A kiskereskedelmi árak elemzése néhány édesvízi haltermék hazai piacán

SZATHMÁRI LÁSZLÓ – SEBESY ZSANETT – PALKÓ CSABA

Kulcsszavak: halértékesítés, normális eloszlás, korreláció, szórás, akciók.

ÖSSZEFOGLALÓ MEGÁLLAPÍTÁSOK, KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

A tanulmányban a szerzők néhány piacvezető halászati termék – az élő ponty, pontyszelet, busaszelet, afrikaiharcsa-filé – kiskereskedelmi árait elemzik ötéves időszakban (2007–2011). Négy kereskedelmi szervezetben (Budapesti Központi Vásárcsarnok vagy Nagycsarnok, AUCHAN, CORA, TESCO) vizsgálták az árak évenkénti változásait, eloszlását, szórásértékeit, az élő és feldolgozott termék árképzésének kölcsönhatását, valamint az értékesítésben alkalmazott akciókat. Megállapítható, hogy a haltermékek áremelkedése (22,8%) elmarad az élelmiszerek KSH által közölt adataitól (26,3%). A vizsgált hipermarketekben a feldolgozott és élő ponty ára aránya nem követi a feldolgozási veszteség által indokolt értéket, mivel a hagyományos halértékesítés közel 25%-kal olcsóbban kínálta a szeletelt pontyot. A busaszelet és az afrikaiharcsa-filé árai eltérő módon változtak a halboltokban és az áruházi láncokban. A Nagycsarnok üzleteiben a busát, a hipermarketekben az afrikai harcsát kínálták alacsonyabb áron. Az áralakulások szórásainak vizsgálata azt mutatja, hogy az áruházi láncok kiskereskedelmi árai mutattak nagyobb szórást. A vizsgált termékek akciós értékesítési aránya az élő ponty esetében 33% volt, míg a feldolgozott termékek 19-25% hányadot mutattak.

BEVEZETÉS, SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

Magyarországon 3,89 kg/fő/év a halfogyasztás, ami mindössze 15%-a az Európai Unióban regisztrált 22,2 kg/fő/év értéknek (*FAO, 2010*). A fogyasztáson belül az édesvízi hal (élő, friss, hűtött) részaránya az elmúlt években átlagosan 45% volt (*Pintér, 2010*), a fogyasztás nagyobb hányadát a fagyasztott és tartósított tengeri halak biztosították. Felvetődik a kérdés, hogy mi ennek az oka egy olyan ország esetében, ahol ősfoglalkozásként magas szintű halászatot folytatnak. A Kárpát-medence hidrológiai viszonyai bőséges és folyamatos halellátást biztosítottak a különböző korok társadalmai részére. A XVIII–XIX. században a magyar halgasztronómia méltán versenyezhetett más, tengerrel rendelkező országok konyhaművészetével is, azonban ez a folyamat az elmúlt században megtorpant. Csökkent az édesvízi halfajok kínálata, valamint egyszerűsödtek az elkészítési módok (*Cey Bert, 2002*). A hal kedveltségi tényezőit azonban nem az anyagi helyzet határozza meg, hiszen a nagyvárosi fogyasztók körében a választékbővítés általában növekvő fogyasztást eredményez. Ennek érdekében Magyarországon édesvízi halakat feldolgozó üzemek létesültek (*Szűcs – Tikász, 2008*). A konyhakész halak forgalmazásában nagy szerepe volt és van a hipermarket-jellegű áruházi láncoknak. Az édesvízi halválaszték jelentősen bővült az intenzív rendszerek megjelenésével, melyek afrikai harcsát, szivárványos

pisztrángot és tokféléket juttatnak a piacra. A fogyasztói szokások is változtak. Folyamatosan nő az igény a feldolgozott friss (jegelt) termékek iránt. A korábban pontyra alapozott fajválaszték is bővült. Általános igény mutatkozik a busa, az afrikai harcsa és a pisztráng iránt. Több halfeldolgozó végez olyan gyártmányfejlesztést, amely a funkcionális élelmiszerek előállítására irányul. A busából készült, hozzáadott értéket képviselő halászati termékek piaci bevezetése gyakorlattá vált. Az elmúlt 15 évben a fogyasztói szokások is megváltoztak, a friss halászati termékek iránti érdeklődés növekedett (*Szathmári et al., 2009*).

A haltermékpálya változása az elmúlt években az alábbiakban jellemezhető

- az üzletben árusított élőhal arányának csökkenése;
- a jegelt, hűtött hal forgalmának emelkedése;
- a halfeldolgozás fejlődése;
- a termékskála bővülése;
- a horgásztóban fogott hal vásárlása.

A hazai tógazdasági haltermelés az elmúlt években (2007–2011) viszonylag kiegyensúlyozott árukínálattal jelent meg a piacon. A termékszerkezetben mutatkozó változások a fogyasztói igényekhez alkalmazkodnak, biztosítva ezzel a szélesebb fajválasztékot. A fogyasztói szokások változása a biztonságos, nyomon követhető halászati termékek értékesítését ösztönzi. A termékpálya egyik jellemzője, hogy fokozatosan alakul át. Kutatások bizonyítják, hogy csökken a nagykereskedelem szerepe, amit felvált a direkt és a termelői csoporton keresztül történő értékesítés, igénybe véve a logisztikai központok által nyújtott előnyöket (*Szathmári et al., 2009*). Az élelmiszer-termékpályák vizsgálatának egyik alapvető eszköze az áreloszlás-vizsgálat. Az árrés vagy áreloszlás úgy határozható meg, mint százalékos eloszlás egy adott mennyiségű áru mezőgazdasági termelői, feldolgozói és kiskereskedelmi ára között. A mezőgazdasági termelői ár és a kiskereskedelmi fogyasztói ár közötti különbség termékenként változik. A különbség azon termékek esetében a legnagyobb, amelyek jelentős mértékű átalakuláson mennek keresztül, vagyis a mezőgazdasági alapanyag az előállított termék végső értékének csak viszonylag kis része (*Guba, 2001*).

A termékszerkezet fejlődésének hatása az elmúlt években vált mérhetővé. Az intenzív rendszerekben előállított afrikai harcsa mennyisége 2010-ben 1810 tonna volt, mely 14,1%-a az összes étkezési hal termelésének (1. táblázat). Az 1. táblázat adataiból látható, hogy a vizsgált négy évben a főbb étkezési halak termelési volumene csökkent, ami abból fakad, hogy a termelői árak enyhe emelkedése nem kompenzálta a termelési költségek növekedését.

Az akció a kiskereskedelem tudatos áralakítása elsősorban a fogyasztók felé, de egyben jelzés is a versenytársaknak. Az akcióval nő a fogyasztói hajlandóság a szóban forgó termékből, nő a forgalom és az üzletlánc profitja, mivel az árakat a piaci szereplő általában csak olyan mértékig csökkenti, hogy az árcsökkenést a forgalomnövekedés még kompenzálja az elérhető jövedelemtömeg szempontjából. Ugyanakkor üzenet a többi versenytárs felé

1. táblázat

Magyarország étkezési haltermelése a meghatározó fajokból

(M. e.: tonna)

Halfaj/év	2007	2008	2009	2010
Ponty	9 570	10 485	9 931	9 927
Busa	2 642	1 694	1 619	1 095
Afrikai harcsa	1 911	1 839	1 716	1 810

Forrás: AKI, 2011 (www.akii.hu)

is, mert az árcsökkentés mértékéből következtetni lehet az üzletlánc erejére, sőt akció alkalmazásával a kiskereskedelmi bolt a helyettesítő termékek piacáról is elhódíthatja egy időre a vevőket. Az árcsökkentés és árnövelés a versenytársaknak szóló üzenet mellett a piaci változásokkal vagy a piaci szereplő helyzetével, stratégiájával is összefügg. Az árcsökkentés lehet védekező, amelynek célja a forgalom tendenciaváltozásának megakadályozása, elsősorban a termék piaci telítődésének szakaszában, vagy kezdeményező, amit rendszerint más marketingeszközökkel (pl. reklám) együtt alkalmaznak a saját piaci részesedés növelése érdekében (*Tunyoginé Nechay, 2010*).

ANYAG ÉS MÓDSZER

A szerzők a vizsgálat során négy halászati termék kiskereskedelmi árait vizsgálták az elmúlt öt évben (2007–2011). A vizsgálatokba bevont árucikkek: élőponty, pontyszelet, afrikaiharcsa-filé és busafilé. A vizsgálatokba bevont értékesítési pontok a Budapesti Központi Vásárcsarnok (továbbiakban Fővám tér), TESCO, AUCHAN és CORA üzletláncok. Az elemzések a hagyományos halkereskedelem és az áruházi láncokban folytatott kiskereskedelmi árakra vonatkoznak, nem részletezve a fent említett hipermarketek egyedi árképzését. Az elemzésekhez szükséges információk az *Agrárgazdasági Kutató Intézet* (*www.akii.hu*) *Gazdaságelemzési Igazgatóság Statisztikai Osztály „Jelentés a halászatról”* c. adatbázisából származnak. A „Halárak lekérdező felülete” programban az említett értékesítési egységekben a kiskereskedelmi árak negyedévenkénti számtani átlagai alkották a statisztikai analízisek változóit. A halászati termékek árelemzése öt évre vonatkozóan (2007–2011) a kereskedelmi csatorna típusa és konkrét árusító helyek szerint történt, kiemelve az élő hal és a feldolgozott haltermékek árai közötti összefüggéseket. Adatok forrásául szolgált a *Központi Statisztikai Hivatal „Statisztikai Tükör”* c. kiadványa is. Az analízis az MS Excel táblázatkezelő és függvényszerkesztő, valamint a Statisztika StatSoft Version 9 programokkal készült.

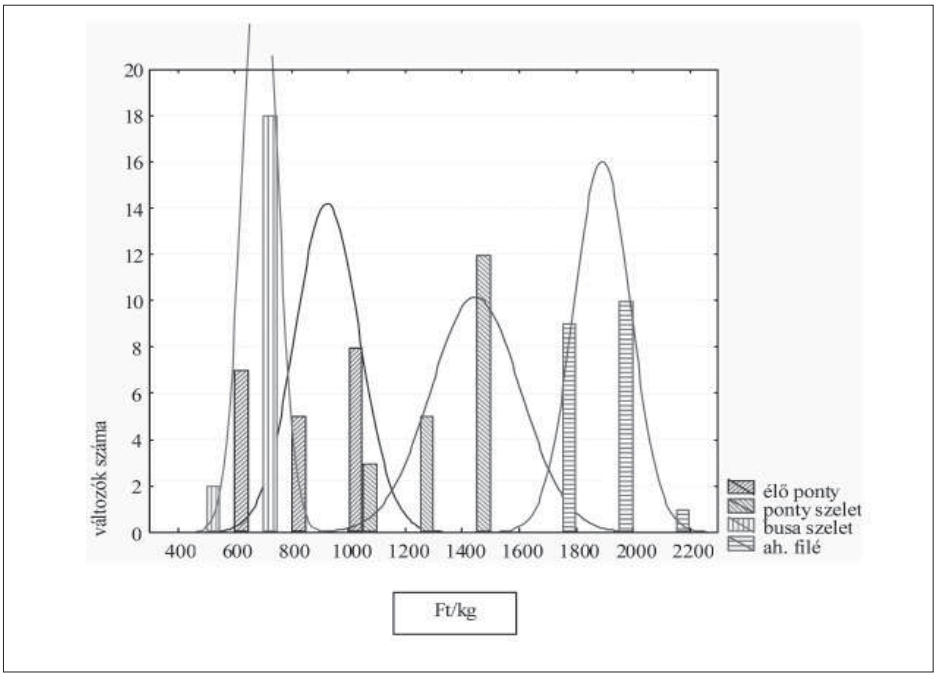
EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK

A halárak ötéves kumulatív áremelkedése 22,8% volt, ami elmarad a KSH által közölt élelmiszerár-index (26,3%) növekedésétől (*Statisztikai Tükör, 2012*). Megfigyelhető, hogy a hipermarketek árai minden esetben alacsonyabbak voltak, mint a Fővám tér halboltjaiban regisztrált értékek. Ennek oka elsősorban az áruházi láncok gyakori akciós áron történő értékesítése. A karácsonyi halértékesítés során több esetben előfordult, hogy egyes üzletek kiemelt akciók keretében kínálták az élő pontyot. Ez hátrányos volt a termelőknek, azonban pozitív hatást gyakorolt a forgalomra és olcsóbbá tette a fogyasztók számára az élő pontyot. A hazai halfogyasztásban mutatkozó szezonalitás (vallási ünnepekhez kötődő tradíciók) még mindig azt mutatja, hogy a lakosság kevésbé motivált a korszerű egészségvédő táplálkozás iránt. Az 1. és 2. ábra azt mutatja, hogy a hagyományos halkereskedelem árai jóval szűkebb sávban ábrázolnak nagyobb számú eloszlási értéket, mint a hipermarketek ugyanazon termékeire vonatkozó árai. Ez a különbség a pontyszelet, a busaszelet és az afrikaiharcsa-filé esetében markáns. Ennek oka az is, hogy az áruházi láncokban a feldolgozott halak értékesítésénél (szelet és filé) a konyhakész termékek magasabb árréssel jelentek meg, mint azt a feldolgozási veszteség indokolta volna, így a magasabb árakat a helyszíni feldolgozás élőmunkaráfordítása okozta.

A 3. ábra az élő ponty (oszlopok) és a pontyszelet (vonalak) árait szemlélteti a vizsgált kereskedelmi szervezetekben. A 2. táblázat az ötéves vizsgálati időszakban a két említett termék árainak egymáshoz viszonyított arányát és a korrelációs értékeit mutatja. A pontytermékek kiskeres-

1. ábra

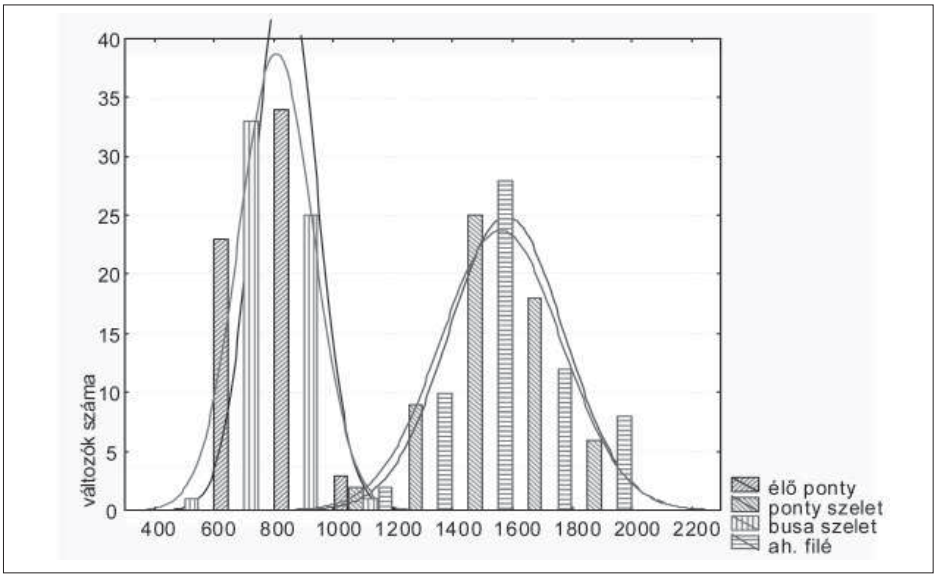
Haltermékek árainak normális eloszlása hagyományos értékesítési csatornán



Forrás: saját számítás

2. ábra

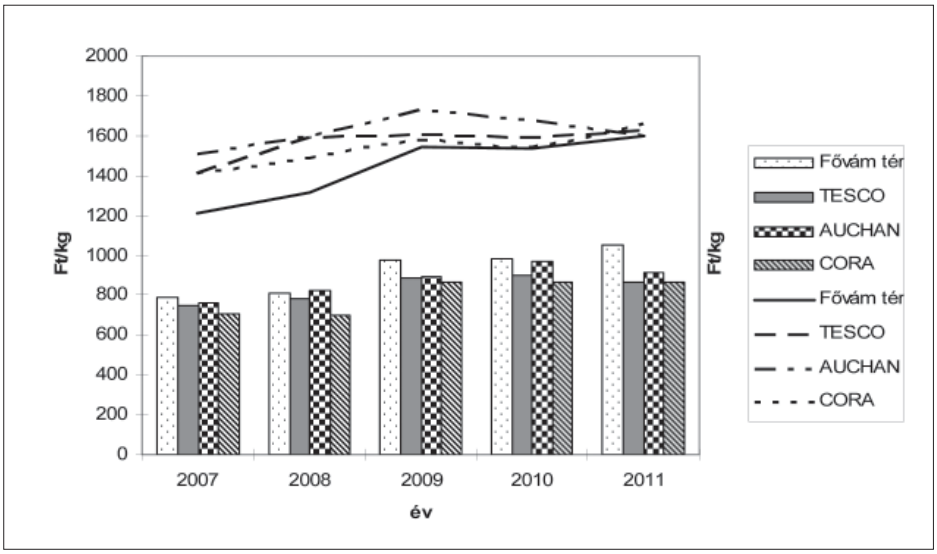
Haltermékek árainak normális eloszlása hipermarket értékesítési csatornán



Forrás: saját számítás

3. ábra

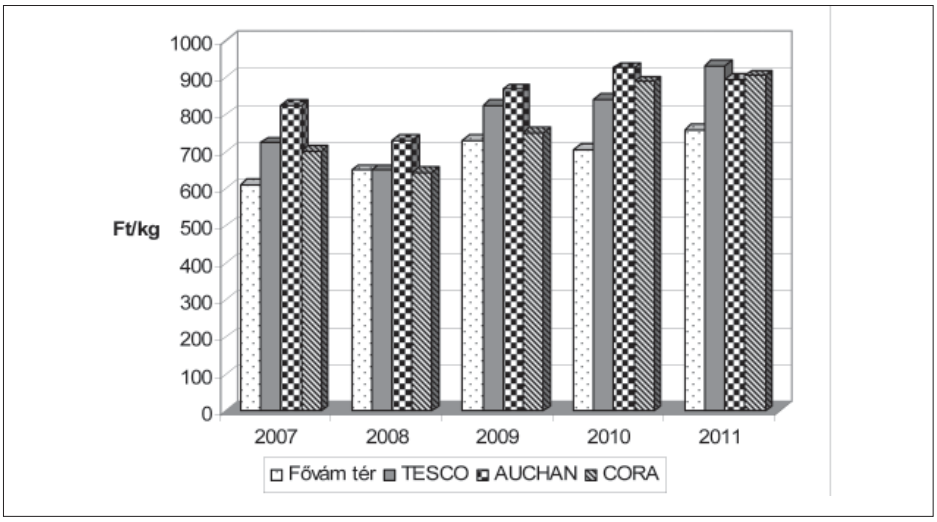
Élő ponty és pontyszelet áralakulása



Forrás: saját számítás

4. ábra

Busaszelet kiskereskedelmi árának alakulása



Forrás: saját számítás

kedelmi árai közötti korrelációt vizsgálva megállapítható, hogy a Fővám tér értékei között igen szoros, míg a hipermarketekben alkalmazott árak esetében gyengébb a kapcsolat. Az eredmények azt igazolják, hogy a Fővám tér boltjaiban a feldolgozott ponty árrése igazodik legjobban a feldolgozási veszteséghez, míg a hipermarketek árainál számított alacsonyabb korrelációs együtthatók azt mutatják, hogy az élőmun-

ka-ráfordítás fokozottabban jelenik meg a feldolgozott termék árában. A busaszelet áralakulása (4. ábra) azt mutatja, hogy a termék a hipermarketekben a legdrágább, mivel azt a halfeldolgozók szállítják.

Ezzel szemben a Fővám téren helyben tisztítják és darabolják a halat, ami ilyen formában alacsonyabb áron kínálható, mint a feldolgozók relatíve drágább termékei. Az áruházi láncok megkövetelik a központi logisztikai központokba történő szállítást is, ami határozottan költségesebb (feldolgozók földrajzi fekvésétől függően), mint a régiók üzleteibe történő közvetlen szállítás. A szállítási költség növekedésén túl a friss áru szavatossági ideje rövidül. Ez vagy magasabb árakat generál, vagy csökkenti a termelő eredményét. A busa értékesítésében komoly versenyhelyzetet jelent a hasonló árkategóriába tartozó, Vietnamból importált heterogén minőségű cápaharcsa forgalmának expanzív növekedése, melynek hatása a hazai busatermelés jelentős csökkenésében mutatkozott (1. táblázat). A vizsgált időszakban, a busával ellentétben, az afrikai harcsa árai a hipermarketekben jóval (10-25%) alacsonyabbak voltak, mint a Fővám téren. Ennek oka az, hogy a halfaj életben tartása (temperált víz) és kézi feldolgozása nehézkesebb a pontyféléknél, így a hagyományos halboltok magasabb áron kínálják a terméket (5. ábra). Ezzel szemben a hipermarketek kizárólag halfeldolgozókból származó konyhakész afrikai harcsát forgalmaznak.

2. táblázat

Az élő ponty és a pontyszelet árarányai és korrelációs kapcsolatai az értékesítési szervezetekben

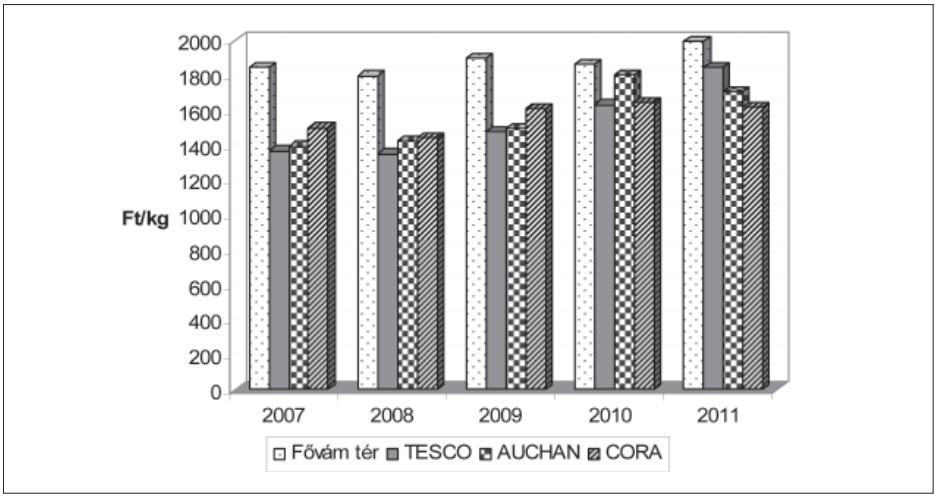
Kereskedelmi pont	Árarány szelet/élő	Korrelációs együttható pontyszelet/élő
Fővám tér	1,56	0,97
TESCO	1,95	0,03
AUCHAN	1,86	0,52
CORA	1,92	0,61

Forrás: saját számítás

A 6. és 7. ábra a vizsgált halászati termékek árainak átlagait és szórását mutatja Ft/kg mértékegységben. Az élő ponty kivételével az áruházi láncok árai szélesebb szórástartományokat prezentálnak, ami a promóciós eladási kampányokkal magyarázható. A vizsgált árak közül a legkisebb

5. ábra

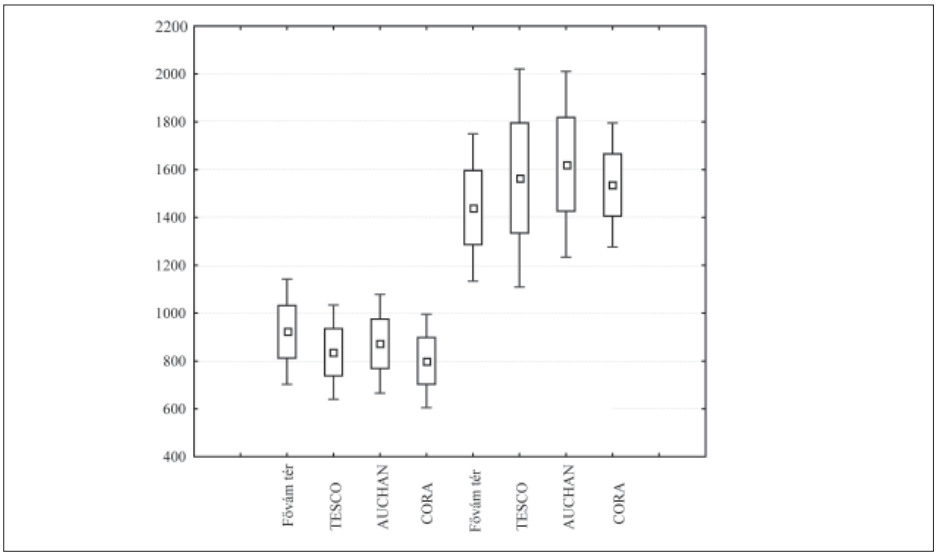
Afrikaiharcsa-filé kiskereskedelmi árának alakulása



Forrás: saját számítás

6. ábra

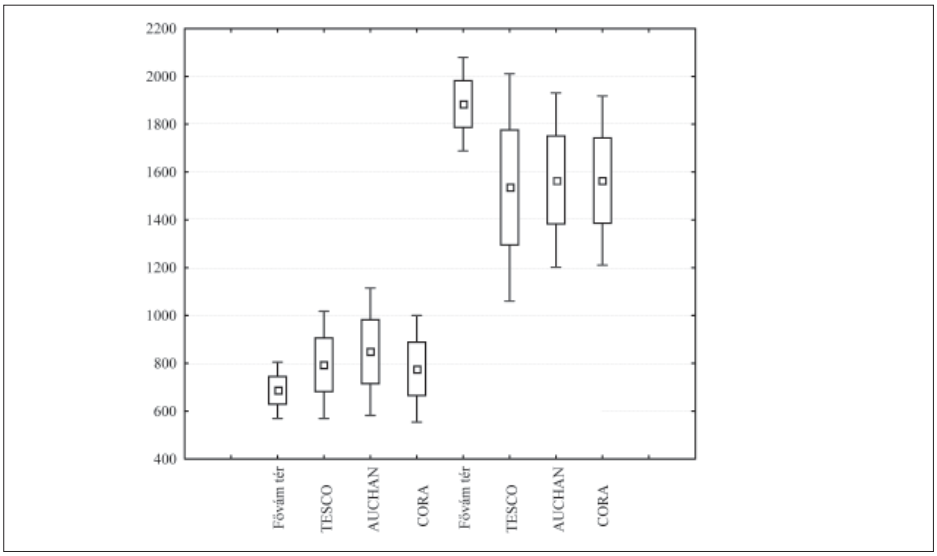
Élőponty- és pontyszeletárak (Ft/kg) átlag- és szórásértékei



Forrás: saját számítás

7. ábra

Busaszelet- és afrikaiharcsa-árak (Ft/kg) átlag- és szórásértékei



Forrás: saját számítás

szórás a Fővám tér busaszeletárainál jelentkezett.

A hazai tógazdaságok a vizsgált ötéves időszakban 216 alkalommal vettek részt áruházi akciókban. Leggyakrabban az élő ponty (33% arányban) került akciós áron a hipermarketekbe, amit a pontyszelet és az afrikaiharcsa-filé promóciója követett (19

3. táblázat

Kereskedelmi akciók száma a főbb halértékesítési egységekben

(M. e.: db)

Akciók száma	Élő ponty	Pontyszelet	Busaszelet	Afrikaiharcsa-filé	Összesen
TESCO	27	10	10	11	58
AUCHAN	23	17	14	13	67
CORA	22	28	19	22	91
Összesen	72	55	43	46	216

Forrás: saját számítás

és 25%). A 3. táblázat értékeit összevetve megállapítható, hogy a CORA élt legnagyobb mértékben az akciók lehetőségével, főleg a pontyszelet és az afrikaiharcsa-filé értékesítése során.

Az elemzések alapján az alábbi következtetések vonhatók le:

- A meghatározó hazai édesvízi halászati termékek kiskereskedelmi árainak négy kereskedelmi szervezetben folytatott vizsgálata alapján megállapítható, hogy az ötéves periódus alatt az áremelkedés elmaradt az egyéb élelmiszereknél regisztrált értéktől. Ez arra utal, hogy a halászati ágazat nyomott termelői áron értékesítette termékeit.

- Ugyanazon termékek esetében a hagyományos értékesítés kiskereskedelmi árainak eloszlása a hipermarketekkel összehasonlítva jóval szűkebb ársávban mozog, mely az áruházi láncok dinamikus árpolitikáját igazolja.

- Az élő ponty és a feldolgozott pontyszelet áralakulása azt mutatja, hogy a hipermarketek árképzése az élőmunka költségét nagyobb mértékben szerepelteti a termékek áraiban, mint a hagyományos halboltok.

- A halászati termékek kiskereskedelmi árainak szórása azt jelzi, hogy az áruházi láncok esetében az árak magasabb szórást mutattak.

- Az áruházi láncokba beszállító tógazdaságok a vizsgált ötéves periódus során több mint kétszáz esetben vettek részt akciókban, ahol meghatározó volt az élő ponty és a pontyszelet promóciója.

- Javasolt az ágazat érdekvédelmi szervezetei által bevezetni a termelői ár monitoringrendszerét, mely más ágazatokhoz hasonlóan egységes információs bázist jelentene a termelők és kereskedők számára.

FORRÁSMUNKÁK JEGYZÉKE

(1) AKI Statisztikai Osztály (2011): Jelentés a halászatról adatbázis. (statisztikai jelentések információk, halárak lekérdező felülete) www.akii.hu, hozzáférés 2012. 03. 29. – (2) Cey Bert R.G. (2002): Magyar halgasztronómia. Paginarum Kiadó, Budapest, 57. p. – *(3)* FAO Fisheries and Aquaculture Department (2010): World aquaculture. Technical Paper. No. 500/1. Rome, 61. p. – (4) Guba F.Z. (2001): Transzferek és hatékonyságzavarok az élelmiszer-termékpályákon. Közgazdasági Szemle, XLVIII. évf. január 54. p. – (5) KSH (2012): Statisztikai Tükör 3. 2. p. – (6) Pintér K. (2010): Magyarország halászata 2009-ben. Halászat 103. évf. 2. sz. 45-49. pp. – (7) Szathmári L. – Káldy J. – Németh Á. – Szilágyi G. – Hancz Cs. (2009): A hazai halfogyasztási szokások és a magyarországi halpiaci tendenciák alakulása napjainkban. Élelmiszer Táplálkozás és Marketing 1-2. sz. 81-85. pp. – (8) Szűcs I. – Tikász I. (2008): A magyarországi halfogyasztók halvásárlási és halfogyasztási szokásainak helyzete. XXXII. Halászati tudományos tanácskozás, Szarvas, 63-65. pp. – (9) Tunyoginé Nechay V. (2010): Az élelmiszerek fogyasztói árai és a kiskereskedelmi árverseny. Gazdálkodás 54. évf. 3. sz. 310. p.

TARTALOM

TANULMÁNY

Udovecz Gábor – Pesti Csaba – Keszthelyi Szilárd: Nyertes és vesztes gazdaságok Magyarországon 387

Spilákné Kertész Márta: A mezőgazdasági vállalkozások vagyon- és tőkestruktúrájának tendenciái, a kapcsolódó sajátosságok kezelésének szükségessége 398

Dombi Mihály – Kuti István – Balogh Péter: Adalékok a megújuló energiaforrásokra alapozott projektek fenntarthatósági értékeléséhez 410

Szathmári László – Sebesy Zsanett – Palkó Csaba: A kiskereskedelmi árak elemzése néhány édesvízi haltermék hazai piacán 426

Stummer Ildikó – Isépy Anett – Mándi-Nagy Dániel – Németh Noémi: Az uniós iskolatej- és iskolagyümölcs-program tapasztalatai Magyarországon 434

VITA

Csete László: A Wekerle Tervről földhözragadt agrárnézőpontból 444

Sipos Nikoletta: A CO_2-adó bevezetésének várható hatása Magyarországon 450

SZEMLE

Mészáros Sándor: A zöldség-gyümölcs kisárutermelők, a TÉSZ-ek és a nagy kereskedelmi láncok kapcsolatai – könyvismertető 458

KRÓNIKA

Romány Pál: Egyenes út – meredek pálya: Dimény Imre akadémikust köszöntötte az MTA Agrártudományok Osztálya 461

Jámbor Attila – Török Áron: Az agrár-közgazdaságtan és a bioökonómia: A 28. Nemzetközi Agrárközgazdasági Konferencia tapasztalatai 465

Takácsné György Katalin – Forgács Csaba –Takács István: A lengyel agrárközgazdászok (SERiA) XIX. éves találkozója és konferenciája 471

BEMUTATKOZIK A SZERKESZTŐBIZOTTSÁG II. *473*

Summary 478

Contents 482

Előfizetési felhívás 483