A FONTOSABB HAZAI TERMÉKPÁLYÁK ÁRALKUINAK JELLEMZŐI

VARGA TIBOR – TUNYOGINÉ NECHAY VERONIKA – KEMÉNY GÁBOR

Kulcsszavak: árcentrum, ártranszmisszió, értékesítési csatorna, kointegráció, termékpálya, piaci erő.

ÖSSZEFOGLALÓ MEGÁLLAPÍTÁSOK, KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

A termékpályák tagoltsága, a termékpálya-fázisok eltérő koncentráltságából fakadó piaci formák a tevékenységi láncban kialakult áralkukat, valamint az elérhető árnyereséget, illetve árveszteséget meghatározzák. A számítási eredményeket a piac szereplőinek véleményével ütköztető vizsgálataink megerősítik, hogy a termékek túlnyomó részénél az erőfölény a legkoncentráltabb oldalnál, a kereskedelmi fázisban található. A kiskereskedelmi láncok nem csak egyértelműen árvezetők, de egyben a feldolgozott termékek importárain keresztül az egész vertikum áralakulását meghatározzák. A termelői és feldolgozói fázis között – nagyon kevés kivétellel – az árnyereség a feldolgozóknál figyelhető meg.

Az ágazati szintű erőfölény vizsgálataink szerint termékenként erősen differenciált, egy része instabil és könnyen átfordulhat – elsősorban a feldolgozó és kereskedelmi fázis között – a vertikális partnerszinthez. Egyéb tényezők – így az időjárás függvényében alakuló terméshozamok – is befolyásolhatják az áralakulást olyan mértékben, hogy az a piaci erőfölény áthelyeződését eredményezheti. A vizsgált termékpályák többségénél megállapítható, hogy a szomszédos fázisok árai közötti „ártávolság" – ami árváltozások hiányában stabil lenne – két ársokk között nem tud teljesen kiegyenlítődni. Emiatt a gyengébb pozícióban lévő piaci oldal tartósan nem képes számára értékarányosnak tekinthető árakat elérni, és idővel ehhez a helyzethez igazítja árkalkulációit is, ami termékeik árának folyamatos értékvesztésével jár. A mezőgazdasági termelők körében a vázolt helyzetre végleges megoldást a piaci pozíciójukat megerősítő és stabilizáló termelői szerveződések jelenthetnek.

BEVEZETÉS

A tanulmány bemutatja a termékpálya-fázisok közötti együttműködés jelenlegi rendszerét, különös tekintettel az alapanyag-termelők és feldolgozók, elosztók kapcsolatában, és jellemzi a vizsgálatba vont termékpályák fázisainak áralkuit, valamint az egyes fázisok árukapcsolatában keletkező árnyereséget, illetve árveszteséget ún. ártranszmissziós vizsgálatok alapján. A témaválasztás aktualitását jelzi, hogy EU tagságunk óta a hazai mezőgazdasági kínálat csökkenése, valamint a mezőgazdasági alapanyagok tagállamokból való növekvő behozatala kapcsolatban áll a termelés hatékonyságában megfigyelhető különbségekkel, és a tagállamok termékpályáinak eltérő szervezeti kereteiben, tagoltságában meglévő eltérésekkel. Jelenleg a hazai élelmiszer-termelésben nagyszámú és méretében szélsőségesen eltérő, egymással nem kooperáló alapanyag-termelő egységek állnak szemben a koncentráltabb, külföldi tőkével is ellátott feldolgozással és kereskedelemmel, ami

az alapanyagfázis érdekérvényesítő képességét és a termékpályán keletkező összes jövedelemből való részesedését kedvezőtlenül érinti. A mezőgazdasági és az arra épülő fázisok eltérő koncentráltságán alapuló piaci formák negatív hatásai nem csak magyar sajátosságok, viszont az ebből fakadó ellentmondások feloldására bevált megoldások - a mezőgazdasági termelők horizontális, esetleg vertikális szerveződései - Magyarországon még alig bontakoztak ki (*Szabó G.G., 2002; Tóth, 2000*).

A tanulmány kétoldali megközelítésben, eltérő vizsgálati eljárásokat követve, számításokra és véleményekre alapozva világítja meg a termékpályák egymásra épülő fázisai között jelenlévő – és az ártranszmisszió folyamatában tetten érhető – piaci erő-aszimmetriákat és az erőfölény kihasználása nyomán kialakuló piacképet.

A TERMÉKPÁLYÁK FÁZISAI ÉS ÉRTÉKESÍTÉSI CSATORNÁI

Az alapanyag-termeléstől a végtermék(ek) felhasználásáig terjedő, egymásra épülő értéknövelő tevékenység több, egymástól különálló szakaszban, *fázisban*[1] történik az egyes termékpályán (*Fertő, 1996*). A *végtermék előállítása az elkülönült fázisok között koordinációt feltételez*, ami lehetővé teszi az egymást követő fázisok kapcsolódását. *Az elkülönült fázisok között az információ és jószágok cseréje árjelzéseken alapul* (külső árukapcsolatokra épülő vertikális koordináció), illetve a fázisok közötti árukapcsolat jellemzője az előre meghatározott minőségi követelmény. A koordinációs mechanizmusok a nyílt piaci tranzakciótól a vertikális integrációig terjedhetnek. Ez utóbbi azokra a termékpályákra jellemző, amelyekben az információk és jószágok cseréje egy szervezeti keretben történik. Ebben az esetben az árjelzések szerepét a szervezeten belül az adminisztratív döntések váltják fel.

Az alapanyag-termeléstől a végtermék-felhasználásig terjedő folyamat fázisai közötti felhasználói, illetve fogyasztói igények szerinti termékáramlás rendszerét az *értékesítési csatornák* biztosítják. *Az értékesítési csatorna az áru azon útja, amelyen keresztül a termelőtől a fogyasztóig, a felhasználóig eljut*. Az értékesítési csatornák a végső felhasználásra kerülő terméktől függően közvetíthetik a terméket valamennyi termékpálya-fázis között, illetve ha az alapanyag, vagy valamelyik félkész termék is végső felhasználásra kerül (elhagyja a termékpályát), akkor az értékesítési csatorna több fázist ki is kerülhet. Az értékesítési csatornák vertikális tagoltsága megegyezhet a tevékenységi lánc tagoltságával, de attól kisebb is lehet.

A magyarországi termékpályákra az árukapcsolatokra épülő vertikális koordináció a jellemző, ugyanakkor a koordináció zártabb formái (vertikális integráció), az egyes fázisok összeolvadása is fokozatosan kezd kialakulni néhány, elsősorban állati termékpályán.

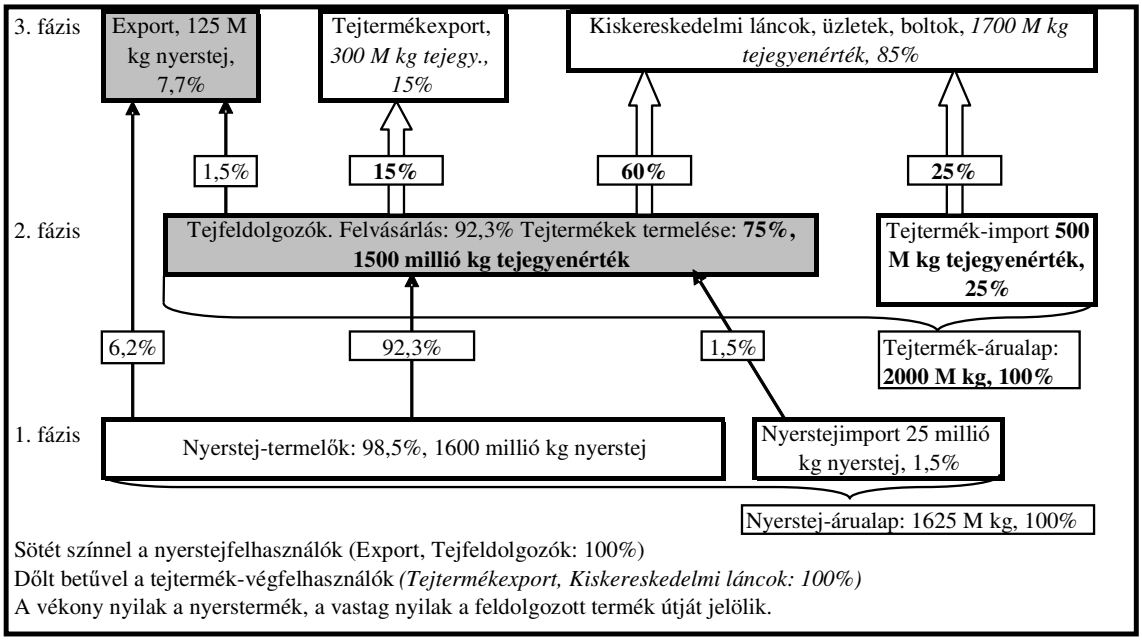
Az állati termékek termékpályáin az alapanyag-termelés és feldolgozás fázisai közvetlenül egymásra épülnek, nem ékelődnek be újabb piaci szereplők, sőt az alapanyagok sajátosságai miatt az élő állat termelésének és vágásának minél szorosabb egysége (esetleg integráció) az előnyösebb. A feldolgozáshoz képest kevésbé koncentrált termelők szervezését és integrálását maguk a feldolgozók végzik. (Kivétel a tej termékpálya, ahol a feldolgozókra nem jellemző az integrátori tevékenység, de újabb piaci szereplők beékelődése sem.)

A tej termékpályán megkezdődött a termelők szűk körében a horizontális szerveződés, amelynek eredményeként a tejtermelők egy csoportja a tejtermékek piacára is betört (*Szabó M., 1999*).

[1] A külső árukapcsolatokra épülő vertikális koordináció elkülönült egységeit a szakirodalom fázisnak, szakasznak, szintnek egyaránt nevezi.

1. ábra

A tej termékpálya fázisai és értékesítési csatornái



Sötét színnel a nyerstejfelhasználók (Export, Tejfeldolgozók: 100%)
Dőlt betűvel a tejtermék-végfelhasználók *(Tejtermékexport, Kiskereskedelmi láncok: 100%)*
A vékony nyilak a nyerstermék, a vastag nyilak a feldolgozott termék útját jelölik.

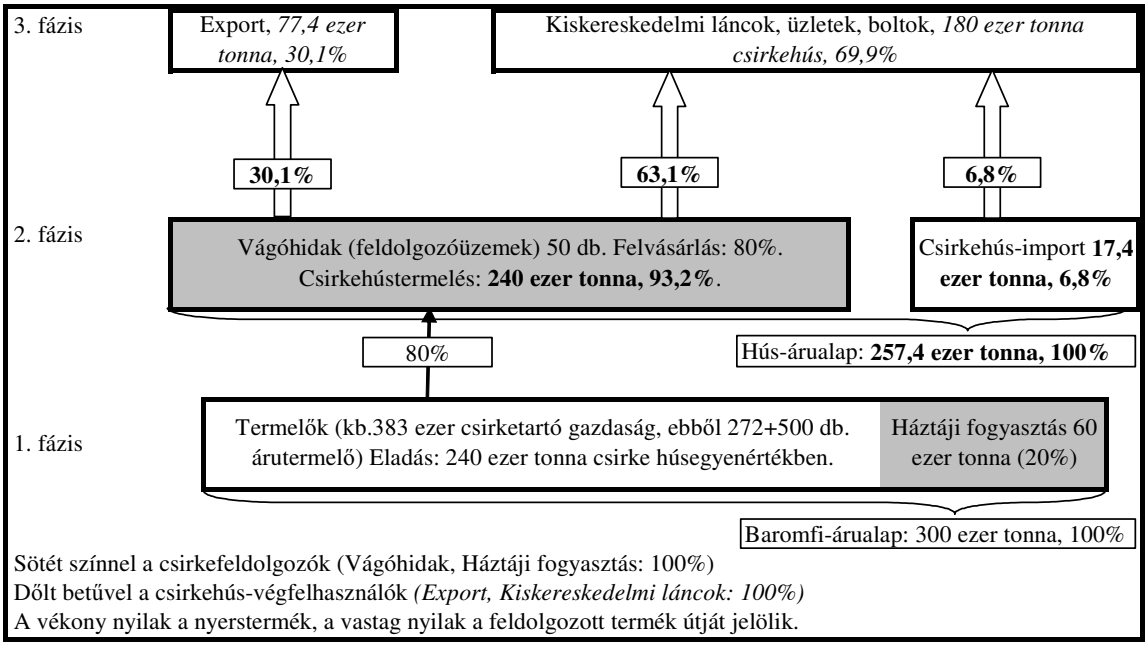
A tej termékpálya első, termelői fázisában több termelői szervezet (csoport) is alakult az utóbbi években, amelyek közül kimagasló, a 2005 végén az összes tejtermelés mintegy 27%-át termelő *Alföldi Tej Kft.* Az első öt termelői szervezet becslések szerint 40%-ot képvisel a termelésből. A tej feldolgozásában az utóbbi években a külföldi tőke visszaszorulása jellemző. Egy magyar tulajdonú cég felvásárolta az olasz kézben lévő legnagyobb hazai céget, a legnagyobb hazai termelői szerveződés pedig külföldi tulajdonból vásárolta vissza a székesfehérvári üzemet. A termékpályán nem jellemző, hogy a feldolgozók integrátori funkciókat vállalnának és vertikális integrációra sem törekednek. Szoros szerződéses kapcsolatot építenek ki a termelőkkel, de tulajdonosi szerepet nem vállalnak a termelői vállalkozásokban (1. ábra).

A baromfi és sertéshús termelésében néhány vágóhíd kezdte el a saját végtermék előállításához szükséges alapanyag előállítását, de nem ritka a regionális értékesítésben fontos szerepet betöltő vágóhídi, húsfeldolgozói tulajdonban levő húsboltok tevékenysége sem. Többnyire a termelői és feldolgozói fázis közös szervezetbe való összeolvadása a feldolgozók oldaláról indul, a feldolgozói tulajdonosi kör terjed ki a termelői tevékenységre is. Az alapanyag-termelés és elsődleges feldolgozás összeolvadása leginkább a tej és hús termékeknél figyelhető meg Magyarországon (EU 15-nél ez már jelentős), amit a termékek elhúzódó felhasználásával járó súly- és minőségváltozás elkerülése motivál.

A baromfi ágazatokban a vágóállat-termelés szinte teljes mértékben előfinanszírozott, a hazai termelők legfeljebb 20%-a teljesen önálló. A vágóhidak integrációs kapcsolat keretében, a termelők számára előfinanszírozva a napos csibét, de időnként a szükséges takarmányt és gyógyszereket is, a tulajdonilag független termelőktől szerzik be az alapanyagot. Az összes többi hazai termékpályához képest itt a legnagyobb arányú az alapanyag-termelés és a vágóhidak közötti, a vágóhidak tulajdonlásával megvalósuló vertikális integráció (2. ábra).

2. ábra

A baromfi termékpálya fázisai és értékesítési csatornái



Sötét színnel a csirkefeldolgozók (Vágóhidak, Háztáji fogyasztás: 100%)
Dőlt betűvel a csirkehús-végfelhasználók *(Export, Kiskereskedelmi láncok: 100%)*
A vékony nyilak a nyerstermék, a vastag nyilak a feldolgozott termék útját jelölik.

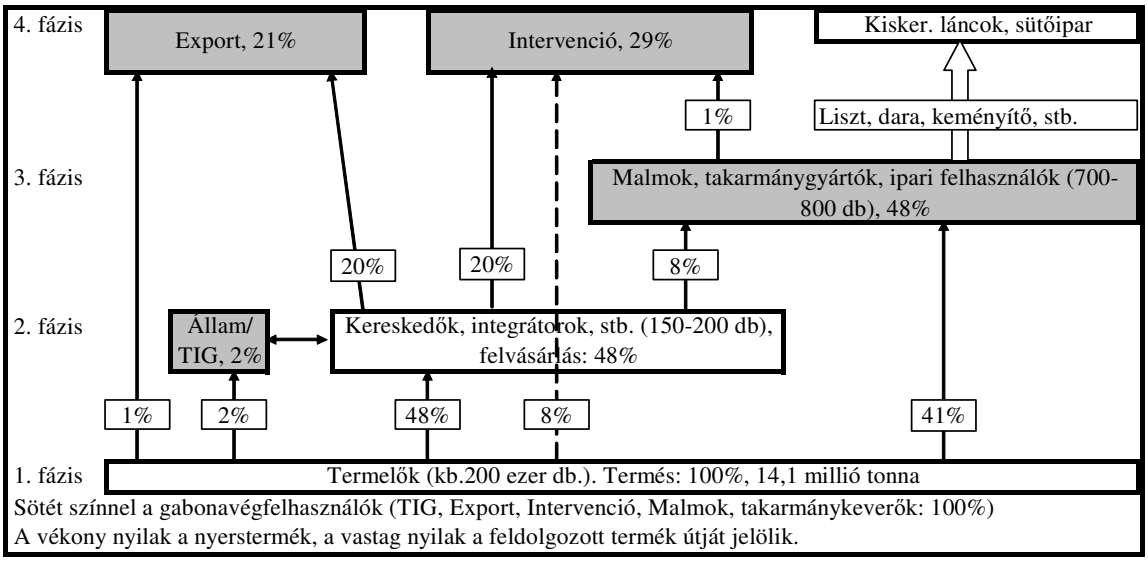
A sertéshús termékpályán inkább a termelői szerveződések (BÉSZ-ek) a jelentősebbek, szemben a baromfiágazatnál tapasztalt, feldolgozói oldalról kiinduló vertikális integrációval, amely egyelőre még igen szűk körű és kezdetleges formában figyelhető meg. A vágóhidak viszont integrátorként bérhizlaltatás keretében biztosítják a folyamatos alapanyag-ellátást.

A vizsgálatba vont növényi termékpályákon (olajos magvak, gabona), az előbbiekkel szemben, az alapanyagtermelés és -feldolgozás közé beépül az alapanyag folyamatos terítésével és tárolásával foglalkozó fázis. A megfigyelt növényi (gabona, napraforgó) ágazatokban az alapanyagok jelentős hányada a termelés és feldolgozás között elhelyezkedő kereskedelmi fázisba kerül, ahol a készletezés és elosztás tevékenységét látják el a kereskedők és integrátorok. Az évente egyszerre jelentkező kínálat éves keresletnek megfelelő folyamatos terítése, valamint a termék minőségének megóvását is szolgáló raktározás a termékpálya szükséges, értéknövelő tevékenysége. A piacgazdaságra való áttérés után – a kereskedők mellett – ebben a fázisban az integrátorok is megjelentek. Jelenleg a szétaprózódott termelők számára az inputok nagy tételben való, olcsó beszerzését végzik, illetve összegyűjtik és nagy tételben értékesítik az alapanyagot a feldolgozók és a végső felhasználók számára. A termelők horizontális szerveződéseivel az integrátorok tevékenységének jelentős részét (inputok közös beszerzése, nagy tételben való értékesítés) ezzel szemben az EU régi tagállamaiban a termelői csoportosulások végzik.

A gabona és a napraforgó termékpályák második és harmadik fázisára a nagyfokú koncentráltság jellemző, ezzel állnak szemben a szétaprózódott termelők. (A napraforgó termékpályán a sorrendben első száz termelőhöz az összes termés mintegy 40%-a tartozik.) A gabona felvásárlását csaknem fele-fele arányban az integrátorok és kereskedők, valamint a feldolgozók (malom és takarmánygyártók) végzik, napraforgó esetén ez az arány 80:20-ra módosul (3 ábra).

3. ábra

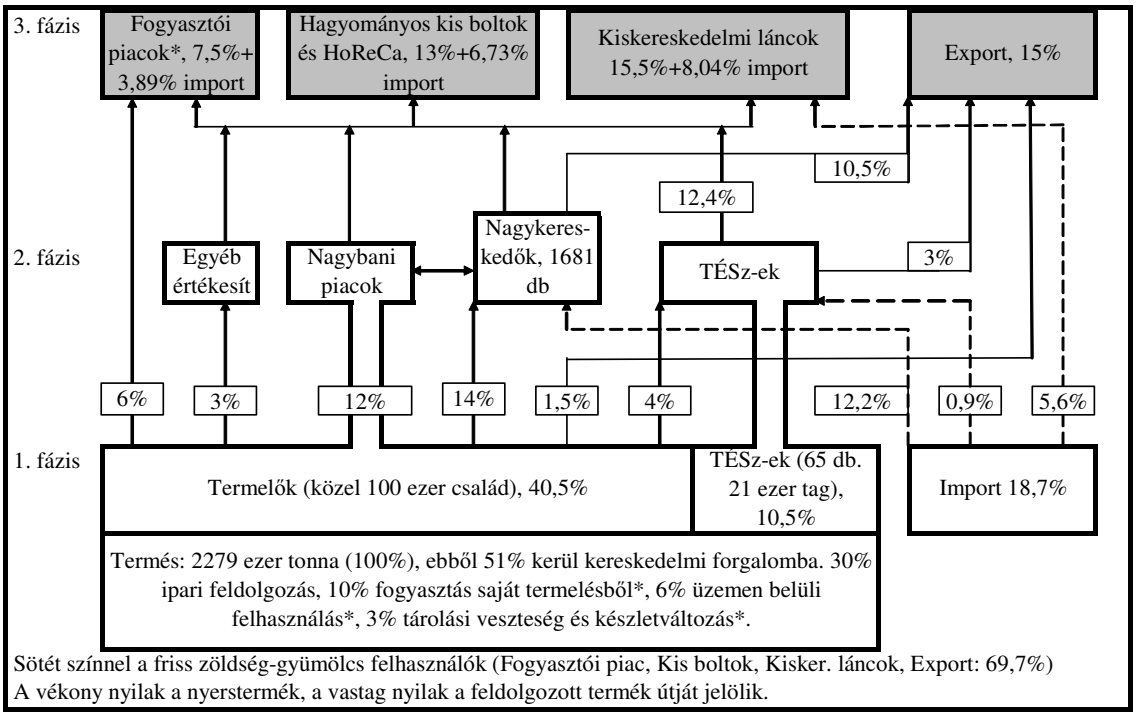
A gabona termékpálya fázisai és értékesítési csatornái



A zöldség- és gyümölcstermelés kínálati oldala sokszereplős a keresleti oldalhoz képest. A friss zöldség és gyümölcs termékpályán három fázis különíthető el, de az értékesítési csatornák száma ennek többszöröse (*Fertő I. – Szabó G. G., 2003*).

4. ábra

A friss zöldség- és gyümölcs termékpálya fázisai és értékesítési csatornái



Az első termelői fázist mintegy 65 TÉSZ és megközelítőleg százezer termelő család képviseli. A TÉSZ, amely jelenleg a teljes friss zöldség- és gyümölcsértékesí-

tés mintegy 10%-át végzi, nonprofit termelői szervezet, a termelők meghosszabbított karjaként működik. A tagi termelő nem eladja, hanem átadja termékét a TÉSZ-nek, a termékek TÉSZ általi értékesítése az első árukapcsolat. Ugyanakkor a nem tagi termelő és a TÉSZ-ek között valódi árukapcsolat jön létre. A friss zöldség- és gyümölcstermelés nagyobb hányada a nagykereskedők, illetve a nagybani piacok felé történik (14+12%). A nagykereskedőkön keresztüli értékesítés, különösen a termeltetéssel egybekötött szerződés esetén, viszonylagos biztonságot jelent a termelőknek. Ez az értékesítési forma azonban jelentősen eltér a TÉSZ-ek keretében történő értékesítéstől, mert az árrés teljes egészében a kereskedőknél marad, szemben a TÉSZ-en keresztüli értékesítéssel, amelyben az árrés közvetlenül, vagy a TÉSZ közös tulajdonának fejlesztésén keresztül közvetve visszajut a termelőkhöz (4. ábra).

MÉLYINTERJÚK

Az ártranszmissziós vizsgálat a fontosabb hazai élelmiszervertikumok fázisai közötti árukapcsolatokban vizsgálja a piaci erőfölény jelenlétét. A vizsgálatba vont termékpályák (gabona, olajos növények, hús, baromfi, tej, zöldség és gyümölcs, bor) fázisainak és értékesítési csatornáinak bemutatása, valamint a fázisok közötti áralkuk jellemzése a piaci szereplőkkel készült mélyinterjúkra épült. A piaci szereplők közül elsősorban az egyes termékpályák „közepén" elhelyezkedő, az alapanyagok felvásárlását, valamint a késztermékek forgalmazását egyaránt folytató feldolgozókat és elosztókat kérdeztük meg. Tekintettel az élelmiszer-feldolgozás és a kereskedelem koncentráltságára, az első öt piaci szereplő megkérdezése a megfigyelésbe vont termékpályákra vonatkozóan már reprezentatív megfigyelést tett lehetővé. A bor és a zöldség-gyümölcs termékek esetében valamennyi értékesítési csatornát képviselő felvásárlóval készült mélyinterjú (feldolgozók, TÉSZ-ek és kereskedők, fizikai piacok), azonban a piaci szereplők nagy száma miatt a lefedettség ebben a két ágazatban jóval alatta maradt a statisztikailag elvárható 50%-nak.

A mélyinterjú három nagy kérdéskörére adott válaszok alapján levonható következtetések elsősorban a termékpályák szerkezetére, a megfigyelésbe vont termékpiacok alkalmazkodási kényszerére, illetve az egyes részpiacok szereplői közötti áralkuk jellemzőire vonatkoztak.

ÁRTRANSZMISSZIÓ

További vizsgálataink a kointegrációs elméletre[2] és az annak alapján felépülő ún. „hibakorrekciós modellre" (ECM) támaszkodnak[3]. *A kointegráció* – hasonlóan a korrelációhoz – idősorok együtt-

[2] Az eljárás C. *W. J. Granger* nevéhez fűződik, aki 2003-ban e területen elért eredményeiért, közelebbről a kointegrációnak mint ökonometriai fogalomnak a megalkotásáért és annak a módszernek a kifejlesztéséért, amely a nemstacionárius idősorok kezelésére alkalmas, közgazdasági Nobel-díjat kapott (*Darvas, 2004*).

[3] Az élelmiszergazdaságban ártranszmissziós együttható alkalmazásával először *Gardner (1975)* foglalkozott. Hasonló vizsgálatokat folytatott *Kinnuchan és Forker (1987)*, valamint *Colman (1985*). A tökéletes ártranszmisszió lehetőségét vizsgálta *Palaskas (1995).* Számos követőre találó szemléleti megközelítést vezetett be *von Cramon-Taubadel (1998).* Az ártranszmisszió aszimmetriájának kimutatására egy széleskörűen alkalmazott eljárást dolgozott ki *Rapsomanikis, Hallam és Conforti (2003).* A kointegrált mezőgazdasági áridősorok ártranszmissziójának vizsgálata hazánkban eddig a tej- és a húsvertikumhoz kapcsolódóan hozott közvetlenül is hasznosítható eredményeket. Tejipari vizsgálatokhoz kapcsolódóan *Mészáros S. és Popovics P.A. (2004)* ad egy módszertani áttekintést. Ugyancsak a tejvertikumban az ártranszmisszió aszimmetriája vizsgálatának eredményeiről számol be *Popovics P.A. és Tóth J. (2006).* A húsipari elemzésekben osztrák adatokon *Tóth J. (2003)* végzett, a módszerek hazai elterjesztését is szolgáló, aszimmetria-vizsgálatokat. Ezt követően *Bakucs L.Z. (2005)* foglalkozott, módszertani problémákra is kitérően az aszimmetrikus ártranszmisszió jelenségével.

mozgását jelenti. Azonban a kointegráció hosszú távon együttmozgást mutathat ki akkor is, ha rövid távon szoros korreláció nem áll fenn. Azonban a korrelálatlanság okának – ebben az esetben – a két idősor között felbomlott kapcsolat visszarendeződési folyamatának kell lennie. A kointegráció ilyen értelemben fennállhat egy termékpálya szomszédos fázisainak árai között is. Azt a piacot, amelyen a beszerzési és értékesítési árak hosszabb időszakban együtt mozognak, miközben rövid távon erős diszharmónia jellemzi alakulásukat, kointegrált piacnak nevezzük.

A vertikális kointegráció vizsgálatában az élelmiszer-termékpályák szomszédos fázisainak áridősorait vetjük egybe. Az eljárás lényege, hogy amennyiben megállapítottuk két áridősor kointegráltságát, és feltételezzük, hogy azok folyamatosan és kölcsönösen hatnak egymásra, akkor az egyik ár növekményeire felírhatunk egy összefüggést, amelyben az a másik ár tárgyidőponti és múltbeli növekményeinek, valamint a saját múltbeli növekményeinek lesz a függvénye. Ez az összefüggés tartalmaz egy hosszú távú függvényt a két ár kapcsolatára (kointegrációs egyenlet), és egy rövid távú árkiegyenlítődési függvényt, amelyben – az egyik ár sokkszerű változása következtében – felbomlott egyensúlyi árarány (hiba) fokozatos visszarendeződésének (korrekciójának) tendenciája fogalmazódik meg. Ezeket az összefüggéseket a már említett hibakorrekciós modell írja le (*Rapsomanikis, 2003*). Az árak egymással állandó függvénykapcsolatban állnak, és lényegében a termelési tényező és a késztermék árai közötti technológiai összefüggést fejezik ki. *Ez az árarány a vizsgált lokális piac vertikális szereplői között kialakult egyensúlyi beszerzési és egyensúlyi értékesítési ár közötti összefüggés. Ilyen értelemben tekinthetők ezek az árak saját hosszú távú, lokális árcentrumaiknak.* A tényleges ármozgásban ezekhez az árcentrumokhoz viszonyítva beszélhetünk áremelkedésekről és árcsökkenésekről. A tényleges áraknak az árcentrum fölötti és alatti értékei meghatározhatók. Ezek *az áreltérítődések (árnyereségek és árveszteségek) piaci erőfölény létezésére és a hollétére mutatnak rá.*

A hibakorrekciós modell az árvisszarendeződés (árréskiegyenlítődés) – vizsgált időszak egészére jellemző – sebességére vonatkozóan is szolgáltat értékeket. Ezekből a visszarendeződési idő átlagos hossza kiszámítható.

Az erőpozíció árnyaltabb kifejezésére képeztük és számítottuk az *árváltozási arányt* (az átlagos áreltérítettségnek az árhoz viszonyított arányát) és az *árvisszarendeződési időt* (az árréskiegyenlítődés idejét).

A vertikális ártranszmissziós számításokat – a 2001–2005 közötti időszakra vonatkozóan, havi áradatok felhasználásával – elvégeztük több termékpályán belül, azok szomszédos áraira. A vertikumokat egy forgalmazott késztermékből kiindulva, egy mezőgazdasági termék egy termelési tényezőjéig visszavezetve állítottuk össze. Így a forgalmazott kenyérféleségek esetében öt vertikális szintet határoltunk el két feldolgozott termékszinttel (malomipari és sütőipari termékszint). A többi feldolgozott termék esetében négy szinten vizsgáltuk az ármozgásokat, egy feldolgozói szinttel.

A forgalmazott termékszintek mindegyike a saját feldolgozott termékszintjére épül. A feldolgozott termékek szintje alatt nyolc mezőgazdasági termékszintet vizsgálunk. A mezőgazdasági termékekhez négy különböző termelési tényezőszint kapcsolódik. A vizsgált terméklánc az alábbiak:

fehér kenyér	félbarna kenyér	házi kenyér
rostélyos	rövid karaj	sertéscomb
párizsi	olasz felvágott	gépsonka
gyulai kolbász	bontott csirke	pasztőrözött tej
trappista	kristálycukor	étolaj (napraforgó)
tömbsajt		
tejes margarin	fehér asztali bor	vörös asztali bor

ÁRNYERESÉG, ILLETVE ÁRVESZTESÉG KELETKEZÉSE A VIZSGÁLT TERMÉKPÁLYA-FÁZISOKBAN

Mind a kointegrációs eredmények, mind a mélyinterjúk alapján levonható az a következtetés, hogy az *egyes fázisok között a termelés koncentrációjának megfelelően alakul a piaci erőfölény*. A *vizsgálatba vont termékek túlnyomó részénél az erőfölény egyértelműen a legkoncentráltabb forgalmi fázisában található* (*Juhász et al., 2005*), és csak egykét élelmiszer (gyulai kolbász, párizsi, vörösbor) esetében figyelhető meg ennek ellenkezője (erőfölény a feldolgozóknál). Feltételezzük, hogy a hústermékek összességét tekintve erőfölényben levő kiskereskedelem taktikai árveszteséget kalkulál bizonyos termékeken, amelyet más – nem is feltétlenül élelmiszertermék – árakban kompenzál. A kointegrációs számítások alapján a vörösbor még az a termék, amelynél a feldolgozók javára alakult ki nem túl stabil árnyereség a vizsgált időszakban. A fehérborral ellentétes helyzetet a hazai vörösborok kínálatához képest erőteljes kereslet, valamint a hazai vörösborok minőségét és versenyképességét javító olcsó vörösboralapanyag import teszi lehetővé. A mélyinterjúkból kiderül, hogy a *kiskereskedelmi láncok nem csak egyértelműen árvezetők, de egyben a feldolgozott termékek importárain keresztül az egész vertikum áralakulását meghatározzák.* Egyes termékek esetében (pl. zöldségek és gyümölcsök) közvetlenül hatnak a hazai alapanyagok árára a kiskereskedelmi láncok árai, más esetben (sertés, baromfi, tej, bor) a késztermékek importárai határolják be a hazai alapanyagok árát is.

A *termelői és feldolgozói fázisok közötti kointegrációs eredmények nagyon kevés kivétellel a feldolgozók számára kedvezőek*. (A termelői árak a megfigyelések 65%-ában, az összes áreltérésnek pedig a 62,6%-ában voltak árcentrumuk alatt.) A kointegrációs eredményekkel azonos feldolgozói erőfölény állapítható meg a mélyinterjúk alapján is.

A gabona termékpálya hazai árcentrumát az intervenciós felvásárláshoz tartozó ár jelenti. A *termelők és elosztók, feldolgozók kapcsolatában a termékpálya második fázisában található kereskedők az ármeghatározók*. Az átlagos árnál magasabb áron vásárolnak fel, nyereségüket a termelői és az értékesítési árak közötti rés maximalizálásával próbálják elérni. A mélyinterjúk alapján az első fázisba tartozó termelők egy (raktárkapacitással nem rendelkező) része az intervenció lehetőségével nem tud élni, és így továbbra is árelfogadó sávban van. Az *intervenció bevezetésével azonban a termelők* (a raktárral rendelkezők) összességében *jobb helyzetbe kerültek a harmadik fázisban található malmokhoz képest*. A hatvan hónapos időtartamra vonatkozó kointegrációs vizsgálat a termelők és malmok kapcsolatában a termelők árveszteségét állapítja meg. A mélyinterjúk és a kointegrációs számítások eltérő megállapítása abból adódik, hogy a mélyinterjúkra épülő elemzés csak a csatlakozás után megváltozott piaci szabályozás időszakára – elsősorban 2005-re – vonatkozik.

A napraforgó termékpályán az árcentrumot az európai szinten piaci árakat meghatározó rotterdami napraforgóolajár jelenti. A rotterdami ár fő közvetítője a harmadik fázisbeli legnagyobb hazai olajmalom. A *termelők árkövető magatartása figyelhető meg az olajmalmokkal és az integrátorokkal való árukapcsolatban* egyaránt. Az olajmalmok azonban hazai viszonylatban magasabb árat fizetnek a napraforgóért a termelőknek nagy biztonságot jelentő integrátori árhoz képest. *A kointegrációs értékek a számításokba vont késztermékek* (napraforgóolaj és margarin) *esetében árveszteséget a termelők oldalán mutatnak*.

A húsok közül a finom ármozgások vizsgálata több termékpályára terjed ki (*marha- és sertéshús termékpálya*), mint a mélyinterjúk. A *vágómarha és a feldolgozott hústermékek kointegrációs vizsgálata feldolgozói erőfölényt jelez.* A *sertés termékpályán ugyanakkor az erőfölény a termelői fázisban mutatkozik, mind a húsfeldolgozás, mind pedig a készítménygyártás ellenében.* A számítások egyértelműen jelzik azt is, hogy a vágóhídi tevékenységgel szemben a termelői erőfölény erőteljesebb, mint a magasabb hozzáadott értékű készítménygyártás esetében. A termelői árnyereség azonban egyáltalán nem stabil. A sertéshús termékpályán – hasonlóan a többi termékpályához – a termelői és feldolgozói fázis között a termelés koncentrációját tekintve lényeges eltérés figyelhető meg, ami feltételezné, hogy a termelők akaratukat nem tudják érvényesíteni az áralkukban. A *sertéstermelők megfigyelhető árvezetését* (a kointegrációs számítások és a mélyinterjúkban résztvevők véleménye alapján is) *az európai és hazai vágósertéspiac keresleti jellege tartotta fent a vizsgált időpontban.* A hazai termelői árak emelkedésének felső határát az uniós országokból érkező alapanyag szállítási költséggel növelt árszintje (ennek közvetítői a vágóhidak), a belföldi nyershúsok feldolgozói értékesítési árát pedig az import sertéshúsok árai határozzák meg.

A *csirkehús termékpályán* a termelő és feldolgozó árukapcsolatában *stabilnak tekinthető árnyereség a feldolgozóknál jön létre.* A mélyinterjúk alapján az összes vizsgált terméklánc közül ebben a legkiszolgáltatottabbak a termelők a tőkehiány, valamint a vágócsirke egycsatornás értékesítése következtében. (Élő állat nemzetközi forgalomba gyakorlatilag nem kerül, csak a tenyésztojások, illetve a tenyész-naposcsibék.) A termelőknek csupán 20%-a önálló, az összes többi termékpályához képest itt a legnagyobb arányú az integráció valamilyen formája és a feldolgozók tulajdonlásával megvalósuló vertikális integráció. A termelők takarmánygyártókkal szembeni erőfölénye is arra vezethető vissza, hogy a csirketápok 80%-át nem a termelők, hanem vágóhidak vásárolják meg az integráció keretében részt vevő termelőknek.

A *tejtermék vertikumban a piaci erőfölény eltérő a különböző termékeknél. A folyadéktej termelője és feldolgozója közül a termelő, míg a trappista sajtnál a feldolgozó rendelkezik erőfölénnyel.* A vizsgált időszakban 2004-ig a nyerstej ára tartósan az árcentruma felett volt, majd ezt egy alacsony árveszteséggel járó időszak követte. Ezt értékeli összességében az ártranszmissziós vizsgálat úgy, hogy a termelők a feldolgozói árnyomásnak tartósan ellenálltak. A trappista sajt ára viszont a magasabb hozzáadott érték miatt kevéssé igazodik a nyerstej árváltozásaihoz. A *tej termékpályán a feldolgozók találhatók a legnehezebb helyzetben a mélyinterjúk szerint.* A hazai termelés mintegy egyharmadának megfelelő tejimport a hazai cégeket áralkalmazkodásra kényszeríti. A *feldolgozók értékesítéseikben árkövetők*, mivel nagyon erős a verseny, ezért kénytelenek egymás alá licitálni, és sokszor az önköltség alatti árba is belemenni. A *termelők már a csatlakozáskor tapasztalható termelői áresésre, árnyomásra koncentrációval, nyerstej-exporttal, valamint egy csődbe ment feldolgozó megvásárlásával reagáltak.* Bár a nyerstejárak a csatlakozás utáni időszakban csökkentek (a kointegrációs eredmények alapján a vizsgálati időszak korábbi szakaszában a nyerstej termelői árak az árcentrumot meghaladták), a termelőknek sikerült stabilizálniuk a helyzetüket, *a hazai termelők árvezetőknek tekinthetőek, még ha alacsony árszinten is.*

A friss zöldség és gyümölcs termékpálya piaci szereplői közötti erőviszonyokat csak a mélyinterjúk segítségével

vizsgáltuk. A *friss zöldség és gyümölcs* termékpálya három fázisa (termelők, közvetítő kereskedelem, kiskereskedelmi láncok) rendkívül bonyolult struktúrát takar. Ezen felül mind a termelés, mind a közvetítő kereskedelem, de a fogyasztás is rendkívül tagolt, elaprózódott, ami további nehézséget jelent a termékpálya áttekintésében. *A horizontális igazodás centruma* ezen a termékpályán is *az uniós piaci ár*, amely elsősorban az importon keresztül jelentkezik. A *vertikális áralakulást* a legkoncentráltabb és abszolút értelemben is legnagyobb súlyú piaci szereplők, *a harmadik fázisbeli kiskereskedelmi láncok határozzák meg*. Ők közvetítik az import legnagyobb részét, és a többi piaci szereplőhöz viszonyított nagy méretük folytán árdiktáló pozícióban vannak. A beszállítókkal éves kereskedelmi szerződést kötnek, amely az árak kivételével az áruk összes paraméterét pontosan tartalmazza. A kiskereskedelmi láncok hetente kérnek árajánlatokat a hazai második fázisbeli szereplőktől, majd a visszaérkező árajánlatok és a külpiacról beszerezhető termékek árainak ismeretében a legkedvezőbb ajánlatokat választják ki. A második fázisbeli szereplők közül *a nagykereskedők és a nagybani piacok a legjelentősebbek.* Míg azonban a nagykereskedők szállítási szerződéseikben árdiktálókként lépnek fel és lefölözik a termelői és a nagykereskedelmi ár közötti hasznot, addig a nagybani piacokon értékesítő termelők, ha árkövető módon is, de a termelői árnál magasabb árszinten tudnak értékesíteni. Hasonló *előnyökkel rendelkeznek a TÉSZ*-ek is, amelyek saját termelőikkel termeltetési és értékesítési szerződést kötnek. A *termelők a TÉSZ tagjaként részesednek a termelői és nagykereskedelmi ár közötti haszonból*. Ennek ellenére viszonylag kevesen tartoznak a TÉSZ-ekhez, mivel *Budapest vonzáskörzetben a termelők a nagybani piac rövid távon előnyt nyújtó lehetőségével élnek. Legkiszolgáltatottabb helyzetben* az első fázisbeli *TÉSZ-hez nem tartozó és nagybani piac közelségét sem élvező termelők találhatók*, csak a helyi fogyasztói piacok vagy a nagykereskedők által biztosított értékesítési lehetőségekkel élhetnek.

A *borvertikumban mind a fehér, mind a vörös asztali boroknál a szőlőtermelőket közel azonos nagyságú árveszteség éri*. Az uniós fehér asztali borok árszintje azonos a magyar termékével. A magas szállítási költségek következtében az uniós fehér asztali borok árhatása a hazai piacra csekély. A vörös asztali borok ára viszont az Unió déli tagállamaiban igen alacsony, hazai importjuk – főleg további feldolgozásra – dinamikusan növekszik, ezért *az Unióból érkező vörös asztali borok árhatása a belföldi piacon várhatóan tovább nő*. Az *árhatás közvetítői fele-fele arányban a feldolgozók, illetve a kiskereskedelmi láncok*. Legroszszabb helyzetűek a termékpályán a termelők. A kínálati piac és a minőség másodlagos szerepe miatt csak kevés szőlőtermelő és borászat között jön létre írásbeli szerződés, valamint a szerződésnek csak töredéke tartalmaz konkrét felvásárlási árat. A borászatok közül a nagyobbak, amelyek képesek voltak alkalmazkodni a kiskereskedelmi láncok térhódításához, jelentősen bővíteni tudták eladásaikat. A *nagyborászatok minden esetben önköltségi ár felett képesek termékeiket értékesíteni, a termelők irányában pedig áralakítónak tekinthetőek.* A *közepes- és kisborászatok* forgalma ugyanakkor töredékére esett vissza, mivel nem tudtak bekerülni a láncok polcaira, *főleg nagykereskedőknek szállítanak gyenge érdekérvényesítő képességgel*.

A termékszintű ártranszmissziós vizsgálat eredményei alapján *általánosságban is megállapítható*, hogy:

- *Az ágazati szintű piaci erőfölény termékenként erősen differenciált.* A ser-

téshús termékpálya forgalmazói szintjén a vizsgált termékek összességére kimutatható a piaci erőfölény a feldolgozókkal szemben, néhány termék kivételével. Feltételezhetjük, hogy az erőfölényben lévő kereskedelem taktikai árveszteséget kalkulál bizonyos termékeken.

• *A létező erőfölények egy része instabil*, könnyen átfordulhat a vertikális partnerszinthez. Ez mondható el az élelmiszervertikum feldolgozó és forgalmazó szintjei közötti – éppen a kereskedelem javára alakuló – erőfölényről (gyulai kolbász kereskedői szintje, napraforgómag termelőinek erőfölénye a műtrágyahatóanyag értékesítőivel szemben).

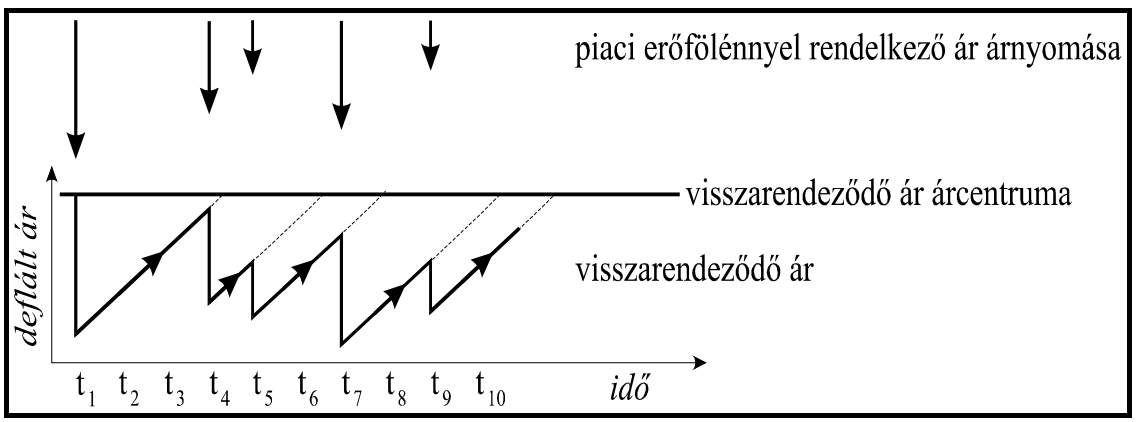
• *Az időjárás függvényében* alakuló terméshozamok és árak összefüggése alapján bekövetkező árváltozások is befolyásolhatják az áralakulást olyan mértékben, hogy az a piaci erőfölény áthelyeződését eredményezheti (pl. búza árának tartósan magas árszintje a műtrágya hatóanyagok árnyomását ugyan nem tudta saját erőfölénnyé alakítani, de ahhoz elégnek bizonyult, hogy a liszt árában olyan mértékű áremelkedést idézzen elő, ami malmi erőfölényt eredményezett a sütőiparral szemben).

• *Stabil erőfölény kizárólagosan nem köthető sem meghatározott termékkörhöz, sem vertikális szintekhez.* A kereskedelem erőfölényében megtalálható éppen úgy a 9%-os, mint az 57%-os mérték. Különösen figyelemre méltó a teljes élelmiszervertikum kereskedelmi szintjének 1,7%-os átlagos árnyeresége. Az ártranszmissziós számításokban és a mélyinterjúkban kiemelt termékpályák kereskedelmi szintjeinek erőfölénye ennél nagyobb.

Elgondolkodtató eredményeket kaptunk a kointegrációs árvisszarendeződés folyamatáról is. Azt láthattuk, hogy a *vizsgált időszak (öt év) alatt ársokkot követő teljes árvisszarendeződés az 58 vertikális piaci kapcsolatból csak 10-ben történt meg*. Ez utóbbi megállapításunk azért érdemel megkülönböztetett figyelmet, mert kointegrációs számításaink arra a feltételezésre épülnek, hogy az árak rövid távon eltérő alakulása egy bizonyos határon belül megengedett. Ugyanis az ártávolság a kointegrált árak (árcentrumsorok) között adott visszarendeződési együttható szerint helyreáll. Az ötéves időszakon belüli időtartamúnak jelzett, de ez alatt az egyensúly állapotáig el nem jutó, végig nem vitt visszarendeződés a nem érzékelhető értékelszivárgás létezésére utal (5. ábra). *Az erőfölényben lévő piaci szereplő képes annyira lassítani saját árainak – számára kedvező - változását, hogy egy újabb árváltozási ciklus akkor kezdődjön el, amikor a korábbi még nem fejeződött be.*

5. ábra

A tökéletlen árvisszarendeződés formájában jelentkező értékelszivárgás



A tökéletlen árvisszarendeződés adhat magyarázatot a mezőgazdasági árképzés gyakorlatában a termék piaci árának – a feltételezhető, de meg nem határozható – eszmei értékétől fokozatosan, évtizedek alatt eltávolodó alakulására. A kezdettől fogva nem létező tökéletes piac egyensúlyi árát a kezdettől fogva létező oligopol-oligopszon áreltérítő mechanizmusok úgy alakították, hogy az eszmei érték-arányos piaci árak helyett az oligopol-oligopszon piaci egyensúlyi árak kerüljenek a piaci szereplők által elfogadásra. Ezek magukban hordozzák az értékelszivárgás lehetőségét, amit az ellenérdekeltségű piaci szereplők (esetünkben a mezőgazdasági termelők) nem érzékelnek, mert hosszabb időszak alatt elveszítik a tájékozódásukat segítő árcentrumot a szemük elől. Árkalkulációikhoz csupán a korábbi időszaknak és a környező lokális piacoknak az árai nyújtanak támpontot. A mezőgazdasági termelő elfogadja az ár – az általa is érzékelt, de ki nem mutatható – értékromlását, mert az alternatívát, az egzisztenciáját veszélyeztető piaci koncentrációt nem kívánja választani. Az árakon keresztül megvalósuló folyamatos értékelszivárgást más tevékenységéből, vagy támogatásokból származó jövedelmének terhére kompenzálja. A helyzetből kiutat a termelői szerveződések jelenthetnek. Terjedésük ösztönzése elsősorban e piaci pozícióerősítés céljából kívánatos.

1. táblázat

Az élelmiszertermék vertikumokon belüli ártranszmisszió-számítás eredménymutatói

Termékvertikum	Árváltozási arány (%)	Ár-visszarendeződési idő (hónap)
házi kenyér P2_Rt	-4,1	2346
házi kenyér P1_P2	2,8	896
házi kenyér Pd_P1	-6,3	20
házi kenyér Ex_Pd	45,2	63
félbarna kenyér P2_Rt	-0,4	45
félbarna kenyér P1_P2	2,8	896
félbarna kenyér Pd_P1	-6,3	20
félbarna kenyér Ex_Pd	45,2	63
fehér kenyér P2_Rt	-0,6	0
fehér kenyér P1_P2	2,8	896
fehér kenyér Pd_P1	-6,5	45
fehér kenyér Ex_Pd	45,2	63
Rostélyos Pd_Pc	-13	4055
Rostélyos Ex_Pd	-22,4	4837
rántott karaj Pc_Rt	-5,5	93
rántott karaj Pd_Pc	1,8	91
rántott karaj Ex_Pd	-14,2	5123
sertéscomb Pc_Rt	-7,2	100
sertéscomb Pd_Pc	1,8	91
sertéscomb Ex_Pd	-14,2	5123
párizsi Pc_Rt	3,8	2720
párizsi Pd_Pc	1,5	76
párizsi Ex_Pd	-14,2	5123
olasz Pc_Rt	-2	4087
olasz Pd_Pc	1,5	76
olasz Ex_Pd	-14,2	5123
gépsonka Pc_Rt	-9,6	4914
gépsonka Pd_Pc	1,5	76
gépsonka Ex_Pd	-14,2	5123
gyulai kolbász Pc_Rt	0,1	50
gyulai kolbász Pd_Pc	1,5	3318
gyulai kolbász Ex_Pd	-14,2	5123

Termékvertikum	Árváltozási arány (%)	Ár-visszarendeződési idő (hónap)
bontott csirke Pc_Rt	-2	3909
bontott csirke Pd_Pc	-11,9	3182
bontott csirke Ex_Pd	-8,4	2729
folyadéktej Pc_Rt *	-0,8	3370
folyadéktej Pd_Pc	8,7	2365
folyadéktej Ex_Pd	7,4	90
trappista sajt Pc_Rt	-0,9	16
trappista sajt Pc_Pd	3,1	17
trappista sajt Ex_Pd	7,4	90
kristálycukor Pc_Rt	-0,4	44
kristálycukor Pd_Pc	-4,1	2771
kristálycukor Ex_Pd	15,8	0
étolaj Pc_Rt	-2,3	97
étolaj Pd_Pc	-8,3	39
étolaj Ex_Pd	-0,3	180
margarin Pd_Pc	-8,3	39
margarin Ex_Pd	-0,3	180
asztali fehérbor Pc_Rt	-3,7	538
asztali fehérbor Pd_Pc	-3,2	15
asztali fehérbor Ex_Pd	4,1	20
asztali vörösbor Pc_Rt	0,6	4500
asztali vörösbor Pd_Pc	-2,6	16
asztali vörösbor Ex_Pd	4,1	20

*Rt: kereskedelem
Ps: feldolgozás
P1: malomipar
P2: sütőipar
Pd: termelés
Ex: termelési tényező

FORRÁSMUNKÁK JEGYZÉKE

(1) Bakucs, L. Z. (2005): Kereskedelmi árrés és ártranszmisszió a magyar sertéshúspiacon. Közgazdasági Szemle, LII. évf., szeptember – (2) Colman, D.(1985): Imperfect transmission of policy prices. European Review of Agricultural Economics 12. - (3) Darvas, Zs. (2004): Robert F. Engle és Clive W. J. Granger, a 2003. évi közgazdasági Nobel díjasok. Statisztikai Szemle, 82. évf., 3. sz. – (4) Fertő, I. (1996): A vertikális koordináció a mezőgazdaságban. Közgazdasági Szemle, 1996. november – (5) Fertő, I. – Szabó, G.G. (2003): Értékesítési csatornák választása a magyar zöldség-gyümölcs szektorban. Közgazdasági Szemle. LI. évf. január, 77-89. pp. – (6) Gardner, B.L.(1975): The farm-retail price spread in a competitive food industry. American Journal of Agricultural Economics Vol. 57. – (7) Juhász, A. (szerk.) – Béládi, K. – Kertész, R. – Kőnig, G. – Kürti, A. – Stauder, M. (2005): Piaci erőviszonyok alakulása a belföldi élelmiszerpiac szereplői között. AKI, Budapest, Agrárgazdasági tanulmányok, 3. sz. – (8) Kinuchan, H.W. – Forker, O.D. (1987): Asymmetry in Farm-Retail Price Transmission for Major Dairy Product. American Journal of Agricultural Economics, Vol. 5. – (9) Mészáros, S. – Popovics, P.A. (2004): Price Transmission and its analysis in the milk and dairy sector: a survey. Studies of Agricultural Economics, No. 101. – (10) Palaskas, T. B. (1995): Statistical analysis of price transmission in the European Union. Journal of Agricultural Econonics Vol. 46. – (11) Popovics, P.A. – Tóth, J. (2006): Az ártranszmisszió és az árak aszimmetrikus alakulása Magyarország tejvertikumában. Közgazdasági Szemle, LIII. évf. 4. sz. – (12) Rapsomanikis, G. – Hallam, D. – Conforti P. (2003): Market integration and price transmission in selected food and cash crop markets of developing countries: review and application. FAO Corporate Document Repository, Economic and Social Department, Commodity market review – (13) Szabó, G. G. (2002): A szövetkezeti vertikális integráció fejlődése az élelmiszer-gazdaságban. Közgazdasági Szemle, XLIX. évf. március, 235-250. pp. – (14) Szabó, M. (1999): Vertikális koordináció és integráció az EU és Magyarország tejgazdaságában. AKII, Budapest, Agrárgazdasági tanulmányok, 9. sz. 97. p. – (15) Tóth, J. (2003): Aszimmetrikus árhatások az osztrák húsiparban – hazai tanulságokkal. Közgazdasági Szemle, L. évf., április – (16) Tóth, L. (2000): A nyugati vertikális integrációk és szövetkezetek hasznosítható tapasztalatai a magyar élelmiszer-gazdaság jövője szempontjából. Szövetkezés 21. évf. 1-2. sz., 236-248. pp. – (17) von Cramon-Taubadel, S. (1998): Estimating Asymmetric price response with the error correction representation: an application to the German pork market. European Rview of Agricultural Economics, 25. 1-18. pp.