

a fentebb említett erőforrások árainak növekedését, ez pedig hatványozottan jelentkezik a fogyasztó szintjén. Ezáltal csökkennie kellene a két értékesítési csatornában szereplő termékek árai közötti különbségnek.

A kereskedelmi láncok árképzési stratégiája lehetőséget tud adni a hazai REL-nek. A jelen kutatás témája, hogy hogyan alakultak a REL-termékek árai a hosszú kereskedelmi láncokban kapható termékekhez képest. Ennek szemléltetésére pedig a hazai REL-ekben, illetve a hagyományos kiskereskedelemben is nagy népszerűségnek örvendő gömbparadicsom árainak alakulása szolgál. A kutatás alaphipotézise, hogy a már említett göngyöleghatás miatt a két ellátási láncban korábban megfigyelhető nagy árkülönbség érdemben csökkent. A hazai REL elterjedésének elsőszámú gátja alapvetően az, hogy jóval drágábbak ezek a termékek, alapvetően a drágább előállítás miatt (Inzsöl, 2022). Azonban, ha a termékek árai közötti különbségek nagymértékben csökkentek az utóbbi időben, sőt akár a REL-termékek olcsóbbak is lettek, akkor érdemes lenne olyan árazási stratégiát választani a hazai szereplőknek, mely lehetőséget tud adni a piacuk bővítéséhez. Ez pedig kinyitja a kapukat a hazai REL elterjedésének. A kutatás célja egy olyan árazási stratégia feltárása, mely segíthet a hazai REL-szereplőknek a piacuk bővítésében. A hagyományos és a REL-csatornák árainak különbsége kapcsán annak az okai is feltárásra kerülnek.

A REL FOGALMA ÉS FORMÁI

A fogyasztói igények átalakulása lehetőséget ad az alternatív élelmiszer-hálózatok elterjedésének az utóbbi évtizedekben. A magas minőséget, biztonságos élelmiszert és a helyi termelők között kapcsolatot szorgalmazza a REL is, amely rövidítés a rövid ellátási láncokat takarja. A 807/2014 EU-rendelet (EB, 2014) szerint azok az ellátási láncok tekinthető REL-nek, ahol legfeljebb egy közvetítő szereplő helyezkedik el a mezőgazdasági termelő és a fogyasztó között.

A REL-ben szereplő gazdaságoknak a célja sokkal inkább a hosszú távú működés, mintsem a profitmaximalizálás, ezért ezek a gazdaságok lesznek a jövőben a fenntartható multifunkcionális mezőgazdaság kulcsszereplői (Kiss és Nagyné Demeter, 2018). Többek között ez is az oka annak, hogy az Európai Unió célja a kisméretű mezőgazdasági termelők piacra jutásának támogatása. A 2014–2020-as Vidékfejlesztési Program külön alprogramban igyekezett támogatni a REL-ek megalakulását és működését (Kujáni, 2017). Ez is hozzájárult a hazai REL-ek elterjedéséhez, ugyanakkor a nagyobb mértékű gyarapodásukat a Covid-19 elején történő lezárásoknak köszönhetjük. A megbízhatóság és a stabil ellátás (elengedő mennyiségben és megfelelő minőségben) rendkívül fontosá vált az élelmiszer-ellátásban (Bögel, 2020). Továbbá Komarek et al. (2022) kitért arra, hogy azért is volt szükség a hazai REL támogatására, mert a benne működő termelők nem tudják más értékesítési csatornában az érdekeiket képviselni. A jellemzően mikro- vagy egyéni vállalkozások kis területen folytatják a termelésüket, ebből kifolyólag a méretgazdaságosságból fakadó előnyöket nem élvezik, valamint az érdekérvényesítési képességük gyengének tekinthető a piacon. A termelői piacok alapvetően a nagyobb volumenű előállításra képes termelők számára biztosítanak jobb lehetőségeket (Benedek és Fertő, 2015).

A REL JELLEMZŐI

A REL-ben történő értékesítésnek számos előnye van a hagyományos ellátási láncokkal szemben (1. táblázat). Kiss és Nagyné Demeter (2018) szerint a mezőgazdasági termelésnek és szállításnak nagy szerepe van a Földet veszélyeztető üvegházhatású gázok (ÜHG) egyre nagyobb kibocsátásában. Szerinte a helyben történő értékesítéssel és termeléssel jelentős mértékben lehetne csökkenteni a károsanyag-kibocsátás mértékét.

További motivációt jelentenek a potenciális vásárlók tekintetében – a környezeti és ételminőség paraméterek mellett – a társadalmi és szociális hatások is. Ezek megnyilvánulása a közvetlen termelő-vásárló kapcsolatban keresendő. A fogyasztók a helyi gazdától történő vásárlással nemcsak őket támogatják, hanem közvetett módon a helyi környezet javítását is (Komarek et al., 2022). A gazdák számára a REL gazdasági előnyökkel is jár, hiszen növelni tudják a részesedésüket a fogyasztói árakból, kizárva a közvetítők egy részét a termékek forgalmazásából (Komarek et al., 2022). A kapcsolat erejét a kölcsönös bizalom adja, amely olyan hozzáadott értéket képvisel, mely a vásárló számára a terméket is felértékeli. Úgy tekinthet rá, mint egy szolgáltatóra, mely nemcsak a terméket, hanem a közvetlen kapcsolatot is magában foglalja. Ez pedig stabil vevőkört ad a termelő számára. Ezzel meg tudja szilárdítani a működését, és tervezhetővé teszi a gazdaságát (Kiss és Nagyné Demeter, 2018).

A fogyasztói oldal szerint a REL-értékesítés tekintetében legnagyobb gát a magas árszint (Kiss és Nagyné Demeter, 2018). A Kiss (2020) által készített faktor- és klaszterelemzés eredménye is alátámasztja ezt. A megkérdezettek nagy árérzékenység jellemezte, és ők preferálták legkevésbé a kistermelői javakat, továbbá ők vásároltak kistermelőktől havi szinten a legkevésbé. Emellett Szabó (2014) kiemeli az áruválaszték szempontját, hiszen a mostani fogyasztók egyre inkább arra fókuszálnak, hogy egy helyen a lehető legtöbb megvásárolni kívánt terméket vagy alapanyagot el tudják érni a lehető legkisebb időráfordítás mellett. A termelői termékek megvásárlása a fogyasztótól több utánajárást és erőforrást igényel, mint a hagyományos láncban kapható termékeké. Így azok a szereplők, akik most vásárolnak, elsősorban a legelhivatottabb fogyasztók, akik ezen többletenergiát, illetve pénzt nem sajnálják a termelői termékek előnyeikért

(Inzsöl, 2022). Fontos megjegyezni, hogy egy 2014-es kutatás szerint a fogyasztók 2/3-a 10–25%-kal hajlandó többet kifizetni a REL-ben kapható termékekért, feltéve, ha valóban magas minőséget képvisel (Kiss, 2018).

A kínálati oldalról közelítve Szabó (2014) arra világít rá, hogy a gazdaságok legfőbb nehézségként a kapacitásaik korlátját említették, illetve a logisztikai rendszer hiányát, ami által a legjelentősebb piacok felé tudnának mozdulni. Ugyanakkor megfigyelhető, hogy a kistermelők esetében a bizalmi faktor csökkentése nagy veszélyt jelent. Ennek pedig egyik legfőbb oka, hogy az ételminőség-higiéniai szaktudásuk sokszor hiányos, aminek az ellenőrzésére a hatóságoknak nincsen kapacitása, hiszen elsősorban a magas kockázatú ételminőség-előállítók ellenőrzésére fektetnek hangsúlyt. Egy ott jelentkező probléma sokkal több emberre jelentene veszélyt, mint a kevesebb fogyasztót elérő, jóval kisebb eladási darabszámmal rendelkező kistermelő (Szabó, 2014). Ezt alátámasztja a Nébih 2020-ban kiadott évvértékelője. A 21 piacon történő ellenőrzés alkalmával 174 őstermelőt vizsgáltak meg, és ennek során 20 igazolványt vontak be. Ez azt jelenti, hogy minden 10. termelőnél találtak olyan súlyos problémát, melynek eredménye az őstermelői igazolvány bevonása lett. Emellett 2020-ban 5 termelői piac ellenőrzése során 74 forgalmazónak összesen 1,8 millió Ft bírságot szabtak ki (Nébih, 2020). Ez is mutatja, hogy a bizalom a termelők felé igen ingatag. Az ételminőség-higiéniai szaktudás hiánya mellett igen gyakran megfigyelhető a REL-ben a nem megfelelő képzettség is. Ez pedig az ágazat versenyképességét csökkenti, hiszen nem alkalmazzák azokat az innovatív technológiákat, fejlesztéseket, amelyek segíthetnének a REL további elterjedésében.

Több elemzés is arról számol be, hogy magyarországi termelők a növekedésük gátjaként említik a külső források hiá-

I. táblázat

**A REL előnyei és hátrányai Magyarországon
(Advantages and disadvantages of SFSC in Hungary)**

A REL előnyei	A REL hátrányai
ÜHG-csökkentés	Több időt igényel a vásárlótól
Közvetlen kapcsolat a termelővel	A termelő csinál mindent
Helyi termelők/környezet támogatása	Nem megfelelő tudás – alacsonyabb versenyképesség
Kisebb kitérttség a globális hatásoknak	Nem megfelelő élelmiszer-higiéncia
Magas minőség – kedvező árak	Kisebb termékmennyiség és választék

Forrás: saját szerkesztés

nyát. A gazdaság bővítése, illetve versenyképesebbé tétele céljából a beruházások nélkülözhetetlenek. Az ehhez szükséges forrásokhoz ugyanakkor nehezen tudnak a REL-termelők hozzájutni, hiszen nehezen tudják elérni a pályázat benyújtásához átlagosan szükséges 6000 euró értékű mezőgazdasági tevékenységből származó üzemméretet (STÉ) (Vincze és Antal, 2019). Kistermelői szintről az eggyel nagyobb, kisüzemi szintre lépés tőke hiányában szinte lehetetlen Magyarországon (Inzsöl, 2022). Mivel számos REL-gazda nem tud fenntartani olyan üzemméretet, amelyből meg tudnának élni, így kénytelenek más forrásból is jövedelmet szerezni. A Vincze és Antal (2019) által készített felmérés eredménye például, hogy a termelők 70%-a kénytelen más munkával is kiegészíteni a jövedelmét. Az 1. táblázat a REL előnyeit és hátrányait foglalja össze.

A REL alakulása Magyarországon a 2020-as évektől

A koronavírus mind a keresleti, mind a kínálati oldalon nagy változásokat eredményezett az élelmiszeripari ellátási láncokban. A tapasztalatok beépültek a kereskedelemben a hosszú távú fenntarthatóság végett. Ennek eredményeképp két út jelent meg. Az első, hogy teret nyert az online élelmiszerkereskedelmi ágazat, másrészt a helyi élelmiszeripari ellátási láncok felértékelődtek és megerősödtek (Jámbor és Nagy, 2022).

Ez idézte elő, hogy például a 2013 óta működő Nyíregyházi Kosár Közösség forgalma ugrásszerűen megnőtt a járvány kitörése után, illetve számos kosárközösség indult be és növekszik Magyarország-szerte. Újabb online értékesítési platformok jelennek meg a mai napig, amelyek a helyi termelők portékáit gyűjtik össze és értékesítik. Ilyenre példa a farm2fork.hu, a kifli.hu vagy éppen a kozertplusz.hu. Az itt vásárolható termékek között fel van tüntetve, hogy melyik termelői. Ugyanakkor ezek közül is kiemelkedik a Farm2Fork, mely csak közvetlenül magyarországi termelőkkel dolgozik.

A 2022-ben kirobbant orosz–ukrán háború nagymértékben volt és van a mai napig hatással Magyarország gazdaságára is. A korábban is bemutatott ellátási problémák jelentősen felhajtották az árakat. Ez a fajta hiánygazdaság növelte az inflációt már a pandémia idején is. Ezt a helyzetet a 2022-ben jelentkező konfliktus hozadékként megjelent energiaválság tovább fokozta (Molnár és Hajdú, 2023). Az ellátási láncok szakadozottsága miatt olyan problémák jelentek meg a magyar gazdaságban, amelyek egyhamar nem feloldhatók. Regmi és Stiglitz (2022) a pandémiát, illetve a háborús helyzetet okolják az energia- és élelmiszerpiacokon jelentkező problémákért. Ennek eredménye pedig az infláció elszabadulása, amely hazánkat különösen sújtotta (Molnár és Hajdú, 2023). A fogyasztói árindex, mely az infláció jelzésére szolgáló egyik mérőszám, a háború

kitörésével óriási mértékben növekedett. A legjelentősebb hatást az élelmiszer-infláció adta. A KSH (2023a) adatai alapján 2023 márciusában az egy évvel korábbi adatokhoz képest 42,6% növekedtek az élelmiszerárak, 43,1%-kal a háztartási energia, 11,2%-kal a tartós fogyasztási cikkek, 26,9%-kal az üzemanyag, valamint 13%-kal a szolgáltatások árai. Jelentős mértékben megemelkedtek a megélhetési költségek, e tendencia nem csak hazánkban érzékelhető. Az élelmiszer-infláció 20 éve nem látott emelkedése betudható az inputanyagok, benne a műtrágyák, növényvédő szerek, a fosszilis energiahordozók árainak, valamint az energiaárak elszabadulásának, ugyanakkor ez a tendencia nem fenntartható (Csontos, 2022). Felmerül a kérdés, hogy ezek a hatások a REL-csatornában szereplő termékek árait hogyan érintették. Jelen kutatás erre keresi a választ a gömbparadicsom példáján keresztül.

ADATOK ÉS MÓDSZERTAN

A kutatás a gömbparadicsom termelői és kereskedelmi árainak alakulását vizsgálja. A hagyományos kereskedelmi lánc alakulásának vizsgálatához szükség volt a lánc szereplőinek áaira. A hagyományos, hosszú ellátási láncban lévő szereplők árainak vizsgálata egy primer kutatás keretében valósult meg. Ugyanakkor Magyarországon nincs adatgyűjtés termelői költségekről, ezért a hazai REL szakértőivel készített mélyinterjúk alapján történt ennek a felmérése.

A primer kutatás módszertana

A primer kutatás alapja az Agrárközgazdasági Intézet (AKI) Piaci Árinformációs Rendszere (PÁIR) volt. A PÁIR célja az Európai Unió's rendeletek szerint a fontosabb termékek (gabona, olajnövény, szója, sertés, szarvasmarha, juh, baromfi, tojás, tej, zöldség-gyümölcs, bor, dohány stb.) különböző kereskedelmi fázisaiban lévő árainak és értékesített mennyiségeinek gyűjtése. Azért

esett a választás a gömbparadicsomra, mert jelentős mennyiségben figyelhető meg a hazai REL-csatornában, emellett hosszabb idősoros adatok is elérhetőek róla. Az így elkészített adatbázis 2018. január 1-től 2023. március 31-ig havi bontásban tartalmazta az árakat. Ennek segítségével rá lehet világítani ezen termék esetében a hagyományos kereskedelmi csatornák működésére és árazási politikájára a Covid-19 és az ukrán–orosz háború következtében bekövetkező válságok idején, lévén ezek voltak az utóbbi pár év legjelentősebb gazdasági zavarai (Regmi és Stiglitz, 2022). A kutatás alapkérdése, hogy a hosszú kereskedelmi láncokban valóban jelentkezik-e a göngyöleg hatás, és ha igen, akkor ez milyen mértékben valósul meg a gömbparadicsom esetében.

Az alábbi adatok kerültek felhasználásra a PÁIR rendszeréből az adatbázis felépítéséhez a gömbparadicsom vonatkozásában:

- fogyasztói árak a kiskereskedelmi üzletláncokban,
- a Budapesti Nagybani Piac heti leggyakoribb bruttó árai,
- a Budapesti Vámház körüti fogyasztói piac árai,
- a belföldi felvásárlási árak,
- a kiskereskedelem beszerzési árai.

A fogyasztói árak gyűjtése 8-9 nagy hazai szupermarketben mindig a hétfői napokon történik (Stummer, 2023). Az esetek többségében ugyanazt a márkájú termékeket veszik figyelembe, ugyanakkor ezt a friss áru esetében nem tudják konzisztensen vizsgálni. Ennek oka a szezonális, illetve a különböző kiszerelek megjelenése. A fogyasztói árak a kiskereskedelmi üzletláncokban heti szinten voltak elérhetőek az AKI honlapján, ebből átlagolással határoztuk meg a havi árakat. A 4. és 5., valamint a 11. és 12. hónapok értékét 5 hét átlagából számítottuk ki. A gömbparadicsom esetében 9 értéket kellett becsülni. A hiányzó adatok pótlásához használt adattábla az „Egyes termékek és szolgáltatások fogyaszt-

tói átlagára (nyers adatok, havonta (2019-től)”) volt (KSH, 2023b). Ennek segítségével lehetővé vált a korrelációs együttható kiszámítása az adatsorok között, amit aztán felhasználunk a hiányzó adatok becsléséhez. Fontos megjegyezni a KSH adattáblájával kapcsolatban, hogy nem volt feltüntetve, hogy milyen fajtáról gyűjtik az adatokat.

A PÁIR rendszerében gömbparadicsom szerepelt, a KSH adattáblájában ugyanakkor csak paradicsom. A KSH-tól kapott válasz szerint az árösszeírók számára engedélyezett bármilyen típusú paradicsom összeírása, azzal a kiegészítéssel, hogy igyekezzenek a népszerűbb/nagyobb forgalmú terméket kiválasztani, amelyek hosszabb távon megtalálhatók a boltokban. Ezért azzal a feltételezéssel éltünk, hogy az árösszeírók a gömbparadicsommal találkoztak a leggyakrabban hazai kiskereskedelemben, mivel ez a legnagyobb forgalmú paradicsomféle. A korrelációs együttható értéke 0,9672 lett a két adatsor között, mely egy erős függő kapcsolatot mutat, tehát a KSH adatai alkalmasak a hiányzó 9 adat pótlására.

Az árak összehasonlíthatóságának érdekében az adatbázist a kereskedelmi lánc egyéb szereplőinek gömbparadicsomáraival is kiegészítettük. A PÁIR rendszerből felhasználásra kerültek a Budapesti Nagyban Piac heti leggyakoribb bruttó gömbparadicsomárai. A heti árakat a kiskereskedelmi árakhoz hasonló módon átlagoltuk. A PÁIR továbbá információkat gyűjt a Budapesti Várház körüti fogyasztói piac árairól is. Ebből kifolyólag rendelkezésre álltak a gömbparadicsom havi bruttó leggyakoribb árai is. Ezek azért fontos adatok, mivel a nagyban piacról több kereskedő is itt értékesíti tovább az áruit, tehát érdemes megfigyelni és összehasonlítani azt, hogy milyen árrészel dolgoznak. Emellett az elemzés részét képezte a fogyasztói piac és a kiskereskedelmi üzletláncok közötti áralakulás. E mögött az húzódot meg, hogy a Covid-19-járvány idején (hazánkban 2020

márciusában regisztrálták az első hivatalos esetet) vagy az orosz–ukrán konfliktus kezdetekor (2022. február 24.) a nagyon magasra ugró infláció miatt a fogyasztói piacokon olcsóbban lehetett hozzájutni egyes termékekhez, mint a kiskereskedelmi üzletláncokban. Noha fontos megjegyezni, hogy a fogyasztói piacok eladói között általában nem termelők vannak, hanem kereskedők. Ez ugyanakkor még lehet REL-csatorna, amennyiben a kereskedő közvetlenül a termelőtől vásárolja meg a paradicsomot. Azt is ki kell még emelni, hogy a budapesti termelői piacokat jellemzőn már civil szervezetek szervezik, és ezekre bárholnan érkehetnek kistermelők értékesíteni, vagyis nem érvényes rá a jogszabályban található 40 km-es korlát (Benedek és Fertő, 2015).

Végezetül az adatbázisba beépítettük a gömbparadicsom kiskereskedelmi beszerzési árakat is, mint az egyik legnagyobb forgalmú friss termék a kiskereskedelmi üzletláncokban, amelyet a PÁIR 2021. március óta gyűj (Stummer, 2023). Ezeknek a tábláknak ugyanakkor a hiányzó adatai már nem voltak becsülhetők, mivel semmilyen más hazai intézmény nem gyűjti őket, és nem is lehetett más adatsorhoz viszonyítani ezeket az árakat.

A szekunder kutatás módszertana

A szekunder kutatás célja az volt, hogy a REL-termékek árainak alakulását megismerjük a vizsgált időszakban, valamint a kapott eredményeket véleményezzék a hazai REL egyes ágazati szakértői. A kiválasztás alapvetően két szempont alapján történt. Fontos volt, hogy a szegmens legjelentősebb szereplőit kérdezzük meg, amihez a Kislépték Egyesület elnöke, Kujáni Katalin nyújtott segítséget. Emellett szeretnénk volna csak REL-termékekkel foglalkozó (Farm2Fork) és a termelői termékek értékesítésén kívül más termékeket is értékesítő (Közért+) szereplőt is megkérdezni. A mélyinterjúkra online, egyórás beszélgetés keretében került sor. Az interjúk célja

annak feltérképezése volt, hogy a kapott eredmények mit jelenthetnek a hazai REL-ek számára. A megkérdezett ágazati szakértők a következők voltak:

1. Matus Dóra, a Spájz (paksi késztermékpia) és a MyFarm Kertek (franchise rendszerben működő kosárközösség-hálózat) alapítója
2. Rádi Krisztián, a Közért+ Zrt. beszerzési vezetője
3. Balog Zsolt, a Supp.li Kft. ügyvezetője
4. Horváth Boldizsár, Farm2Fork Kft. alapítója.

A szakértők véleményét beépítettük a kutatásba, és alapul szolgált a megfogalmazott javaslatoknak abban a vonatkozásban, hogy hogyan lenne célszerű a hazai REL-ek népszerűségét, piaci pozícióját erősíteni az árazás tekintetében.

A PRIMER KUTATÁS EREDMÉNYEI

A kutatás alaphipotézise, hogy a hosszabb, vagyis több szereplővel működő kereskedelmi láncokban nagyobb mértékben nőtt a gömbparadicsom ára, mint a REL-csatornákon. Ennek igazolására szolgált a felépített adatbázis. Vajon a termelők ráfordításai ilyen nagymértékben drágultak, vagy valóban megfigyelhető a göngyölegtheség? Ez utóbbi eset azt is jelenti, hogy a hosszú ellátási lánc szereplői minden költségnövekményüket a vásárlóra terhelik

rá. A 2. táblázat azt mutatja be, hogy melyik értékesítési lánci szereplőnél volt az átlagos ár a legalacsonyabb, illetve a legmagasabb.

A 63 havi adat vonatkozásában elmondható, hogy az esetek döntő többségében a kiskereskedelem volt a legdrágább a paradicsom, 52-szer a 63 esetből. A nagybani piac 8-szor, míg a fogyasztói piac mindössze 3-szor került a lista élére. A minimumár vizsgálata során a 63-ból 40 esetben a nagybani piac a volt legolcsóbb. Érdekes megfigyelni, hogy 4 esetben a kiskereskedelem volt a legolcsóbb, ennek azonban az volt az oka, hogy a fogyasztói és a nagybani piaci adatok nem voltak elérhetőek. A gyakorlatban ilyen eset egyébként akkor fordulhat elő, amikor a kiskereskedelem termékfelhalmozódás miatt akciózzák a terméket. Emellett 2021 márciusától, amióta a PÁIR gyűjti a kiskereskedelem beszerzési árát, 12-szer a kiskereskedelem beszerzési ára volt a legalacsonyabb. Érdekes volt megfigyelni, hogy nem mindig ez az ár volt a legalacsonyabb, hiszen összesen 10 esetben a nagybani piac árai, 2 esetben pedig a fogyasztói piac árai bizonyultak a legalacsonyabbnak (PÁIR, 2023).

A már említett adathiány miatt az érintett 4 hónap adatai nem szerepelnek a későbbi elemzésekben. A kiskereskedelmi árakat a KSH gyűjti, így könnyen becsülhető volt az ezen felül hiányzó adat. Az 1. ábra bemutatja a paradicsom mini-

2. táblázat
A gömbparadicsom legalacsonyabb és legmagasabb havi árának az előfordulási gyakorisága az élelmiszerláncban 2018. január 1. és 2023. március 31. között
(The highest and the lowest spherical tomato monthly prices in the food chain between 1 Jan 2018 and 31 March 2024)

Árak helyszín szerint	Legmagasabb ár előfordulása	Legalacsonyabb ár előfordulása
Kiskereskedelmi ár	52	4
Fogyasztói piaci ár	3	7
Nagybani piaci ár	8	40
Kiskereskedelmi beszerzési ár	-	12
Összesen	63	63

Forrás: saját szerkesztés KSH (2023b) és PÁIR (2023) adatai alapján

mum- és maximumértékeit, valamint a két ár közötti különbséget százalékos formában. Az ábrán jól látható, hogy ahogy emelkedik a paradicsom ára az élelmiszerpiacon, úgy csökken az árrés a maximum- és a minimumár között. Ez azt jelenti, hogy az árnövekedés szinte azonnal végiggyűrűzik az élelmiszerláncon (a növekvő nagybani árakra a kiskereskedelmi láncok azonnal reagáltak), azonban árcsökkenés esetén jellemzően rugalmatlanabb a kiskereskedelem, és nem azonnal követi le az árváltozást, emiatt pedig az árkülönbség aránya jellemzően sokkal nagyobb. Ez a jelenség a lokális árcsúcsokat követően figyelhető meg a legjobban, mint például 2019 májusában (118%), 2020 májusában (99%), 2023 januárjában (97%) vagy 2018 júniusában (96%). Ekkor tudják a kiskereskedelmi láncok a legnagyobb hasznot realizálni.

Az áringadozás alapvetően a szezonalitásból fakad. A paradicsom ára az év első hónapjaiban a legmagasabb, majd fokozatosan csökken, amint a kínálat növekedésnek indul. Ez a hatás ugyanakkor árazás tekintetében 2022-ben, illetve különösen 2023-

ban, nem volt olyan jelentős, mint a korábbi években, mivel nem ment a minimum- és maximumár közötti különbség 24% alá. A korábbi években ez az érték akár a 10%-nál is kevesebb volt.

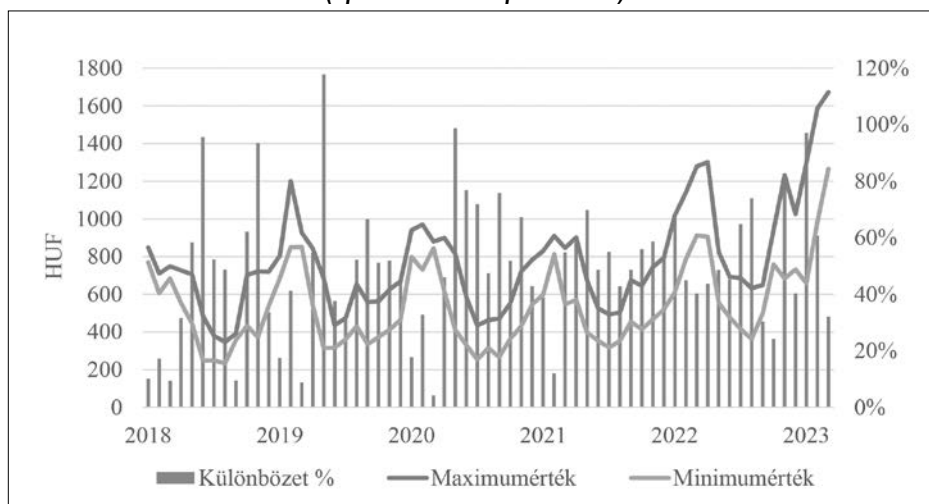
Érdekes megvizsgálni a két szélső ár különbségének alakulását százalékos formában. A 3. táblázatból látható, hogy a gömbparadicsom esetében a kereskedelmi láncok átlagos árrése alapvetően növekvő tendenciát mutat. A forintban kifejezett növekedés a folyamatosan növekvő árak, illetve azoknak a fogyasztóra történő terhelése miatt következett be, azonban a százalékos mutató értéke is jelentősen emelkedett az elmúlt közel 6 évben, 44-ről 63%-ra. 2021-ben ugyan kismértékben csökkent a kiskereskedelmi lánc árrése, de ezt az orosz–ukrán háborúból fakadó hatások megfordították.

A SZEKUNDER KUTATÁS EREDMÉNYEI

A megkérdezett szakértők egyetértettek abban, hogy a kiskereskedelemben kapható termékek árai 2021-től kezdve

I. ábra

A gömbparadicsom árának alakulása
(Spherical tomato price trends)



Forrás: saját szerkesztés KSH (2023b) és PÁIR (2023) adatai alapján

3. táblázat

**A kereskedelmi lánc átlagos éves haszonkulcsa gömbparadicsom esetében
(Average annual profit margin of the retail chain for spherical tomatoes)**

Év	Az árrés nagysága (Ft)	Az árrés aránya (%)
2018	166	44
2019	209	48
2020	217	53
2021	228	50
2022	311	50
2023*	549	63

* Január-március hónapokra vonatkozik.

Forrás: saját szerkesztés KSH (2023b) és PÁIR (2023) adatai alapján

nagyobb mértékben emelkedtek, mint a REL-csatornában szereplő termékek árai. A primer kutatás alaphipotézisét is alátámasztották, tehát ennek oka a göngyöleg-hatás, vagyis a hosszabb ellátási láncokban minden egyes szinten megjelenő és a fogyasztói árba beépülő költségnövekedés. A Közért+ hazánk egyik legnagyobb online piacterét kínálja a lakosság számára, melynek célja, hogy minél több hazai terméket megjelentessen a kínálatában. Ugyanakkor nem csak REL értékesítési csatornának tekinthető. Szerintük a „kommersz” termékek árai jóval közelebb kerültek a termelői árakhoz, így a fogyasztó elkezdett gondolkodni azon, hogy választ egy 5%-kal drágább hazai termelői bioterméket a hagyományoshoz képest (Rádi, 2023).

Fontos szempont volt, hogy ez az árnövekedés a hosszú kereskedelmi láncokban azért is lehetett ilyen jelentős, mivel számos olyan költségnövelő tényezőt átvesznek, melyeket a REL-ben a termelőnek kellene vállalnia. Ilyen költség a logisztikai költség. Például van olyan kiskereskedelmi lánc, amelyik 8 hónapig egy Üllői úti logisztikai központban tárolja az almát. Emellett számos üzlethelyiséget kell fenntartaniuk, üzemeltetniük. Ilyen költségük a kistermelőknek nem keletkezik.

Ugyanakkor számos olyan egyéb tényezőt is feltártak, melyek hatással voltak az árak különbségeinek csökkenésére. Rádi

Krisztián, Matus Dóra és Horváth Boldizsár szerint mindenképpen fontos megemlíteni az áfa kérdéskörét, mivel Magyarországon a kistermelők 20 millió forint árbevételig áfamentesek. Ezzel szemben a kiskereskedelemben minden terméken megjelenik a 27%-os áfa.

A termelői árak alakulása

A kisebb termelők esetében azt tapasztalták a szakértők, hogy nem igazán tudják azt, hogy pontosan hogyan is alakultak a költségeik. Ebből kifolyólag valaki egyáltalán nem emelt, valaki az alapján emelt, amit a kiskereskedelmi láncok árainál tapasztalt. Vagyis termelői oldalon nincsen egységes árpolitika. Sok esetben nincsenek tisztában a saját maguk által végzett munka értékével (munkaerőköltség), de a szezonálissal sem igazán számolnak. Vannak olyan zöldségtermelők, akik év végén döbbennek rá, hogy veszteségesen üzemeltek, illetve olyanok is, akiknél a magas árrés eladhatatlanná teszi a terméket (Horváth, 2023). A gyors megtérülés szem előtt tartása, nem a hosszú távon való gondolkodás jelenik meg a termelőnél.

Sok termelő nem emelt olyan sűrűn és annyit, mint amennyit egyébként a hagyományos kereskedelmi láncok polcain láthatunk. Ennek oka pedig két dologra vezethető vissza: az egyik, hogy a költségeik nem növekedtek annyira, a másik pedig, hogy nem

számoltak, mivel a termelői oldalon sokan megérzésre dolgoznak (Balog, 2023).

Általában véve a termelők áremelkedése jóval alacsonyabb, mint ahogy azt a kiskereskedelemben látjuk. Horváth (2023) szerint 2022-ről 2023-ra nagyon kevés termék ára emelkedett termelői oldalon 20%-kal, azok is elsősorban különleges termékek. Ugyanakkor ő kénytelen volt árat emelni, mert a kiadásai nagymértékben növekedtek.

Egységes árazás termelői oldalon

Matus (2023) szerint is onnan indul a probléma, hogy hiányzik a termelői tudatosság. Szerinte az árképzést a termelői oldalon nem ott kell indítani, hogy megnézem a nagybani piaci árakat vagy a kiskereskedelmi árakat. Tehát nem egy viszonyrendszerben kell gondolkodnia a termelőnek, hanem tudnia kell az önköltségét, majd ennek tükrében kell kiszámolni azt, hogy mennyit is szeretne keresni. De sok termelőnek fogalma sincs, hogy mennyiért állította elő a termékeit, vagyis nagy része nem tud önköltséget számolni, és nem is számol a mai napig. Emellett kitért arra is, hogy sok szereplőnek nem megélhetési kérdés, hanem kiegészítő jövedelem a termelés, így tőlük nehéz tudatos árazást elvárni és nem is feltétlenül szükséges. Jóllehet ezen szereplők lenyomják az árakat, ami nem jó azoknak a termelőknek, akik ebből élnek.

Horváth (2023) szerint a termelő költségei is nőttek, csak ők valahogy nem jól áraznak, nem érzik a kínálat-kereslet kapcsolatot. Van olyan termelője, akinek a termékét nagyon gyorsan megvásárolják nála, és nincs elég a piacon, vagyis a kínálat szűkülése miatt árat emelhetne. Ugyanakkor ő ezt nem teszi meg. Ennek egyik oka, hogy van egyfajta általános félelem a termelő oldalán, hogy nem tudja eladni a terméket, és rá fog rohadni, ezért még mindig jobb, ha ezt elkerülendő nyomottabb áron értékesíti (Balogh, 2023; Horváth, 2023).

Míndezek tükrében érdemes lenne ki-dolgozni egy „közel” egységes árazási me-

chanizmust, mivel a megkérdezett szakértők szerint ez egy olyan kritikus dolog, ami nagymértékben gátat szab a REL-nek. A mostani gazdasági helyzetben sokkal több és nagyobb lehetősége van a kistermelőknek, mint 2018-ban, azonban ehhez nagy szükség van jó árazásra és marketingre. Egy termelőnek nincs és nem is lesz akkora vásárlói elérési lehetősége, mint egy kiskereskedelmi egységnek. Ezért fontos megemlíteni, hogy a termék helyes ármeghatározása mellé kell egy olyan marketingstratégia is, amelynek a segítségével el is tudják adni a termékeiket. Ebből a szempontból a horeca (hotel-étterem-kávézó) szektornak történő közvetlen beszállítás egy ígéretes lehetőség, azonban Török és Agárdi (2020) kutatása szerint ez csak akkor jelent valós előnyt például az éttermek számára, ha egy rés piacot tudnak ezáltal elérni.

Ugyanakkor nehéz ilyen jellegű dolgot bevezetni hazánkban, mivel ahhoz kell egyfajta tudás vagy képzettség/végzettség a termelői oldalon, hogy jól tudjanak árazni. De erre sok esetben azért nincs igény, mert az áraikat a kiskereskedelmi láncok mondják meg, és ők ahhoz igazítják (Horváth, 2023). A kiskereskedelem árai 2023-ban nagyon összecúsztak a termelői árakkal. Azonban nekik sokkal jobban meg van kötve a kezük, így a termelőknek nagyobb játékterük van az árak vonatkozásában. Horváth (2023) szerint ebben a folyamatban komoly segítséget nyújthatna az olyan érdekvédelmi szervezetek felállítása, amelyek segítenék a kistermelőket vagy az őstermelőket a helyes árazásban.

ÖSSZEFOGLALÁS ÉS JAVASLATOK

A magyarországi REL-csatornák népszerűsége 2020-tól kezdve egyre inkább nyilvánvaló hazánkban. A pandémia idején jelentkező ellátásilánc-problémák előtérbe helyezték a hazai termelői termékeket. Felmerült a kérdés, hogy miért importálunk több ezer km-ről olyan élelmiszereket, ami-

ket a hazánkban is meg tudunk termelni. A 2022-es évben a korábban tapasztalt termelői és kiskereskedelmi termékek árai közötti nagymértékű eltérés eltűnni látszott. Ez pedig a göngyöleghatásnak volt köszönhető. Az orosz–ukrán konfliktus következtében a számottevő alapanyag- és üzemanyagár-növekedés a hagyományos élelmiszerellátási láncok költségeit megemelte. Ez pedig megint csak előtérbe helyezte a REL-t.

A kutatás alapkérdése a REL-szereplők megfelelő árazási stratégiája 2023-ban. A primer kutatás feltárta, hogy valóban jelentkezik egyfajta göngyöleghatás 2021-től kezdve a gömbparadicsom esetében. Mivel a gömbparadicsom friss terméknek tekinthető, így az árak esetében jelentős volt a szezonális hatása. Emellett minden árnövekedésre azonnal reagált a kiskereskedelmi lánc, a felmerülő pluszköltségeket áthárították a fogyasztókra. Sőt, voltak olyan időszakok, amikor a szezonálisból fakadó árcsökkenésre a kiskereskedelmi egységek lassabban reagáltak, így magasan tudták tartani az árakat, a beszerzési ár akár jelentős csökkenése mellett. Ugyanakkor a szekunder kutatás során kiderült, hogy ennek részben az az oka, hogy a kiskereskedelmi egységek költségei is jelentős mértékben növekedtek.

A termelői költségek vonatkozásában publikus adatok nem állnak rendelkezésre Magyarországon. A piaci szakértőkkel és szereplőkkel készített mélyinterjúk, a primer kutatásban kapott eredmények validálása mellett, alapvetően azt a célt szolgálták, hogy a termelői költségekről információt gyűjtsünk. Ennek során megerősítést nyertek a kapott eredmények, miszerint a „kommersz” kiskereskedelmi termékek árai nagymértékben közeledtek a hazai termelői árakhoz. Mindez kiváló lehetőséget teremt a REL nagyobb mértékű elterjedésére hazánkban egy jó árazási politikával. A mostani piaci helyzetben van kereslet a jó minőségű termelői termékekre. Ugyanakkor termelői oldalon olyan problé-

mák kerültek feltárásra, melyek megoldása nélkül nehezen fog a REL jobban elterjedni. Ezek közül az egyik legjelentősebb a tudatos termelők hiánya. Árazás tekintetében a termelők egy jelentős csoportja nem számol önköltséget se, így pedig szinte lehetetlen egy jól átgondolt, tudatos kistermelői réteget képezni. A tudatos termelők pedig versenyhátrányba kerülnek mások hibás árazása miatt, mivel csak olyan árakkal tudnak megjelenni a piacon, ami néha még az önköltség fedezésére sem elegendő.

A REL-csatornák nagy lehetőség előtt állnak az elkövetkező években, de ehhez képezni kell a termelői kört. Nagy segítség lenne egy olyan oktatási anyag létrehozása, mely segít a termelőknek abban, hogyan kell kiszámolni a termékeik önköltségét. Ez támogatná a termelőket a megfelelő piac ár kialakításában, ami különösen azok számára lenne fontos, akik megélhetésként szeretnének termeléssel foglalkozni. Így olyan áron tudnák értékesíteni termékeiket, ami pénzügyileg meg is éri nekik. Emellett érdekes megvizsgálandó terület lenne egy minőségbiztosítási rendszer felállítása a minőségi termelői termékek védelmére. Egy ilyen rendszerben (Franciaországhoz hasonlóan, lásd például Kapała, 2022) olyan árak lennének megszabva, amelyek segítenek a termelőknek a tisztas árverseny kialakulásában.

A termelőnek olyan minőségű élelmiszereket kell termelniük, amelyek megfelelnek azoknak a paramétereknek, amit a fogyasztó elvár. Nagy lehetőség van abban, hogy a tudatos termelők együtt menjenek a piacra, akár az online piacra is egy közvetítő segítségével. Ezek a szereplők már hazánkban is egyre nagyobb számban vannak jelen, ők elvégzik a marketinget, illetve a logisztikát is, így a termelőnek tényleg nincsen más dolga, mint az – ami a nevében is benne van –, hogy termeljen. Amennyiben egy ilyen tudatos árazási politikával működő kistermelői réteg kialakulna, akkor néhány éven belül a REL-csoportok komoly előrelépést érhetnének el hazánkban.

FORRÁSMUNKÁK JEGYZÉKE

- Balog, Zs. (2023). Online interjú Balog Zsolttal, a Supp.li Kft. ügyvezetőjével, 2023.10.11.
- Benedek, Zs. és Fertő, I. (2015). Miért választják a termelők a rövid ellátási láncokat? *Statisztikai Szemle*, 93(6), 580–597.
- Csontos, T. (2022). Mi a helyzet az inflációval? *Világgazdaságtan*, 1(1), 39–48.
- Bögel, Gy. (2020). Azonnali reakciók a koronavírus-válságra az élelmiszeri ellátási láncokban. *Logisztikai trendek és legjobb gyakorlatok*, 6(1), 21–26.
- EB (2014). A Bizottság 807/2014/EU felhatalmazáson alapuló rendelete (2014. március 11.) az Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alapból (EMVA) nyújtandó vidékfejlesztési támogatásról szóló, 1305/2013/EU európai parlamenti és tanácsi rendelet kiegészítéséről, valamint átmeneti rendelkezések bevezetéséről. Az Európai Unió Hivatalos Lapja, L 227/1
- Horváth, B. (2023). Online interjú Horváth Boldizsárral, a Farm2Fork Kft. alapítójával, 2023.10.18.
- Inzsöl, R. O. (2022). A rövid ellátási lánc társadalmi-gazdasági és területi összefüggései termelői oldalról Vas megye példáján. Doktori (PhD) értekezés. Soproni Egyetem, Sopron.
- Jámbor, Zs. és Nagy, J. (2022). Hogyan hatott a Covid-helyzet az élelmiszeripari ellátási láncokra Magyarországon? *Magyar Tudomány*, 183(4), 442–454. <https://doi.org/10.1556/2065.183.2022.4.4>
- Kapala, A. M. (2022). Legal instruments to support short food supply chains and local food systems in France. *Laus*, 11(2), 21.
- Kiss, K. (2020). A rövid élelmiszerlánc (RÉL) szerepe a budapesti agglomeráció és Heves megye hagyományos és termelői piacain. Doktori (PhD) értekezés. Szent István Egyetem, Gödöllő.
- Kiss, K. és Nagyné Demeter, D. (2018). Lokalizáció – egy példa: a rövid ellátási láncok szerepe a gyakorlatban. In: Csiszárik-Kocsir, Á. és Garai-Fodor, M. (szerk.): *Vállalkozásfejlesztés a XXI. században*. 8/2. (pp. 130–139). Óbudai Egyetem, Budapest.
- KSH (2023a). Gyorstájékoztatók. Fogyasztóiárak. Letöltve 2023.11.21. <https://www.ksh.hu/gyorstajekoztatok/#/hu/document/far2303>
- KSH (2023b). 1.2.1.6. Egyes termékek és szolgáltatások fogyasztói átlagára (nyers adatok), havonta. Letöltve 2023.11.21. https://www.ksh.hu/stadat_files/ara/hu/ara0044.html
- Komarek, L., Csiba, A., Ferencz, Á., Hampel, Gy., Kis K. és Monostori, T. (2022). Mezőgazdasági és vidékfejlesztési kutatások a jövő szolgálatában 3. MTA SZAB Mezőgazdasági Szakbizottság, Szeged.
- Kujáni, K. (2017). A rövid ellátási láncok tervezési feltételei a hazai kistérségekben. *Gradus*, 4(2), 222–231.
- Matus, D. (2023). Online interjú Matus Dórával, Spájz (paksi késztermékpiac) és a MyFarm Kertek alapítójával, 2023.10.10.
- Molnár, L. és Hajdú, N. (2023). Az infláció hatása a magyar lakosság pénzügyi helyzetére: Szemelvények egy országos, reprezentatív felmérés eredményeiből. *Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek*, 20(1), 108–120.
- Nébih (2020). Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal évertékelője 2020. Letöltve 2022.12.13. https://portal.nebih.gov.hu/documents/10182/21442/Nebih_2020_evertkelo.pdf/d1f7e21f-a3ad-b557-c837-2af3c4cbbae6?t=1615531064310
- PÁIR (2023). Piaci Árinformációs Rendszer; Letöltve 2023.02.10. <https://www.aki.gov.hu/piaciarinformacios-rendszer/>
- Rádi, K. (2023). Online interjú Rádi Krisztiánnal, a Közért+ Zrt. beszerzési vezetőjével, 2023.10.05.
- Regmi, I., & Stiglitz, J. (2022). *The Causes of and Responses to Today's Inflation*. Roosevelt Institute, New York, USA
- Stummer, I. (2023). Online interjú Stummer Ildikóval, az Agrárközgazdasági Intézet osztályvezetőjével, 2023.04.26.
- Szabó, D. (2014). A rövid ellátási láncban rejlő lehetőségek és veszélyek Magyarországon. *Acta Carolus Robertus*, 4(2), 109–118.

- Török, Á. és Agárdi, I. (2020). Társadalmi vállalkozások gasztronómiai lehetőségei a rövid élelmiszerellátási láncok bevonásával Magyarországon. *Vezetéstudomány*, 51(4), 74–84. <https://doi.org/10.14267/veztud.2020.04.07>
- Vincze, J. és Antal, S. (2019). A hazai rövid ellátási láncok (REL) probléma-fa struktúrája, fejlesztési lehetőségeinek cél- és eszközrendszere, *Acta Carolus Robertus*, 9(2), 199–211. <https://doi.org/10.33032/acr.2019.9.2.199>