



JUHÁSZ PÁL–MOHÁCSI KÁLMÁN

Az EU-csatlakozás hatása a hazai élelmiszeriparra

Az EU-csatlakozással a termékpiac, a tőkepiac és a munkaerőpiac szabadságának kiterjedésével (a vámvédelem eltűnésével, a támogatott uniós export megszűnésével, a szakemberek külföldi munkavállalásával, uniós léptékű vállalati kereszttulajdonlással és fúziókkal) várható a magyar élelmiszer-ipari árszínvonal és árarányok átalakulása, az élelmiszeripar és kereskedelem vállalati összefonódásainak átrendeződése, a magyar piacon érdekelt vállalatok határon át való terjeszkedése és új dimenziójú stratégiai szövetségek kialakulása. A cikk az EU-csatlakozás magyar élelmiszeriparra gyakorolt hatásait elemzi: az ár- és árszerkezet-változásokat, a termékpiaci arányváltozásokat, az élelmiszer-vertikumhoz tartozó kooperációs rendszer változásait és azok következményeit.

A csatlakozás várható időpontját tekintve, a magyar élelmiszeripar vállalatai számára már csak néhány év áll rendelkezésre az uniós tagságra való felkészülésre. A magyar gazdaság nyitottá válása s az EU-hoz való közeledés több – a globalizálódással egyébként is együtt járó – folyamat felerősödésével járt (*Juhász–Mohácsi* [2000]):

a) a vásárlói szabadság kiterjedése, ami élesebbé teszi az élelmiszer-gazdasági termékek versenyét és látványosabbá a termékkínálat megújulását;

b) az élelmiszer-biztonság és a termékmínőség iránti igények határozottabbá válása, termelői és fogyasztói kultúrába épülése;

c) nagyméretű élelmiszer-ipari szakosodás, stratégiai szövetségek kialakulása és a disztribúciós rendszerek vállalati gazdálkodáson belüli felértékelődése.

Az uniós csatlakozás nem fog minőségi változást jelenteni e folyamatok természetében. A vámok mint költségtenyező és mint adminisztratív korlát leépülése azonban megváltoztatja az e folyamatokban kialakuló új természetű piaci kapcsolatok és együttműködések horizontját: a kooperációs hálók kiterjednek, a féltermékpiacok (a szereplők számának emelkedése miatt) standardizáltabbak lesznek, a stratégiai kapcsolatteremtés lehetséges választéka nagyságrendekkel nagyobb lesz. Számítani kell ugyanakkor arra, hogy az élelmiszeripar nyersanyag-felhasználásában meghatározó mezőgazdaság termelési és értékesítési rendje gyorsan változik a közös agrárpolitikába (CAP) illeszkedés kényszere miatt is, ezért a feldolgozók beszerzési és termeltetési technikáit is folyamatosan alakítani kell.

Az alkalmazkodás és az új lehetőségek kihasználásának sikerét erősen befolyásolja az, hogy mennyire érzékeny a hazai élelmiszer-ipari felhasználók szükségleteire az állami intézményfejlesztés, a hazai agrárrendtartás CAP-be illesztése. Számítani kell arra is, hogy a csatlakozás után nem csupán a környezetvédelmi és élelmiszer-biztonsági

szabályok válnak egyre szigorúbbá és betartásuk egyre ellenőrizettebbé, hanem arra is, hogy az egyes szakágazatok, feldolgozási területek uniós országban kialakult szokásai adottságként, alkalmazkodási kényszerként jelennek meg a magyar élelmiszer-feldolgozók számára. Ezért nemcsak az írott joganyaghoz való alkalmazkodásnak van szerepe, hanem a szokásjog megértésének is.

A vállalatok számára a kinyíló és egyre korlátlanabb globális verseny a vállalatok piaci pozícióinak gyors és folyamatos átrendeződésében jelenik meg. Ezt a permanens átalakulást *három dimenzióban* követjük nyomon.

1. A legtöbb figyelmet az élelmiszerpiaci *árváltozások, árszerkezet-változások* folyamata keltette fel, ugyanis az üzemgazdasági elemzések ezt tudják a legkönnyebben megragadni. Ebben az átalakulási folyamatban egyrészt megjelenik a világpiac, az uniós piac és a magyar piac hagyományosan eltérő agrárárszerkezetének közeledési folyamata, ezen belül a növényi termékek, gabonafélék fel- és az állati termékek relatív leértékelődése. Másrészt pedig a vertikális termékáron belül a hozzáadott értéken való osztozkodási arányok megváltozása, továbbá a mezőgazdasági, majd a feldolgozó fázis relatív leértékelődése a kereskedelmi fázisban realizálódó jövedelmekhez képest.

2. A változások másik dimenziója *a termékpiacok súlyának megváltozásában* ragadható meg. Ennek oka a fogyasztási szerkezet átalakulása, amelyben a zöldség- és gyümölcsstermékek térnyerése megy végbe, és valamennyi vertikumban előtérbe kerülnek az igényesebben feldolgozott, sajátos fogyasztói igényekhez alkalmazkodó termékek.

Az előbbi két dimenzióban történő változásokat összekapcsolja az egyes termékek nagyon eltérő keresleti és árrugalmasságának elemzése, illetve az egyes termelési és forgalmi fázisok egymástól jelentősen eltérő termelékenységnövekedési trendjeinek és lehetőségeinek kérdése. Általánosságban elmondható, hogy a fogyasztás hagyományos alaptermékeinek kereslete már alig bővül, helyettük az élelmiszeripar által kialakított, a kereskedelem által erősen ösztönzött új termékek kereslete nő gyorsan. A mezőgazdasági termelés és a feldolgozó bázis termelékenységét meghatározzák azok az új technológiai és szervezési minták, amelyek fényében szinte korlátlanok tűnnek e területek termelékenységnövekedési lehetőségei. Ugyanakkor a *disztribúció* és a fogyasztót kiszolgáló *kereskedelem* és *vendéglátás* termelékenysége már csak azért sem képes a termelőfázisok termelékenységemelkedésével lépést tartani, mert egyre nőnek az igények, amelyek velük szemben felmerülnek, és tartalmuk is egyre gazdagodik. A disztribúció, a kereskedelem és a vendéglátás meghatározó, kultúraformáló tevékenységekké válnak.

3. A változások legfontosabb dimenziójának *a kooperációs rend változásait* tekintjük. A vertikum vállalatai belső rendjének és együttműködési formáinak átalakulásában érhető tetten, hogy az első két dimenzióban megfogalmazható változások mit követelnek a gazdálkodóktól, mennyire képesek a szereplők a jövő piac formálóiává válni. *A versenyképesség alapvetően a kooperációs rendszeren múlik.* Ezért elemzésünkben a kooperációs rendszer átalakulásában megragadható folyamatokat állítjuk előtérbe.

Árváltozások, árszerkezet-változások

Az EU-országok árszerkezetének és a magyar árszerkezet legfőbb különbségének az látszik, hogy az EU-ban általában – különösen a közeli országokban – még azoknak az élelmiszereknek is jelentősen magasabb a *fogyasztói ára*, amelyeknek a *termelői árai* alig különböznek. Ebből azonban mégsem következik, hogy a csatlakozás után automatikusan jelentősen megemelkednének a magyar élelmiszerek fogyasztói árai. Az

árnövekedésnek ugyanis továbbra is határt fognak szabni az adott vásárlói kereslet korlátai. Az így formálódó, a hivatalos árfolyamon számított viszonylag alacsony magyar árak arra alkalmasak, hogy korlátozzák az EU-országok gyártóinak kedvét a magyarországi exportra.

Az árszínvonal általános és valószínűleg tartósan fennmaradó különbségénél jobban befolyásolják a jövőbeni kereskedelmet a közeli uniós országok és Magyarország árszerkezetében fennálló különbségek. Az árszerkezeti eltérések hatásai két dimenzióban értékelhetők:

- az egyes élelmiszer-vertikumokon belül a szereplők (mezőgazdaság, elsődleges feldolgozás, termékgyártás, kereskedelem, vendéglátás) közötti osztozkodási arányok eltéréseiből fakadó kereskedelmi és munkamegosztási lehetőségek szempontjából;

- az egyes élelmiszer-csoportok közötti árarányok eltérése szempontjából, mert ez befolyásolja a fogyasztási szerkezet további alakulását.

Általánosságban – a feldolgozási támogatást kapó termékek kivételével – elmondható, hogy az élelmiszeripar és a kereskedelem részesedése a teljes árból az Európai Unióban még ma is nagyobb, mint Magyarországon, noha a kilencvenes évek közepén itt is eltolódás történt először az élelmiszeripar, majd az évtized végén a kereskedelem javára. (Megjegyezzük, hogy ez az átlagosan igaz megállapítás több termékkör és ország esetében nem áll fenn.) A feldolgozási és az értékesítési terület nagyobb arányú részesedése az EU-ban azonban – legalábbis az igényesebb fogyasztói szegmensekben – több szolgáltatást (gondosabban kialakított terméket, jobb csomagolást, kellemesebb vásárlási körülményeket, felhasználóbarát kapcsolatokat) takar, mint amit a magyar feldolgozás és kereskedelem nyújt.

A magyar élelmiszerágazat két meghatározó területén, a húspiacon és a feldolgozott zöldségek és gyümölcsök piacán máshogyan alakulnak ezek az EU-ban szokásos osztozkodási arányok. Míg az uniós húspiacon nagyobb az élelmiszeripar és a kereskedelem részesedése, mint Magyarországon, addig a tartósított zöldség-gyümölcs termékek piacán a termelői részesedés alig marad el a magyartól. Ebből az következik, hogy (legalábbis a tömegtermékek piacán) az uniós sertést és baromfit feldolgozó cégek nem fognak intenzíven versenyezni a magyar piacon. A konzerv- és fagyasztóipar cégei viszont igyekezni fognak betörni a magyar piacra. Ez utóbbi uniós cégek versenyképességét növeli magyar társaikkal szemben, hogy az unió közös agrárpiaci intézményrendszere a nyerstermék-összegyűjtés, -készletezés és -előkészítés terhére leveszi a vállukról. A már EU-tagok zöldség- és gyümölcsfeldolgozó cégei két területen is meg fognak jelenni a magyar piacon: mint nyerstermék-felvásárlók és mint termékértékesítők.

Az egyes élelmiszerek relatív árának különbségei elsősorban a *nyerstermékpiacokon* való versenyt fogják átrendezni – és csak másodlagosan, egy lassúbb folyamatban a fogyasztási szerkezetet. Így azon termékkörökben, amelyeket az eddigi uniós tagországok relatíve jobban értékelték (relatíve többet adnak érte, mint más élelmiszerekért), mint a magyar fogyasztók (marhahús, gyümölcsök, egyes zöldségek), a már most EU-tagországok feldolgozói agrárnyersanyag-felvásárlóként és -termeltetőként fognak fokozott mértékben megjelenni a magyar piacon. Ekképpen a magyar gyártók számára azért nehezítik meg a piaci helytállást, mert a magyarországi alacsonyabb agrárárakat pótlólagos keresletükkel felhajtják. Ugyanakkor ezek a mezőgazdasági termékek többnyire olyanok, amelyeknek termeltetése, begyűjtése, készletezése, minőségmegóvása szervezés- és tőkeigényes, távolról nehezen megoldható. Ezért az adott helyzetben a magyar mezőgazdasági nyersanyagra pályázó uniós cégek tevékenységének kiterjesztése következhet be, és azokon a területeken (például zöldségfagyasztóipar, gyümölcsfeldolgozás), ahol éles az uniós vállalatok közötti verseny, előbb-utóbb

magyarországi feldolgozóipari befektetésekre vezetnek. Ez egyaránt jelentheti magyar cégek felvásárlását és zöldmezős cégtelepítéseket. E folyamat dinamikája erősen függ a magyar mezőgazdaság megújulási képességétől és az uniós szervezettséget biztosító agrárpiaci intézmények kiépülésétől. (Ennyiben van reális alapja az uniós agráriusok magyar versenytársaktól való félelmének.)

Az uniós és a magyar relatív árak eltéréseinek hazai fogyasztási szerkezetre gyakorolt hatása egyrészt az előbb említett közvetlen kereskedelmi akciók révén következik be. A magyar mezőgazdasági árak emelkedése ugyanis költségoldali nyomást gyakorol a hazai feldolgozókra, amelyet részben kénytelenek lesznek áthárítani a fogyasztóra. Másrészt az új, az uniós arányokat elfogadó fogyasztói minták hazai terjedése elfogadhatóvá teszi a fogyasztók egy része számára az áremelkedéseket. A fogyasztói csoportok szegmentálódása az eddigieknél is látványosabbá fog válni, s ezért az élelmiszeripar differenciáltsága is nőni fog.

Az uniós termelői és fogyasztói árak magyarországi árszerkezetet módosító hatásai éppen az egészséges táplálkozás miatt fontosnak tartott fogyasztási területeken (tej- és gyümölcsstermékek, konyhakész zöldségek) növelik a magyar relatív árakat, ezáltal fékezhetik ezeken a területeken a fogyasztás növekedését, akadályozva az itt működő élelmiszer-ipari cégek stabilizálódását.

Termékpiazi arányváltozások

Az élelmiszeripar egyes területeinek jövődő piaci pozícióját befolyásolja az, hogy az EU egészében már nem várható az *élelmiszer-fogyasztás mennyiségének* (kalóriatartalmának, az elfogyasztott fehérjék mennyiségének) számottevő növekedése, és Magyarországon is csak valószínűleg lassan regenerálódik újra a nyolcvanas években elért fogyasztási színvonal. A magyar élelmiszer-feldolgozásnak az uniós csatlakozás után is a hazai piac lesz a meghatározó értékesítési közege. Nemcsak azért, mert termelésének összességében közel 80 százalékát továbbra is itt fogyasztják, hanem azért, mert hazai közegben is tudatosulnak és rögzülnek azok a normák, amelyek a termékfejlesztés, a termékbiztonság és a disztribúciós módszerek meghatározói. Mivel a *fogyasztás összetétele* mind a hazai, mind az európai piacon folyamatosan tovább változik, a magyar élelmiszeripar egyes szakágazatainak életképességét az jelzi, hogy ezt a változást mennyire képes követni és generálni.

A magyar élelmiszer-fogyasztás 1988/1989 óta bekövetkezett gyors (kalóriában és fehérjetartalomban 15-25 százalékos) csökkenésének elemzése (Szabó [1998]) megmutatta, hogy az egyes élelmiszertermékek fogyasztása kevésbé függ a termék árrugalmasságától, nagyobb a szerepe a jövedelemrugalmasságnak, az egymás helyettesítésére képes termékek relatív árpozíciójának, relatív árváltozásának és a fogyasztási preferenciák módosulásának. Bár, a fogyasztási preferenciák alakulásában kétségtelenül nagy szerepe van a reklámnak, mégis korlátozott az, amit ennek formálásában a reklám el tud érni. A marketing más területei, így a kínálat elérhetősége közvetlenebb jelentőségű, alapvetően azonban a közgondolkodás, az egészséges táplálkozásról vallott hit, a szimbolikus fogyasztási javak terjedése, az étkezési kultúra változása stb. a meghatározók.

A kilencvenes években a tej, a hús és a hagyományos formájú cereáliák fogyasztásának általános magyarországi csökkenése mellett megfigyelhető jellegzetes helyettesítési folyamatok: a sertéshús baromfi hússal, az állati zsiradék növényivel, a hagyományos cereáliák burgonyával és rizsszel, a hazai gyümölcs déligyümölcssel, a sör borral való helyettesítése. Emellett jellegzetes folyamat volt az, hogy a kereskedelmet elkerülő önellátó forgalmi szféra arányának csökkenése ellenére a húsfogyasztásban a

házi sertésvágás és -feldolgozás kiterjedése miatt (a házi fagyasztók elterjedése által is lehetővé téve) a piacot elkerülő forgalom a fagyasztás 40 százalékára fel emelkedett (Orbáné [1999]).

Az általános hazai fogyasztás csökkenése ellenére dinamikusan nőtt a jégkrém és a tejalapú fagyaltok (hétszeresére), az ásványvizek (öt és félszeresére), a gyümölcsjoghurtok (háromszorosára), a margarin (közel kétszeresére), a gyümölcslevek (több mint másfélszeresére) és a szénsavas üdítők (másfélszeresére) fogyasztása. Kisebb növekedés történt a déligyümölcsök (20 százalékos emelkedés), az étolaj (30 százalékos növekedés), a bor (25 százalékos bővülés), a burgonya és rizs (20 százalékos többlet), a baromfi (kb. 10 százalékos emelkedés) és a zöldségfélék (7-8 százalékos növekedés) fogyasztásában. A kínálat bővülése és minőségének javulása mindegyik növekedést mutató területen meghatározó, és ez a magyarázata annak is, hogy statisztikailag (bázisadatok hiányában) olyan nehezen elemezhető termékek esetében is növekedés következett be, mint a levesporok, a fagyasztott konyhakész ételek, a sütőipar konyhakész termékei, a tea. Még depressziós körülmények között is látszik, hogy a fogyasztási trendek a kínálatra és a fogyasztói preferenciákra erősebben reagálnak, mint az árváltozásokra, noha kétségtelen, hogy a kenyér, a tej, a disznósír, a szalonna és részben a sertéshús fogyasztásának mérséklődésében jelentős szerepe volt részben az árnyelkedésnek, illetve annak, hogy a helyettesítő termékek relatív ára kevésbé emelkedett.

Az étel- és ital-fogyasztás egészének jövedelemrugalmassága a mai magyar fejlettségi szinten is már gyenge: nem valószínű, hogy egyszázalékos jövedelemnövekedés 0,3-0,5 százalékosnál nagyobb keresletnövekedést vonna magával (Szabó [1998]). Az elkövetkezendő évtizedben a lakással kapcsolatos (részben elhalasztott) igények, az életforma kényelmét és a munkaerő-piaci sikerességet szolgáló, részben szimbolikus javak (autó, mobiltelefon stb.) iránti kereslet ugyanis a vásárlóerő-növekmény nagyobb részét kötik le, mint a többi fogyasztási terület.

Az étel- és italpiac is szegmentált – például a fogyasztás jövedelemcsoportok szerinti differenciálódásából következtetni tudunk arra, hogy a jövedelmek növekedésével milyen irányba változik a kereslet. (Ez annál inkább megtehető, mert a legtöbb étel- és ital-fogyasztásának szóródása a különböző jövedelemkategóriákba tartozó háztartások között jóval kisebb mértékű, mint a többi fogyasztási cikké. Ezért az étel- és ital-fogyasztás terén viszonylag gyors szerkezeti felzárkózás valósulhat meg a jövedelem emelkedésével.) A keresztmetszeti jövedelemrugalmasság-elemzések egyértelművé teszik, hogy *mind Magyarországon, mind az Európai Unióban* a vendéglátó-ipari, a gyümölcs- és kisebb mértékben a zöldség-, a desszerttermék- és a gyümölcsle-, ásványvíz-fogyasztás, valamint a konyhai felhasználásra előkészített termékek, a különleges gabonatermékek, *Magyarországon* általában a hús és *az EU-ban* a zsírszegény húsok, halak fogyasztása egyenletesen növekedni fog.

Azok a magyar cégek és szakágazatok képesek javítani pozíciójukat a csatlakozás utáni piacokon, amelyek *marketingvezérelt gyártási és termeltetési rendszereket* alakítanak ki, *terméktudatosak*, és a termék létrehozása, minőségbiztosítása, illetve terítése áll figyelmük középpontjában, s ennek szolgálatában alakítják ki kooperációs rendszereiket. Szakítani kell azzal a szemlélettel, hogy a mezőgazdasági nyersanyagkínálat feldolgozását és nyersanyagpiaci hullámzásokkal való spekulációt állítsák üzletpolitikájuk középpontjába. Szerepet kell vállalniuk abban, hogy *a mezőgazdasági nyersanyagkínálat az ő termékpolitikájukhoz igazodjon*, és a hazai iparági kooperációs szokásoktól elszakadva egy magyarországinál szélesebb piacon a nemzetközi cégek által diktált, illetve a nyitott étel- és ital-ipari féltermék (például előfeldolgozott zöldségek, gyümölcsök, sűrítvények, különleges lisztek, húsrészek) és kiskereskedelmi piacokon kialakult szokások szerint kell átrendezniük együttműködéseiket.

A kooperációs rend változásai

Az élelmiszeripar mai *nemzetgazdaságba ágyazódásán* még érezhetőek annak a feszültségnek a nyomai, amelyek abból alakultak ki, hogy a magyar élelmiszeripar rendszerváltás előtti szervezeti rendje, a vertikális és horizontális kooperációban betöltött vállalati szerepek más természetűek voltak, mint amilyen rendben és amilyen kooperációs szerepvállalással az élelmiszeripar vállalatai beépülnek a versenytárs piacgazdaságok rendszerébe. A magyar élelmiszeripar szakvállalati rendszerekbe (trösztökbe, országos vállalatokba) történt megszervezése és fejlesztése egyrészt monopolpozíciókat biztosított az egyes vállalatoknak, másrészt korlátozta integrációs szerepüket, termékfejlesztő és termelés-szervező aktivitásukat. A mezőgazdaság-központú szocialista gazdaságpolitika a mezőgazdasági vállalatok szövetségei oldaláról kiinduló integrációs hálózatokat ösztönözte, s így az élelmiszer-ipari vállalatok zöme feladatteljesítő szerepbe kényszerült (általában nem volt aktív szerepe saját mezőgazdasági beszállítói kínálatának és technológiájának formálásában, és iparági alkuk függvénye volt az is, hogy milyen termékfejlesztési programokat hajthat végre). Csupán a nyolcvanas évek második felében akadt néhány vállalat (konzervgyár, húszüzem stb.), amelyek képesek voltak kitörni a szakágazati rendből, és törzsbeszállítói körre támaszkodva, saját felelősségű termékfejlesztést valósított meg.

A rendszerváltás után a mezőgazdálkodás rendjének összezavarodása, a váratlan piaci kihívások és a nemzetközi cégek aktivitásának példája radikális magatartásváltozásra kényszerítette a feldolgozó és termékgyártó vállalatokat. Megnyerték azt a szabadságot, hogy nem kényszerültek további szolidaritásra saját környezetük mezőgazdasági termelőivel, és nyakukba zuhant az a felelősség, hogy – belső rendjük átforgalmazásával és a beszállítók közti tudatos szervezőmunkával – képesek legyenek teljesíteni megújult feladataikat.

A kilencvenes évek elején az egyes élelmiszer-ipari szakágazatok vállalatai izolálódtak egymástól, atomizálva keresték a túlélés lehetőségeit (a privatizációval járó politikai, szervezeti és pénzügyi bonyodalmak is kényszerűen befelé fordulóvá tették őket). Az egyenkénti útkeresés differenciálta sorsukat: a nemzetközi vállalatok által megvásárolt cégek egy nemzetinél nagyobb mértékű regionális piac termékfejlesztési és szakosodási rendszerébe léptek át (például a növényolajgyártásban, a margarin-gyártásban, a tésztagyártásban, az édesség-előállításban, a jégkrémgyártásban, a desszerttejtermékek előállításában stb.). A hazai tulajdonú, piac képes termékstruktúrát kialakító vállalatok egyenként kerestek értékesítési csatornákat. Nagy szerepük volt abban, hogy újja tudták szervezni a keleti piacokat (például húsipari cégek orosz vállalatokkal való kooperációja; gyümölcsle- és tésztagyártás keleti piacra irányítása 1998-ig stb.). A mezőgazdasági termelőkhez kapcsolódó kisebb méretű feldolgozócégek a hazai helyi piacok kiszolgálására törekedtek, és ez utóbbi térbe illeszkedtek bele a gyorsan szaporodó új magánvállalkozások is.

1993–1994-től többnyire külföldi (általában német) tulajdonú exportügynökségek nyitottak új csatornákat, amelyeken keresztül a kis célfeldolgozó vállalkozások (például csemegeuborka-, almasűrítvény-készítők) és az önállósult hazai irányítású volt szocialista vállalatok (például húsfeldolgozók, tejtermékgyártók, malmok, borászatok stb.) számára pótlólagos értékesítési lehetőségek váltak elérhetővé.

1996-ig a hazai mezőgazdasági termelők bázis általában elégséges kínálatot jelentett ahhoz, hogy a meglódult élelmiszer-ipari termékfejlesztés és piackeresés beszállítói szükségletét ki tudja elégíteni. Egyedül a tejiparban vált kényszerítővé már 1993–1994-ben, hogy a feldolgozók a termelés és a termékfejlesztés biztonsága érdekében a mezőgazdasági beszállítók szervezésére is komoly energiát fordítsanak. A megújuló baromfiipar,

uborkakonzerv-gyártás, gyümölcsleípar stb. a helyüket kereső mezőgazdasági termelők között könnyen talált partnereket, az igényes tejipari cégeknek azonban pénzügyi áldozatot is kellett hozniuk annak érdekében, hogy a tehenészetilelepeket megmentsék a felbomlástól, és azok tejtermelő képességüket fejleszteni tudják.

1996–1997-ben tudatosodott *egyrészt* az, hogy a *mezőgazdasági termelői kör szervezése* nélkül a magyar tulajdonú közepes és nagyobb méretű élelmiszer-ipari cégek piaci lehetőségeinek kihasználása, piachoz igazodó termékfejlesztési és termelési politikája nem tehető biztonságossá, *másrészt* az, hogy a *szakágazati hálózatok kialakítása* nélkül nem képesek tartani a versenyt sem a hazai kisvállalkozásokkal, sem a nemzetközi cégekkel. Az előbbiekkal azért nem, mert a rendezetlen magyarországi piacon nehéz versenyezni (például zugvágóhidak tevékenysége, a forgalom egy részét számla nélkül bonyolító vállalkozások hatása). A környezetükbe valóban jól beágyazódott kislefeldolgozókkal és a megtervezett disztribúciós rendszerrel dolgozó nemzetközi vállalatokkal pedig azért nem, mert termelésüket nem tudták azokhoz hasonló módszerekkel összehangba hozni az értékesítési lehetőségekkel.

Az élelmiszer-ipari fúzió, illetve a tartós szövetségalkotás kényszere

Már az egyszerű üzemgazdasági megfontolások is világossá teszik, hogy az élelmiszer-ipari gyárak közti termékszakosítás és a közös disztribúciós rendszer kialakítása kölcsönös előnyökkel jár az ilyen hálózat résztvevői számára. Különösen a mai körülmények között, amikor az élelmiszer-biztonsági, a környezetvédelmi és a termékminőségi követelmények nagyon megnövelik a minimálisan rentábilis üzemnagysági méreteket, és amikor a forgalom zömét nagy kereskedelemi-értékesítési társulások bonyolítják, amelyek standard és egységes kínálatot igényelnek. Ezeket az üzemgazdasági megfontolásokat csupán a mezőgazdasági termeltetési körülmények és a termékszakosítás miatt megnövekedett élelmiszer-ipari szállítási és készletezési szükséglet korlátozzák.

Az üzemgazdasági megfontolásoknál közvetlenebbül jelenítik meg a feldolgozóipari összefogás szükségleteit a kereskedelem szervezeti formái és csatornái. Az exportügynökségek, külsországi továbbfelhasználók, boltok beszerzési társulásai válogatnak az élelmiszer-ipari kínálatban, és versenyzetetik lehetséges szállítóikat. Így a termelőknek szembe kell nézniük a forgalmazók árletörési törekvéseivel. Távtalos termelési programokat is csak korlátozottan lehet kialakítani. (Például 1997-ben és 1998-ban, amikor a mai legjelentősebb – zömmel külföldi tulajdonú, de egyre szélesedő körben hazai – élelmiszer-kereskedelmi társulások létrejöttek, a magyar élelmiszeripar áremelési törekvései rendre falba ütköznek, és a kereskedelmi partnerek egyoldalú engedményeket – készletezés növekvő terhei, listázási díj, polcpénz, növekvő fizetési határidők elviselése stb. – kényszerítettek ki.) Ugyanakkor egyedül az élelmiszer-ipari cégek a hálózatba nem tartozó kis- és közepes üzletek kiszolgálására sem képesek, a beszerzési társulások növekvő aktivitása által rohamosan visszaszoruló önállósult nagykereskedelem kiesése megnövelte a gyárak áruterítési feladatait, a saját nagykereskedelmi tevékenység megszervezését együttesen jobban el tudják végezni, mint külön-külön.

Az élelmiszer-ipari cégek közötti együttműködést fékezi és a fúziós kényszert erősíti az a körülmény, hogy a magyar kartellszabályok a független cégek közti egyezkedést tiltják, míg a beszerzési társulások létrehozását a Gazdasági Minisztérium ösztönzi, a mezőgazdasági kartellek létrehozását pedig elősegíti mind a terméktanácsai rendszer, mind a szövetkezések és az értékesítési társulások (tész) létrejöttének – egyébként helyes – költségvetési támogatása. Ahhoz, hogy az élelmiszer-ipari cégek ekképpen beszorított helyzetükben megfelelő erővel tudjanak fellépni, beszerzési és értékesítési pi-

acaikon a „tiltott” együttműködés helyett fúzióra kényszerülnek. Párhuzamos profiljaik miatt azonban a fúzióra sok szakágazatban nincs békés lehetőség, a vállalatok között (például a húsiparban, a malomiparban, a szesziparban, a konzerviparban stb.) gyakran önfelőlrlő küzdelem folyik.

E helyzet feszültségeinek szakmapolitikai feloldására törekedve, az Élelmiszer-feldolgozók Országok Szövetsége (Éfosz) 1999-ben kezdeményezte, hogy együttműködve a beszerzési társulásokkal, olyan etikai kódexet állítsanak össze, amely átláthatóbbá teszi a beszerzési társulások és az élelmiszeripar között megkötött alkukat, és korlátozza a bolthálózatok közti verseny időnként igen éles eszközeit is. Az ezzel foglalkozó tárgyalásokba az élelmiszer-kereskedelmi láncok, társulások azért mentek bele, mert a kiélezett és nem kellően szabályozott verseny számukra is károkat okoz. Az Éfosz a kifinomult és a bolthálózatokkal szemben időnként bizalmatlan francia szabályozási mintát tekintette követendőnek, s mint tárgyalási alapot ezt elfogadták a tárgyaló partnerei is. Ennek ellenére a kidolgozott megegyezéstervezetet a kereskedelmi hálózatok nem fogadták el, mert úgy ítélték meg, hogy megfelelő törvények, azaz állami kontroll nélkül ilyen megegyezés betartása nem biztosítható: ha az élelmiszeripar vagy egy másik konkurens kereskedelmi vállalkozás nem tartaná be a megegyezést, akkor a korlátozókat vállaló hálózat versenyhátrányba kerül.

Az integrációs szereprendszer átalakulása az élelmiszer-vertikumban

Az 19–20. század fordulóján az élelmiszer-vertikum globalizálódását, a paraszti gazdaság piacvezérelt, árutermelő gazdasággá alakulását elsősorban a személytelen integráló intézmények megerősödése jelezte: a tőzsdé, az aukciós piacoké, a nagybani piacoké. Ezen a bázison egymással versenyezve fejlődött ki az élelmiszer-ipari termeltetés és a mezőgazdasági szövetkezés. Egészen az ötvenes-hatvanas évekig, amikor a mezőgazdaság úgynevezett iparosodása kibontakozott (általánossá vált a külső energiaforrások és anyagok használata), és ezért megszűnt a mezőgazdasági ágazatok belső összefonódottsága (önállósultak például a kertészet egyes területei, a hízalás függetlenedett a takarmánytermeléstől, a baromfitermelés kivált a mezőgazdaság rendszeréből stb.), a mezőgazdaságból kinövő vállalkozások által szervezett szövetkezetek voltak a vertikális kooperáció legfőbb szervezői. Ezt követően a globalizálódás újabb hulláma azonban szinte minden élelmiszer-termelő ágazatban kitüntetett helyzetbe hozta az élelmiszeripart. A piacpozíció-nyerés, a termékfejlesztés és a fajtaválasztás, illetve a technológia igazítása a végtermékhez nem is történhetett másként, mint a nagy tőkekoncentrációt megvalósítani képes élelmiszer-ipari vállalatok közvetítésével. A következő húsz évben, a nyolcvanas évekre a mezőgazdaság a fejlett piacgazdaságú országokban megrendelésre dolgozó, beszállítói „iparrá” változott. A mezőgazdasági termelők értékesítési szervezeteinek (a tészeknek) a kötelező megszervezése az EU-ban e folyamat kiteljesedését jelentette a nyolcvanas években. Ezen a bázison szerveződtek meg az élelmiszeripar nagy nemzetközi vállalatai, és azok szükségleteihez igazodva alakult át a szövetkezeti mozgalom is.

A kilencvenes évek elején még úgy tűnt, hogy az élelmiszeripar nemzetközi cégei és a kisebb régió piacára szállító vagy különleges termékeket felmutató középállalatok hálózatai szervezik meg a teljes élelmiszer-gazdaságot. A nagy bolthálózatok és a hipermarketek elterjedése, nemzetköziesedése azonban átalakította a szereplők közti erőviszonyokat. A nagy élelmiszer-ipari vállalatok üzletpolitikájuk alapvető megváltoztatására kényszerültek. Míg a nyolcvanas évek végéig arra törekedtek, hogy minél több piacképes márkát vásároljanak fel, és minél szélesebb választékban tartsák kezükben a

termelést és a termeltetését, 1994–1995-től arra kényszerültek, hogy megszabaduljanak márkáik jelentős részétől, és azokra koncentráljanak, amelyeket a világpiacra vagy legalábbis több ország piacán tudnak forgalmazni. *A beszerzési láncok és a hipermarketek által teremtett új piac* megjelenési csatornát adott a nemzetközi vállalatok konkurenciájának, alternatív disztribúciós hálózataikkal lehetővé tették egyrészt azt, hogy új termék-előállító és termeltető szereplők jelenjenek meg, másrészt azt, hogy a nemzetközi hálózatokból kimaradt élelmiszer-ipari cégek közvetlen csatornákat találjanak a távoli fogyasztókhoz is. Az üzlethálózatok saját márkáinak kialakítása, valamint a nemzeti és tájmárkák üzlethálózatok általi felkarolása ugyanakkor hatékonnyá tudta tenni a kisebb jelentőségű élelmiszer-ipari cégek számára a nemzetközi termékgyártókkal szembeni versenyt. Ez a folyamat újárendezi az alapanyag-feldolgozók és a márkatulajdonos termékgyártók viszonyát általában is. Míg az élelmiszer-ipari alapanyag-feldolgozóknak eddig csak arra volt lehetőségük, hogy a márkatulajdonosoknak szállítsanak, addig most az értékesítési láncok inspirálására új szövetségekben, új termékínálat megjelenítésére is lehetőségük nyílik.

A kereskedelmi láncok nemcsak azzal formálják az élelmiszer-gazdaság vertikális koordinációjában részt vevő szereplők lehetőségeit, hogy maguk is aktívan lépnek fel integrátorszerepben, hanem azáltal is, hogy kulturális mintákat terjesztenek el, és olyan, részben tőzsdét pótló versenytechnikákat alkalmaznak, amelyek egységesítik a vertikum szereplőinek magatartását. Jelentősen hozzájárulnak ahhoz is, hogy az élelmiszerekkel kapcsolatos minőségi, beltartalmi, higiéniai, dietétikai igények mind a fogyasztókban, mind a termelőknek eddig a közvetlen fogyasztótól elválasztott csoportjaiban is tömegesen tudatosodjanak. Ahogy azonban a bolthálózatok lettek a legjelentősebb közvetítők a termelők és a fogyasztók között, a bolthálózatok és a hipermarketek működéséből, szervezeti szokásaiból fakadó normák általános kereskedelmi követelményekké váltak. Így a termékazonosság követelménye kiszélesedett, s ma már minden termelővel szemben fennáll, a programozott termelés kényszere elől nem lehet kitérni, az élelmiszer-ipari termelés méret nagyságának megnövekedett minimumkritériumai vannak, az árúkezelés, -tárolás és -csomagolás egységes minták szerint történik, az egész forgalomnak az üzlethálózat logisztikai rendszerébe kell illeszkednie.

A magyar élelmiszeripar vállalatainak gyors egymásutánban kellett és kell megküdeniük két olyan feladattal, amelyekkel nyugati versenytársaik évtizedek alatt néztek szembe. Ki kell alakítaniuk saját termelésintegráló szerepüket és meg kell szervezniük a mezőgazdasági termeltetést, a kellék- és adalékgyártókkal való szövetségeket és a szakágazati partnereikkel való hálózati munkamegosztást. Ugyanakkor tudomásul kell venniük azt, hogy termékfejlesztésük és -kínálatuk a bolthálózatok által szelektált; készletgazdálkodásukat a kereskedelmi hálózat igényeihez kell igazítaniuk, és logisztikai tevékenységüket alá kell rendelniük a kereskedelmi láncok logisztikai rendszerének. A nagykereskedelem puffertevékenységének (például a volt fűszerterek) visszaszorulása közvetlen igazodásra kényszeríti a kereskedelmi láncokat és az élelmiszergyártókat, és megnöveli az utóbbiak forgóeszköz-szükségletét. És mivel a magyar élelmiszeripar forgóeszköz-ellátottsága történeti okok miatt is, illetve a kilencvenes évek piaci zavarai miatt is gyenge, a szóban forgó folyamat kielezi az élelmiszeripar finanszírozási gondjait is.

Az integrációs szerepek átformálódása a hazai pénzpiaci kapcsolatrendszer átrendeződését is kikényszerítette és kikényszeríti. A finanszírozó bankok látható késésben vannak a folyamatok átalakulásával szemben. A bankok 1993–1994-ben megpróbálták megbirkózni azzal a feladattal, hogy az élelmiszeripar hitelezésekor a termeltetés részleges finanszírozásában is részt kell venniük, és ennek kapcsán az élelmiszeripar termékfejlesztési és piacpolitikájában is szerepet kell vállalniuk. A kereskedelmi erőtér átrendeződése miatt azonban a kilencvenes évek első felében elgondolt banki politika részben

kudarcot vallott, ám veszteségeik ellenére ma – ha nem akarják, hogy élelmiszer-ipari partnereik csődbe menjenek – újabb forgóeszköz-finanszírozásra kényszerülnek. Mindezek következtében lazulnak a vállalatok és bankjaik közti kapcsolatok: a vállalatok más tőkebevonási lehetőségeket is keresnek, a bankok pedig örömmel veszik, ha így megszathatják a hitelezés kockázatát. S ekképpen előtérbe kerül az ügyletfinanszírozás: a bankok nem általában hiteleznek egy vállalatot, hanem például egy-egy kereskedelmi megállapodás megvalósítását finanszírozzák.

A nagy kereskedelmi láncok, hipermarketek mint a városi piac új formái. A nagy kereskedelmi egységeket működtető forgalmazó láncok törekvése, hogy a vásárlást a családi, társasági időtöltés egyik formájává tegyék. A fogyasztói társadalom egyik örömforrása a fogyasztási lehetőségek mérlegelése és az abban való választás.¹

A kereskedelmi egységeket működtető tulajdonos beszállítóival is sok szempontból úgy bánik, mint egy vásárcsarnok üzemeltetője. Meghatározza a kereskedelmi térben való megjelenés feltételeit (megszabja a termékek megjelenését, elhelyezési formáját), megfizeteti a bejutást és a kedvezőbb eladótéri hely megszerzésének jogát (listázási díj, polcpénz alkalmazása a beszállítók számára), de újabb követelményeket is állít. Ez utóbbiak egy része a termékminőséghez, a kínálat állandóságához kapcsolódik. Másik része kereskedelmiakció-szervezési kötelezettségekhez, közös reklámban való részvételhez kötődik, a kollektív árusító hely imázsának fenntartására szolgál. Nyílt versenyben dől el, hogy kiknek a termékeit árulják, de ez a verseny sokkal erősebben szabályozott és ellenőrzött, mint bármely korábbi történelmi korban. Nem csupán a terméknek kell megbízhatónak lennie, hanem általában a beszállító cégnek is, amely a terméket a láncba hozhatja. S mivel majdnem mindig több, a lánchoz tartozó nagykereskedelmi egység kiszolgálásáról van szó, a beszállítók tevékenység-mérete és tőkenagysága sem lehet kicsi.

A kereskedelmi láncok egymás közti versenyének fontos mutatója, hogy milyen mértékben képesek partnereikkel finanszíroztatni a forgalmazott árukészlet mozgását, s így tőkájukat a saját infrastruktúrájuk és saját szolgáltatásaik fenntartására koncentrálni. A nagy európai láncok manapság a forgalom 60-70 százalékát képesek úgy lebonyolítani, hogy saját forgóeszközt nem használnak. Az amerikai Wal Mart példáját tekintik követendőnek, amely a forgalom szinte egészét a beszállítók költségére bonyolítja. Tevékenységében a hagyományos kereskedelmi lánc szerepe mellett/helyett egyre nagyobb mértékben a közösségi funkció is megjelenik: az állam és a nagyközönség helyett és nevében szervezi és ellenőrzi a piacot, s képviseli a fogyasztói igényeket. Ám nem tölti be a kiskereskedelmi láncok minden hagyományos funkcióját, mert nem előlegezi meg a fogyasztó nevében az áruk zömét. Miközben a nagykereskedelem legtöbb funkcióját beépíti tevékenységébe, a nagykereskedelem spekulációs funkcióját nem. Azért nem vásárolnak árut, hogy majd magasabb áron továbbadják.

Nagyfokú függőséget okoz a beszállítók számára a kereskedelmi láncoknak és beszerzési társulásaiknak az a kettős funkciója, hogy *egyszerre jelentik meg az élelmiszer-ipari vállalatok számára a vevő hatalmát és ugyanakkor az értékesítési tér felügyelőjét és szervezőjét*. Az egyes élelmiszer-ipari szakágazatok Magyarországon belföldi értékesítésük 50-80 százalékát a kereskedelmi láncok, illetve az azok logikájának megfelelően működő beszerzési társulások, illetve a mögöttük levő hálózatok részére adják el.²

¹ A régi városi piacok, majd 19. század végétől a vásárcsarnokok hasonló funkciót töltöttek be, így nem állítható, hogy merőben új kulturális jelenségről lenne szó. Már a két-háromszáz évvel ezelőtti piacok hangulatához is hozzátartoztak a kiegészítő kulturális és szórakoztató élmények (például mutatványosok, lacikonyhák).

² Megjegyezzük, hogy exportjuk jelentős része is olyan exportügynökségeken keresztül bonyolódik, amelyek kereskedelmi láncokat szolgálnak ki. Még csak mutatóban fordul elő az, hogy magyarországi lánc beszerzései közvetlenül kerülnek a lánc külföldi tagjainak kereskedelmi egységeibe.

A kereskedelmi hálózatoknak a beszerzési társulások megjelenésével fokozódó központi beszerzési eljárásai a cégen belüli centralizálással erősítik a minősítési rendszert, valamint a partner- és a termékválasztást. Így a szervezet működési módja abban is eltér a hagyományos magyar kiskereskedelmi szervezetektől, hogy a kereskedelmi egységek vezetésének csupán munkaszervezési jogosítványai maradnak, és így a beszállítók és a kereskedők között nem alakulnak ki széles körű személyes kapcsolatok. A hálózat centralizált beszerzéssel megbízott képviselőit is erősen kontrollálják. Ekképpen nem jöhet létre az a nagyvonalúság a kereskedők és a gyártók kapcsolatában, amely a korábbiakban finanszírozási problémák vagy szállítási kifogások ellenére is folyamatosan működtette a rendszert. Ez a helyzet nagy alkalmazkodási terhet ró mind a beszállító vállalatok menedzsmentjére, mind a hálózati beszerzőkre. A beszállítóknak a korábinál nagyobb óvatossággal kell gondoskodniuk a termelés és a szállítás ütemességéről, a termék kiszerezéséről, a fuvarszervezésről. A beszerzőknek sok gondot okoz, hogy olyan partnereket találjanak, akik képesek a kereskedelem által megfogalmazott követelményeknek megfelelni, és kellő garanciával rendelkeznek ahhoz, hogy vállalt kötelezettségeiket pontosan teljesíteni is fogják.

A szuper- és hipermarketekből álló kereskedelmi láncok tőkeigénye olyan nagy, hogy a pozíciószerezéssel elfoglalt cégek többsége egyelőre Magyarországon nem tud nyereségesen működni, annak ellenére sem, hogy sikerült érvényesíteniük a beszállítókkal szemben finanszírozási igényeiket. (A magyar élelmiszeripar alkalmazkodási kényszerét ez irányban megerősítette, hogy 1998 nyár végétől a feldolgozó cégeknek külpiazi értékesítési gondjai jelentkeztek, s kényszerűen kínálatuk nagyobb hányadát irányították a hazai piacra.) A kereskedelmi láncok éles egymás közti versenye nemcsak arra sarkallja őket, hogy minél nagyobb mértékben a beszállítókkal finanszíroztassák készleteiket, hanem arra is, hogy árversenybe kezdjenek egymással. Ebből fakad áremelés-fékezési törekvésük, valamint az, hogy olyan olcsó értékesítési kampányokba kényszerítették be beszállítóikat, amelyekben azok minőségrontásra kényszerültek.³ A beszerzési társulások lassan tanulják meg, hogy az árverseny feszítése számukra is veszéllyel jár.

Az élelmiszeripar beszállítói

Egy-egy élelmiszer-ipari vállalat beszállítói részben *a szakágazaton belülről* kerülnek ki, hiszen *az elsődleges feldolgozás és a késztermékgyártás gyakran különvlik*. Ebben a kapcsolatrendszerben a szövetségjellegű stratégiai viszony és az anyagjellegű termékek nyílt piaci forgalma egyaránt megtalálható. Ez a kapcsolatrendszer az export-import szabályozásra különösen érzékeny, mert minden szabályozásváltozás módosítja azt a piaci teret, ahol a féltermékek, anyagjellegű termékek forgalma mozog. A hazai élelmiszer-ipari vállalatok közötti szolidaritást ezek a változások folyamatosan próbára teszik.⁴

A kellékgyártók és adalékanyag-beszállítók piaca az EU-ban sokkal nyitottabb, mint Magyarországon korábban szokásban volt. A kilencvenes években az egykori szocialista nagyvállalatok feldarabolódása a privatizáció során, és az új, zömmel külföldi tulajdonú gyártó- és importálóvállalkozások megjelenése Magyarországon is kiszabadította az élelmiszer-ipari termékgyártókat a kényszerkapcsolatok nyűgéből.⁵

³ Ez történt például 1998 és 1999 szilveszterekor a virslik árversenyében, 1999 tavaszán a párizsik és a lisztek versenyében stb.

⁴ Például a szabályozás és a külpiazi helyzet jelentősen befolyásolja azt, hogy a hazai tőkehús a magyar termékgyártókhoz kerül-e, avagy a román, az orosz stb. piacokon értékesül, illetve azt, hogy a paradicsomszírtmény be- vagy kiáramlik az országból.

⁵ Már a nyolcvanas évek végétől fejlődésnek indult a hazai dobozgyártás, megújult a konzervdoboz- és konzervüveggyártás is, bár ez utóbbi területen a differenciálódó termékínálathoz igazodva további megúju-

Az élelmiszeripar legfontosabb beszállítói a *mezőgazdasági termelők*, illetve a mezőgazdasági termények összegyűjtésével és előkészítésével foglalkozó terménykereskedők és az értékesítési társulások. Míg az EU-ban a mezőgazdaság kooperációs rendjét szabályozó intézmények a legtöbb országban gazdag történelmi érési folyamat termékei, és maga a kooperációs rend az EU szabályozási rendszerét kísérő szigorú intézmények által számon tartott, ellenőrzött és szervezett, Magyarországon a mezőgazdaság együttműködési rendje kényszer szülte, átmeneti és többnyire informális intézményekben szerveződik. Ezért az élelmiszeripar egyes vállalatai saját történetük esetlegessége szerint voltak kénytelenek kialakítani a felvásárlás és beszállítás rendjét. Az éppen kialakult rend szinte sorsszerű korlátozottságot is jelent azt illetően, hogy e cégek milyen termelés-szervezésben és termékfejlesztésben gondolkodhatnak.

Az adott helyzetben a magyar élelmiszer-ipari vállalatok zöme arra kényszerül, hogy mezőgazdasági beszállítói között különbségeket tegyen. A feldolgozócégek általában kialakítanak egy *belső bizalmi szállítói kört*, amelyek tagjai termelésütemezésben, minőségi követelmények teljesítésében és termék-előkészítésben igazodnak a legigényesebb élelmiszer-ipari termékek gyártási programjához. A húsiparban és a baromfiiparban ez a bizalmi kör maga is kettéválik: a szerződött, más tulajdonban levő partnerek mellett az élelmiszer-ipari vállalatok vagy legfőbb tulajdonosaik saját tulajdonú állattartó telepek kialakítására is törekednek. Úgy ítélik meg, hogy csak ekképpen tudják biztosítani gazdaságosan a megfelelő minőségű nyersanyagot és a termelési programok összehangolását.

A feldolgozócégek a *második beszállítói körrel* kialakított kapcsolataikat gyakran terménykereskedőkre bízák, illetve alkalmi felvásárlási kampányokkal oldják meg. Ebbe a körbe tartoznak azok a mezőgazdasági termelők, amelyek egyenként méretük vagy megbízhatatlanságuk miatt a gyárak által nem tekinthetők stabil partnernek, illetve amelyekkel a folyamatos kapcsolattartás nem lenne gazdaságos. Mivel a mezőgazdasággal kapcsolatos piaci és politikai problémák zöme e második termelői kör értékesítési gondjai kapcsán éleződik ki, egyes élelmiszer-ipari vállalatok arra nézve is kialakítottak üzletpolitikát, hogy az állami intervenció által megmozgatott árutömeget hogyan vonják be saját termelési programjaikba. Olyan tradicionális termékek (füstölt termékek, igénytelen felvágottak, dzsemek, savanyúságok, kompótok stb.) gyártására tartanak fent kapacitásokat, amelyeket attól függően töltenek ki, hogy az állami intervenció csökkentie költségeiket, vagy nem.

Az élelmiszer-vertikum EU-országokban szokásos rendje

Az EU élelmiszeriparának helyzetét és lehetőségeit alapvetően meghatározza a CAP által kialakított intézményrendszer. Bár a CAP kifejezetten agrárprotecionista történelmi okokból született meg, a piacgazdaság és a verseny tiszteletének már a Római Szerződésben is megfogalmazott követelménye miatt olyan eszközöket alakított ki, amelyek általában enyhíteni igyekeztek a mezőgazdaság és az élelmiszeripar közti konfliktusokat. A szabályrendszer alkotói és alakítói tisztában voltak azzal, hogy *az EU élelmiszeriparának versenyképessége feltétele a mezőgazdasági termelők boldogulásának is*. A szabályozóalakítások korporációs rendje általában meghatározza azt a politikai mecha-

lás várható. Az adalékok piaca nemcsak azért szélesedett ki, mert az európai kínálat a magyar piacra is benyomult, hanem azért is, mert a szakágazati kutatóhelyek az új piaci viszonyok közt helyüket keresvén bekapcsolódtak ebbe a piacba.

nizmust, amely a legélesebb agrárérdekvédő politikai nyomást is képes úgy kezelni, hogy ne csorbuljon az élelmiszeripar biztonsága. (Adóttak persze és mindig adódnak olyan helyzetek, amikor importnyersanyag és -féltermék felhasználására berendezkedett élelmiszer-előállítók – például libamájkonzerv-, gyümölcskonzerv-gyártók – nehéz helyzetbe kerültek, mert agrárius politikai nyomásra korlátozták vagy megdrágították EU-n kívüli anyagvásárlásukat.)

A nyolcvanas években a CAP eszközrendszerét arra használták fel, hogy a termékbiztonság és a kínálat tervezhetősége érdekében *a mezőgazdaságra olyan rendet kényszerítsenek, amely jelentős szervezési gondoktól és tőkeigénytől mentesíti az élelmiszeripart.* A kvóták, a védőárak, a mezőgazdasági termelőknek juttatott kompenzációs kifizetések miatti ellenőrzési rendszerek, a szétszórt mezőgazdasági termelők értékesítési szervezetekbe (tészékbe) terelése, a mezőgazdasági termékszabványok kiterjesztése a kertészeti termékekre is az élelmiszeripart abba a helyzetbe hozta, hogy termelése és terméfejlesztése *könnyen programozhatóvá vált.* Különleges és céltermék gyártásának fejlesztésében pedig lehetett támaszkodni a szövetkezeti hagyományokra és a hetvenes-nyolcvanas években megújult új szövetkezeti formákra, amelyek megkönnyítették az élelmiszer-ipari társaságok és a mezőgazdasági termelők együttműködését.

A CAP intézményrendszerébe beépített tanácsadási és ellenőrzési rendszer, illetve a CAP által is inspirált agrárszakmai közélet a mezőgazdasági újításoknak és a terméktudatos gazdálkodásnak olyan kulturális bázisát jelentik, amelyik megkönnyíti az élelmiszer-ipari újításokhoz szükséges kooperációs láncok létrehozását. A mezőgazdasági termelői szövetkezesek és a tézsek pedig formát adnak arra, hogy hogyan lehet a vertikum tőkeszükségletét az új élelmiszer-ipari szükségleteknek (a széles fogyasztói piacon az új termékekkel való gyors és gyakoribb megjelenés igényének) megfelelően átalakítani vagy koncentrálni, anélkül hogy magának az élelmiszer-ipari cégnek ez jelentős tőkeáldozatába kerülne. Változatos mintái alakultak ki a mezőgazdasági termelői szövetkezesek és a nemzetközi élelmiszer-ipari társaságok tartós együttműködésének. Szövetkezeti és regionális politikai eszközök születtek arra, hogy miként lehet új élelmiszer-ipari vállalkozásokat generálni. A legjelentősebb hatású azonban az, hogy kialakulhatott a szervezeti és a támogatási, valamint a mezőgazdasági áruösszegyűjtési, -készletezési, -előfeldolgozási rendszer. Így *az élelmiszeriparnak ugyanolyan megrendelői viszonya van a mezőgazdasági termelőkkel szemben, mint bármely más feldolgozóipari ágazatnak a saját beszállítóival szemben.*

Az EU élelmiszer-ipari cégei annak fejében, hogy tudomásul vesznek szimbolikus agrárius érdekeket tükröző politikai tabukat és kényszereket („az agrárjövődélem-diszparitás kezelése”, a védőárakhoz való alkalmazkodás, az importszállítások körülményes ütemezése), biztonságos intézményi térben és jól kalkulálható árral tudnak dolgozni. Értékesítési és készletezési problémáik megoldásában támaszkodhatnak az állami intervenciói rendszerre. Higiéniai és minőségbiztosítási rendszereik fenntartásában jelentős külső segítséget kapnak azáltal, hogy a beszállítók minőségellenőrzéséről gyakorlatilag az állam gondoskodik.

Az EU-hoz való közeledés folyamán *a magyar élelmiszer-ipari vállalatok hátránya elsősorban abból adódik, hogy nem számíthatnak ilyen megbízható beszállítói háttérre,* másodsorban abból, hogy éppen ezért velük mint lehetséges kooperációs partnerekkel szemben is bizalmatlanok az EU-partnerek (élelmiszer-ipari és kereskedelmi vállalatok).

A csatlakozással összefüggő gondok másik része abból származik, hogy az áruk és a tőke szabad mozgása miatt a versenytárs és lehetséges EU-partnervállalatok az EU-ban tágabb piacokon, szélesebb kooperációs választék mellett tanultak meg gazdálkodni, mint a magyar vállalatok. Ennek következtében *az EU élelmiszeriparában világosabban*

elhatárolódnak az egyes anyagok és féltermékek piacai a késztermékipacoktól, mint Magyarországon, az élelmiszer-ipari nagyvállalati rendszerek és a gyártók közti gyakori stratégiai szövetségek, szakosodási megállapodások, közös fejlesztések ellenére a köztes termékek piacibb körülmények között mozognak. Ezért létezhethet a késztermékgyártó vállalatok önálló, az alapanyaggyártástól (zöldségfeldolgozás, tőkehús előállítás) elszakadt rendszere, s ezért lehet az is, hogy még a mezőgazdasági termelők új szövetkezései is gyakrabban irányulnak egy-egy céltermék előállítására (például bortípus, felvágott típus, sajttípus készítésére), mint standardizált alapanyaggyártásra (vágóhídra, általános borfeldolgozóra).

Az EU-csatlakozással (a magyar gazdaság nyitottá válásával) jelentkező kihívásokat a vásárlói szabadság minden eddigénél tágabb mivolta, ehhez igazodva a termékkínálat kiszélesedése és gyors újulása; az élelmiszer-biztonsággal és termékminőséggel szembeni igények kiteljesedése; az élelmiszer-ipari szakosodás és stratégiai szövetségek gyorsuló terjedése, a disztribúciós rendszerek felértékelődése generálja. E kihívások a magyar élelmiszeripart nem elsősorban az élelmiszer- és mezőgazdasági árváltozások, árszerkezet-változások, a termékpiaci arányváltozások tekintetében állítják kiélezett helyzet elé. Az EU-csatlakozásból következő kihívások alapvetően azt jelentik, hogy szemben a mai helyzettel, a magyar élelmiszeriparnak is az unióbelihez hasonló környezetben és feltételrendszerben kellene tevékenykednie, hogy versenyképes legyen a kitégült piacon. Az EU-n belül a magyar vállalatok számára is megváltozik (általában kiterjed) azon termék- és szolgáltatáskapcsolatok köre, amelyben a piacra bízhatja magát a feldolgozóvállalat, s megváltoznak a tartalmi követelmények azokban a kapcsolatokban, amelyek szervezése az élelmiszer-ipari cégre hárul.

Azzal a hátránnyal azonban még hosszabb távon is számolni kell, hogy a magyar mezőgazdaság szervezettsége, minőségi és kereskedelmi rendje csupán a belépéstől nem fogja elérni az uniós szervezettségi szintet, ezért az élelmiszeripar továbbra sem viszonyulhat úgy mezőgazdasági partneréhez, mint más beszállítóhoz. Ha a termékpiaci versenyben helyt akar állni, olyan szervezési, agrárintegrációs feladatokat kell az élelmiszeripar több szakágazatához tartozó cégeknek vállalni, amely uniós társaikat nem ebben a formában terheli. Míg az EU-beli élelmiszer-ipari termékgyártóknak többnyire az igényeiket és az ajánlataikat kell megfogalmazniuk a mezőgazdasági beszállítóikkal szemben, addig a magyar cégeknek szerepet kell vállalniuk a mezőgazdasági termelés megszervezésében is.

Irodalom

- ALVINCZ JÓZSEF [1997]: Az élelmiszer-ipari vállalatok működési feltételeinek változása az átalakulás éveiben. Kézirat, AKII, Budapest.
- AZ EURÓPAI UNIÓ AGRÁRRENDSZERE [1995]: Az Európai Unió agrárrendszere (szerkesztette: *Halmai Péter*). Mezőgazda Kiadó, Budapest.
- BALÁZS PÉTER [1996]: Az Európai Unió mint alkufolyamat és tárgyaló partner. *Külgazdaság*, 9. sz.
- BALOGH SÁNDOR–LAKNER ZOLTÁN–OSZOLI ÁGNES–PAPP ZSOLT [1996]: A magyar élelmiszeripar iparpolitikája. Kézirat, Földművelésügyi Minisztérium.
- BARKEMA, A.–DRABENSTOTT, M. [1995]: The Many Paths of Vertical Coordination: Structural Implications for U.S. Food System. *Agribusiness*, 11. évf. 483–492. o.
- FERTŐ IMRE [1996]: A vertikális koordináció a mezőgazdaságban. *Közgazdasági Szemle*, 11. sz. 957–971. o.
- HENDERSON, D. R. [1991]: Industrial Organization Theory and Vertical Coordination. Előadás a NC–194 sz. Examining the Theory Base for Vertical Coordination szimpóziumon, Chicago.

- JOSLING, T.–TANGERMANN, S. [1997]: International Agreement and National Agricultural Policies in North America, Australia and European Union. XXII. International Conference of Agricultural Economists, Sacramento, Egyesült Államok.
- JUHÁSZ ANIKÓ [1999]: A vertikális kapcsolatok változásai a zöldség-gyümölcs ágazatban. Agrárgazdasági Kutató és Informatikai Intézet, Agrárgazdasági tanulmányok 6. sz.
- JUHÁSZ PÁL–MOHÁCSI KÁLMÁN [2000]: Az EU-orientáció és integráció feladatai – a magyar élelmiszeripar uniós csatlakozási felkészülése. Külgazdaság, 5. sz.
- KÜRTI ILONA [1994]: A nyugat-európai kereskedelem jellemzői a nyolcvanas évek közepétől napjainkig. Kereskedelmi Szemle, 6. sz.
- MÉSZÁROS SÁNDOR–UDOVECZ GÁBOR [1998]: Az EU-csatlakozás várható hatásai a magyar agrárgazdaság fejlődési esélyeire. Európai Tükör, 2. sz.
- ORBÁNNÉ NAGY MÁRIA [1998]: A főbb magyar agrártermékek árversenyképessége az EU viszonylatában. Európai Tükör, 3. sz.
- ORBÁNNÉ NAGY MÁRIA [1999]: Állati eredetű termékeink exportjának lehetőségei és korlátai. Agrárgazdasági Kutató és Informatikai Intézet, Agrárgazdasági tanulmányok 6. sz.
- OSZOLI ÁGNES [1998]: Változó gazdálkodási feltételek – változó vállalati preferenciák. A gazdálkodó szervezetek törekvéseinek változása az élelmiszeriparban a nyolcvanas évektől napjainkig. Külgazdaság, 2. sz.
- SZABÓ MÁRTON [1997]: A mezőgazdasági termékek kereskedelmével foglalkozó vállalatok az átmenet éveiben. Kézirat, Agrárgazdasági Kutató és Informatikai Intézet, Budapest.
- SZABÓ MÁRTON [1998]: A hazai élelmiszer-fogyasztás szerkezeti változásai és tendenciái. Agrárgazdasági Kutató és Informatikai Intézet, Agrárgazdasági tanulmányok 12. sz.
- SZÜCS ISTVÁN–UDOVECZ GÁBOR [1998]: Az agrárgazdaság jelenlegi helyzete és várható versenyhelyei. Agrárgazdasági tanulmányok, 16. sz.