte, követi, azaz fogyasztásának visszafogásával reagált a válságra (BOD P. Á. 2009; EGEDY T. 2012a), bár kétségtelen, hogy a vásárlói tudatosság is erősödött (CETEM 2013). A háztartások válságra adott reakciója egyértelműen a hazai kiskereskedelmi forgalom tartós és jelentős visszaesésében nyilvánult meg.

A kiskereskedelmi forgalom alakulását részletesen elemezve feltárulnak azok a területek, ágazatok, termékkörök, amelyeket a válság különösen súlyosan érintett, valamint azok is, amelyek esetében a hatások mérsékeltebbek, vagy egyáltalán nem jelentkeztek. Az adatokból indirekt módon arra is következtetni lehet, hogy a fogyasztók milyen alkalmazkodási stratégiát választottak a válság időszakában, illetve hogy mindezek következtében miként módosult fogyasztásuk szerkezete, jellege. Az egyes termékkörök és értékesítési csatornák forgalmának alakulása alapján egyértelmű, hogy a válság nem egyforma mértékben érintette a különböző területeket (*1. táblázat*). Szembetűnő, hogy a tartós fogyasztási cikkek (pl. műszaki cikkek, háztartási, lakberendezési termékek, gépkocsik) forgalma jóval az átlagot meghaladó mértékben esett vissza, és itt találjuk azt a három kategóriát (iparcikk jellegű vegyes; bútor, háztartási cikk, építőanyag; gépjármű és járműalkatrész), amelyek esetében a vizsgált öt éves időszak alatt kivétel nélkül minden évben csökkent az előző évihez képest mért forgalom. Külön kiemelő a gépjármű és járműalkatrész kategóriában 2009-ben regisztrált rekord méretű, 40%-ot is meghaladó forgalomcsökkenés, ami a hazai gépjármű-kereskedőket rendkívül nehéz helyzetbe hozta. Ezek a folyamatok egyértelműen azt mutatják, hogy a háztartások a gazdasági válság következtében a tartós fogyasztási cikkek vásárlását csökkentették legnagyobb mértékben, ami azzal magyarázható, hogy ezek a termékek nem tartoznak a mindennapi megélhetéshez feltétlenül szükséges javak körébe. Valószínűsíthető, hogy a fogyasztók jelentős része korábban tervezett fogyasztásának elhalasztása mellett döntött, így például nem cserélte le újra régebbi háztartási cikkeit, illetve gépkocsiját, hanem inkább azok további, hosszabb használatát választotta. Az élelmiszer és élelmiszer jellegű egyes kategória forgalomcsökkenése már átlag al-

ti volt, ami azzal magyarázható, hogy az alapvető élelmiszerek fogyasztása mindennapi szükségletnek tekinthető, tehát a háztartások megtakarítási lehetőségei korlátozottak ezen a téren, de valószínűsíthető, hogy a nem alapvető, drágább termékek iránti kereslet csökkent. A textil, ruházat és lábbeli kategóriában a kiskereskedelem összességében szintén átlag alatti mértékben csökkent, és hasonló volt a helyzet a könyv, újság, papíráru és egyéb iparcikk kategóriában is. A gyógyszerek és gyógyászati termékek, illetve az illatszerek kiskereskedelme egyike azon területeknek, amelyek az ágazat egészére jellemző visszaesés ellenére is növekedést mutattak. Ennek hátterében egyrészt az állhat, hogy bizonyos gyógyszerek fogyasztása egyes betegségekben szenvedők számára elengedhetetlen, másrészt akár a válság hatására romló általános egészségügyi állapot is szerepet játszhatott ebben, harmadrészt feltételezhető, hogy az illatszerek vásárlása nagyobb mértékű a magasabb társadalmi státuszúak körében, akiknek a fogyasztási színvonalát a válság kevésbé érintette.

A gazdasági válság jelentős módosulást eredményezett a fogyasztási mintákban, amit szemléletesen mutat a használtcikk-kiskereskedelem forgalmának a bővülése. A statisztikai adatok egybevágóan egy közelmúltban publikált fogyasztói kutatás eredményeivel (CETELEM 2013), ami szerint egyre több fogyasztó tervezi, illetve alkalmazza azt a gyakorlatot, hogy a válság hatására új termékek helyett inkább használtat vásárol, ezzel is csökkentve kiadásait. A használtcikk forgalmának emelkedése mellett a csomagküldő kiskereskedelem rekord méretű bővülése mutatja a fogyasztói szokások változásának másik fontos elemét. Ennek hátterében egyértelműen az Interneten keresztül, on-line történő vásárlások gyors terjedése áll, ami alapján arra következtethetünk, hogy ez lesz a jövő egyik meghatározó eleme. Az on-line kiskereskedelem bővülésében valószínűleg meghatározó szerepet játszik a fogyasztók költségcsökkentésre való törekvése, amit egyrészt az árak gyors és egyszerű összehasonlíthatósága révén kedvezőbb árú termékek beszerzésével, másrészt a vásárlással járó utazási költségek megtakarításával tudnak elérni.

*1. táblázat – Table 1*

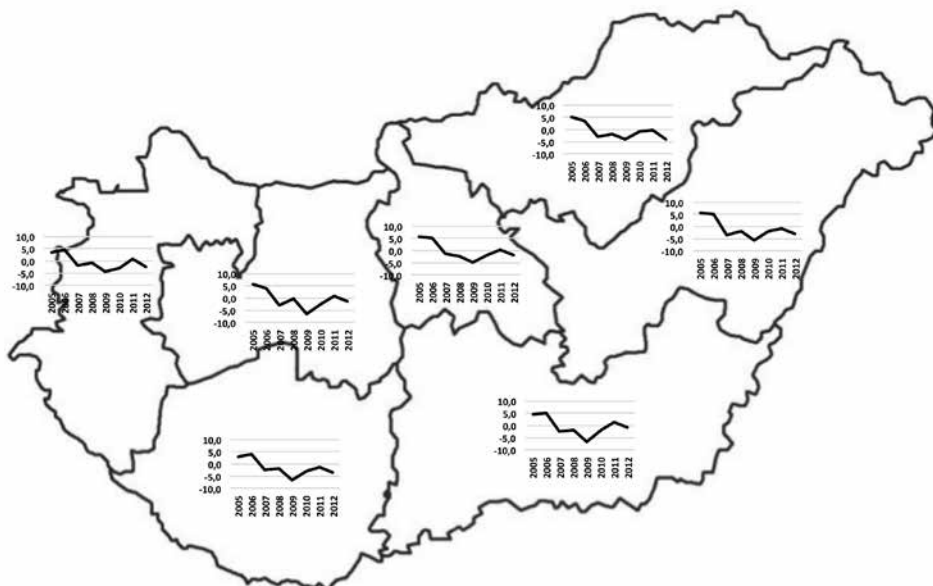
A kiskereskedelmi forgalom kiigazítatlan volumenindexei (%).  
Unadjusted volume indices of retail sales (in percentage).

	2008	2009	2010	2011	2012	2008-2012 évek átlaga
Csomagküldő	-0,5	9,1	16,0	40,0	37,1	20,3
Használtcikk	2,9	-2,2	5,2	2,6	1,9	2,1
Gyógyszer és gyógyászati termék, illatszer	1,5	-0,2	0,7	3,0	0,5	1,1
Könyv, újság, papíráru és egyéb iparcikk	-0,8	-5,7	2,3	4,4	-3,1	-0,6
Textil, ruházati és lábbeli	1,1	-4,4	-1,8	-3,3	1,6	-1,4
Élelmiszer és élelmiszer jellegű vegyes	-1,2	-4,1	-2,0	0,3	-0,9	-1,6
Iparcikk jellegű vegyes	-2,9	-16,8	-9,3	-1,3	-0,2	-6,1
Bútor, háztartási cikk, építőanyag	-6,1	-13,9	-1,6	-0,9	-11,0	-6,7
Gépjármű és járműalkatrész	-8,0	-41,6	-9,8	-5,1	-2,6	-13,4
Kiskereskedelem összesen	-1,6	-5,3	-2,1	0,2	-2,2	-2,2

Forrás: A KSH adatai alapján a szerző szerkesztése.  
Source: Edited by the author based on HCSO data.

A hazai kiskereskedelmi forgalom alakulását illetően a válság időszakában jelentős regionális különbségek nem jöttek létre (4. ábra). Minden statisztikai régióban 2007-ben kezdődött a forgalom csökkenése, és mindenhol 2009-ben érte el a visszaesés a mélypontját. A legjelentősebb forgalomcsökkenés éves összehasonlításban a Dél-Alföld (-6,7%), valamint a Dél-Dunántúl (-6,5%) régiókban következett be, míg Észak-Magyarországon regisztrálták a legkisebb visszaesést (-4,1%), ami azt is mutatja, hogy a régiói adatai alig tértek el egymástól, illetve az országos átlagtól. Az ezt követő években is általában a forgalom csökkenése dominált, egyedüli kivételt a 2011-ben tapasztalt kisebb megélénkülés képezett, amikor négy régióban (Közép-Magyarország, Közép-Dunántúl, Nyugat-Dunántúl és Dél-Alföld) enyhe forgalombővülés következett be, a legnagyobb mértékű növekedés ekkor a Dél-Alföldön (1,5%) és a Nyugat-Dunántúlon volt tapasztalható. A többi három régióban (Észak-Magyarország, Észak-Alföld, Dél-Dunántúl) 2007 és 2012 között folyamatos volt a kiskereskedelmi forgalom visszaesése. A 2005 és 2012 közötti időszakot megvizsgálva a kiskereskedelmi forgalom éves átlagos növekedési üteme egyedül a Közép-Magyarország régióban adódott nullának, az összes többi régióra negatív (azaz csökkenő) értékek voltak jellemzők. A legrosszabb adatok a Dél-Dunántúl és az Észak-Alföld régiót jellemzik, ahol az éves átlagos forgalomváltozás -1,4%-nak, illetve -0,7%-nak adódott. Észak-Magyarországon -0,6%-os volt az éves átlagos visszaesés, míg a „vidéki régiók” közül a Közép-Dunántúl, Nyugat-Dunántúl és a Dél-Alföld egyaránt -0,3%-os visszaesést produkált. Összességében tehát a gazdasági-társadalmi szempontból elmaradottabb régiókban a forgalom csökkenése némileg nagyobb volt, mint a fejlettebb térségekben, de jelentős különbségek nem figyelhetők meg.

A válság a hazai kiskereskedelmi üzlethálózatra is számottevő hatást gyakorolt, hiszen amennyiben a 2007-es és a 2012-es adatokat összevetjük egymással, akkor megállapíthatjuk, hogy országos szinten az üzletek száma 5%-ot meghaladó mértékben csökkent. Az



4. ábra A kiskereskedelmi forgalom volumenének változása a statisztikai régiókban (% ,2005–2012).

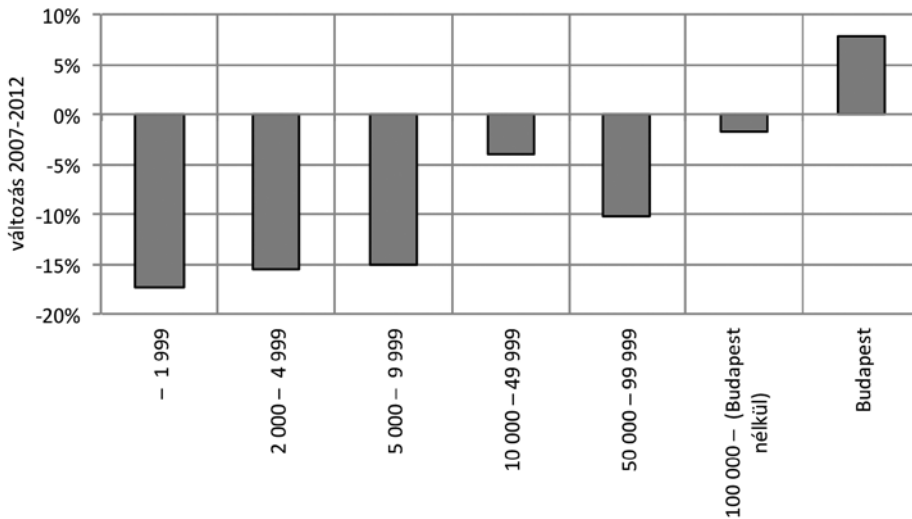
Szerk. TÖMÖRI M. a KSH adatai alapján.

Figure 4 Evolution of the volume indices of retail trade turnover in the statistical regions (% ,2005–2012).

Edited by TÖMÖRI, M. based on HCSO data.



üzlethálózatban bekövetkezett változások azonban nem egyforma mértékben érintették a különböző népességekategóriába tartozó településeket (5. ábra). Általánosságban megállapítható, hogy az üzletek számának csökkenése a kevésbé népes településeken nagyobb volt, mint a népesebbeken. Lényegében az összes településkategóriában csökkent az üzletek száma, azonban Budapesten ezzel ellentétes folyamat játszódott le, hiszen a válság ellenére is csaknem 8%-kal bővült a kiskereskedelmi egységek száma. A vidéki nagyvárosok (100 000 fő felett) esetében volt a legkisebb az üzlethálózat zsugorodása, valamint a kis-középvárosok (10 000–50 000 fő között) is az átlagnál jóval kisebb mértékű visszaesést mutattak. Ugyanakkor nagyobb volt az üzlethálózat csökkenése a nagy-középvárosi kategóriában, de az igazán nagymértékű visszaesés a 10 000 főnél kisebb lélekszámú települések körében volt tapasztalható, ahol mindhárom kategóriában 15%-ot meghaladó mértékben csökkent az üzletek száma.



5. ábra A kiskereskedelmi üzletek számának változása Magyarországon 2007 és 2012 között a települések népességekategóriái szerint. Szerk. TOMÓRI M. a KSH adatai alapján.

Figure 5 Changes in the number of retail shops in Hungary between 2007 and 2012 according to the population categories of settlements. Edited by TOMÓRI, M. based on HCSO data.

Az adatok tehát a válság éveiben a hazai kiskereskedelmi üzlethálózat erősödő térségi koncentrációjára utalnak, hiszen általában a magasabb vásárlóerővel és nagyobb népességszámmal rendelkező településkategóriákban csökkent (ha egyáltalán) legkisebb mértékben az üzletek száma. A legkisebb településeket különösen érzékenyen érintette a válság, hiszen több esetben az utolsó üzleteiket veszítették el, amit jól mutat, hogy míg 2007-ben csak 78 üzlettel nem rendelkező települést tartottak nyilván az országban, addig 2012-re számuk 156-ra növe megduplázódott.

## Összefoglalás

Az elmúlt évek gazdasági válsága – jelentős ágazati és területi különbségek mellett – a világ valamennyi régióját, illetve a gazdaság minden szektorát érintette. A válság igen erőteljesen hatott a kiskereskedelemre, hiszen egy olyan ágazatról van szó, amely a gazda-

sági folyamatokra különösen érzékenyen reagál. Magyarországot az európai és a térségbeli országokhoz (visegrádi négyek) képest súlyosabban érintette a válság. A válság időszakában a magyar gazdaság produkálta a legrosszabb növekedési mutatókat a térségbeli országok közül, ami a vásárlóerő és a fogyasztás alakulásában is megnyilvánult. Míg a régióban a válság ellenére is nőtt az országok vásárlóereje, addig Magyarországon csökkenés következett be, így hazánk távolabb került az európai országok átlagától és a visegrádi országok között sereghajtóvá vált. Mindezek következtében a válság éveit összességében a hazai kiskereskedelem jóval rosszabbul teljesítette, mint a térség többi országa. A válság jelentős hatást gyakorolt a hazai kiskereskedelmi forgalom struktúrájára és az ágazat térszerkezetére. A magyar háztartások többsége a korábbi fogyasztási színvonalának csökkentésével reagált a válságra, ami a kiskereskedelmi forgalom tartós és jelentős visszaesésében nyilvánult meg. A kiskereskedelmi forgalom szerkezetének alakulása rávilágított arra, hogy a háztartások elsősorban a tartós fogyasztási cikkek (gépjárművek, műszaki és háztartási cikkek) vásárlását csökkentették, illetve halasztották későbbre a pénzügyi nehézségek következtében, míg a létszükséglethez tartozó mindennapos termékek (élelmiszerek, gyógyszerek) fogyasztása alig változott. A hazai kiskereskedelmi forgalom alakulásában jelentős regionális különbségek nem jöttek létre a válság időszakában, bár a gazdasági-társadalmi szempontból elmaradottabb régiókban a forgalom csökkenése némileg nagyobb volt, mint a fejlettebb térségekben. A kiskereskedelmi üzletek száma országosan 5%-ot meghaladó mértékben csökkent, a legnagyobb visszaesés a legkisebb lélekszámú településeken volt a legnagyobb, míg a nagyvárosokban a legkisebb, sőt Budapesten tovább bővült az üzlethálózat. A kutatási eredmények összességében a hazai kiskereskedelemben már korábban is létező területi koncentráció erősödésére engednek következtetni.

### Köszönetnyilvánítás

A kutatás a TÁMOP 4.2.4.A/2-11-1-2012-0001 azonosító számú Nemzeti Kiválóság Program – Hazai hallgatói, illetve kutatói személyi támogatást biztosító rendszer kidolgozása és működtetése országos program című kiemelt projekt keretében zajlott. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósult meg.

---

TÖMÖRI MIHÁLY

Nyíregyházi Főiskola Turizmus és Földrajztudományi Intézet, Nyíregyháza  
tomori@nyf.hu

### IRODALOM

- AALBERS, M. B. 2009: Geographies of the financial crisis. – *Area* 41. 1. pp. 34–42.
- BERNEK Á. 2009: Globális pénzügyi válság: avagy egy új világ gazdasági korszak határán. – *A Földgömb* 11. 6. pp. 82–95.
- BOD P. Á. 2009: Pénzügyi válság, gazdasági következmények és a fogyasztók viselkedésének átalakulása. – *Fogyasztóvédelmi Szemle* 3. 2. pp. 11–16.
- BOROS L. – PÁL V. 2011: A gazdasági válság hatásai és a rá adott válaszok különböző földrajzi léptékeken. – *Földrajzi Közlemények* 135. 1. pp. 17–32.
- CATTANEO, O. – GEREFFI, G. – STARITZ, C. 2010: Global value chains in a postcrisis world – A development perspective. – *The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, Washington.*
- CETELEM 2013: Kőrkep – 1. rész – Európai fogyasztó alternatív üzemmmódban. 54 p.

- CZIRFUSZ M. – TAGAI G. 2011: A gazdasági válság és a területi kutatások sokszínűsége – egy konferencia tükrében. – *Tér és Társadalom* 25. 2. pp. 237–241.
- EGEDY T. 2012a: A gazdasági válság hatásai városon innen és túl. – *Területi Statisztika* 15. 4. pp. 335–352.
- EGEDY T. 2012b: The effects of global economic crisis in Hungary. – *Földrajzi Értesítő* 61. 2. pp. 155–174.
- FRENCH, S. – LEYSHON, A. – THRIFT, N. 2009: A very geographical crisis: the making and breaking of the 2007–2008 financial crisis. – *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society* 2. pp. 287–302.
- GÁL Z. 2011: A pénzügyi globalizáció térbeli korlátai. – In: LOSONCZ M. – SZIGETI C. (szerk.): *Válság közben, fellendülés előtt*. Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar. pp. 33–51.
- HARVEY, D. 2011: Roepke lecture in economic geography – Crises, geographic disruptions and the uneven development of political responses. – *Economic Geography* 87. 1. pp. 1–22.
- KISS É. 2011: A válság területi konzekvenciái az iparban. – *Területi Statisztika* 14. 2. pp. 161–180.
- KISS J. L. 2009: A globális pénzügyi válság a geopolitikai változások tükrében. – *Nemzet és Biztonság: Biztonságpolitikai szemle* 2. 2. pp. 71–83.
- MAGAS I. 2010: A pénzügyi válság hatása kis nyitott gazdaságokra: Magyarország esete. – *Délkelet Európa – South-East Europe International Relations Quarterly* 1. 3. pp. 1–10.
- MARTIN, R. 2011: The local geographies of the financial crisis: from the housing bubble to economic recession and beyond. – *Journal of Economic Geography* 11. pp. 587–618.
- MICHALKÓ G. – RÁTZ T. – HINEK M. – TÖMÖRI M. 2014: Shopping tourism in Hungary during the period of the economic crisis. – *Tourism Economics* 20. Online First.
- MICHALKÓ G. 2004: A bevásárlóturizmus. – Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár. 104 p.
- ROBERTSON, R. 1995: Globalization: time-space and homogeneity-heterogeneity. – In: FEATHERSTONE, M. – LASH, S. – ROBERTSON, R. (szerk.): *Global modernities*. Sage, London. pp. 25–44.
- RUWANPURA, K. N. – WRIGLEY, N. 2011: The costs of compliance? Views of Sri Lanka napparel manufacturers in times of global economic crisis. – *Journal of Economic Geography* 11. 6. pp. 1031–1049.
- SERES HUSZÁRIK E. 2013: A komáromi hipermarketek versenye a fogyasztókért. – *Földrajzi Közlemények* 137. 2. pp. 201–208.
- SIKOS T. T. 2013: Szükség van-e paradigmaváltásra a bevásárlóközpontok piacán? – In: SIKOS T. T. (szerk.): *A válság hatása a kiskereskedelemre*. Szent István Egyetemi Kiadó, Gödöllő. pp. 33–44.
- SIKOS T. T. – KOVÁCS A. 2011: A kiskereskedelmi versenyképesség egy határ menti városban (Komárno). – *Tér és Társadalom* 25. 2. pp. 180–195.
- SIKOS T. T. 2012: Budapesti bevásárlóközpontok – Térszerkezeti összefüggések. – *Területi Statisztika* 52. 6. pp. 583–591.
- SZENTES T. 2009: Megjegyzések a válság gyökereiről és a kiutakról – a leegyszerűsítő nézetek és politikák ellenében. – *Magyar Tudomány* 170. 5. pp. 604–627.
- TINER T. 2013: Válságjelenségek és térfolyamatok a hazai kiskereskedelemben. – In: SIKOS T. T. (szerk.): *A válság hatása a kiskereskedelemre*. Szent István Egyetemi Kiadó, Gödöllő. pp. 45–58.
- TÖMÖRI M. 2011: The role of the “DebOra” cross-border eurometropolis in the Hungarian-Romanian CBC relations – A case study of shopping tourism in Debrecen and Oradea. – *Eurolimes* 11. pp. 170–178.
- WELTEVREDEN, J. W. J. 2007: Substitution or complementarity? How the Internet changes city centre shopping. – *Journal of Retailing and Consumer Services* 14. pp. 192–207.
- WRIGLEY, N. – DOLEGA, L. 2011: Resilience, fragility, and adaptation: new evidence on the performance of UK high streets during global economic crisis and its policy implications. – *Environment and Planning* 43. pp. 2337–2363.

<http://www.gfk.hu>

<http://www.ksh.hu>