

## A magyarországi kiskereskedelmi élelmiszerellátás főbb jellemzői és az aprófalvak ellátási problémái, lehetőségei a 21. században

### The main features of the Hungarian food retail supply and the problems and opportunities of the supply of small villages in the 21st century

---



#### Absztrakt

A tanulmány témája a magyarországi kiskereskedelmi élelmiszerellátás főbb ágazati és területi jellemzőinek átfogó bemutatása, valamint az aprófalvak vonatkozó problémáinak taglálása a XXI. században. A témának sokoldalú tudományos kutathatósága és aktualitása van, és ebben a speciális hazai területi vonatkozások, konkrétan az EU és poszt-szocializmus külön értelmezhető. A tanulmányban először a kínálati és a keresleti oldal jelenik meg, ágazati és területi szempontból is elemezve. Előbbiben egyrészt a kiskereskedelem fokozódó koncentrációja érzékelhető külföldi tulajdonú üzletláncok formájában. Ezen túl megjelennek a kiskereskedelmi ellátottság területi, települési különbségei, főként a kisebb települések hátrányai, a településhierarchia meghatározó volta, a fizetőképes kereslet által meghatározott sűrűségi különbségek, valamint egyes területi társadalmi differenciák (szuburbanizáció, turizmus stb.). Utóbbinál a lakosság vásárlási szokásainak átalakulása és a vásárlóerő ismert regionális különbségei, valamint a falu-város differencia rajzolódik ki élesen. Külön megjelenik az aprófalvak vonatkozó társadalmi jellemzőinek elemzése és a helyi boltok fokozatos megszűnésének okai. Az utolsó fejezetben, szakirodalmi példák logikai rendszerezése alapján kerülnek bemutatásra a kritikus fennmaradás és a megszűnés problémájára adott, illetve adható válaszlehetőségek, külön értékelve benne a magyarországi dimenziókat. Az összegzésben a hazai vonatkozó szakpolitikai elemek jelennek meg.

Kulcsszavak: aprófalvak, kiskereskedelem, élelmiszer

#### Abstract

The topic of the study is the analysis of the main sectoral and territorial characteristics of retail food supply in Hungary, focusing on the problems of small villages. Firstly, the paper shows the versatile scientific research of the topic and we summarize the special Hungarian territorial aspects, highlighting the European Union membership, the post-socialist character. At first the paper analyses the supply and demand side, from sectoral and territorial perspectives. In the former, the increasing concentration of retail is perceived in the form of foreign-owned chain stores, and the regional and local differences of retail

supply, by which the disadvantages of the smaller settlements, the determinant of the settlement hierarchy, the density differences determined by the solvent demand, as well as certain regional social differences (suburbanisation, tourism, etc.) can be detected. Later the change in the shopping habits of the population and the difference in the village-town dimension are shown. The description of the social characteristics of the small villages and the reasons of the disappearance of the shops are in the next section. In the last chapter, the paper presents some possibilities to give answer to the latter problem based on the logical systematization of the literature examples, specifically addressing Hungarian dimensions. In the end some elements of the relevant domestic policy dimensions are highlighted.

Keywords: small villages, retail, food

## BEVEZETÉS

A vidéki kiskereskedelmi alapellátás és fogyasztás problémaköre ma Magyarországon nincs a társadalmi és döntéshozói érdeklődés fókuszában, ugyanakkor vannak olyan jelenségek, elsősorban a bolt nélküli aprófalvak megléte, amelyek abba az irányba mutatnak, hogy ez a komplex kérdéskör a jövőben egyre inkább felértékelődik majd. Ez az elemzés e kialakuló probléma keretét, alapjait, folyamatát és megoldási lehetőségeit mutatja be.

Tanulmányunkban arra vállalkozunk, hogy szakirodalmi feldolgozás és statisztikai adatok révén feltárjuk és bemutatassuk a magyarországi élelmiszer-kiskereskedelem általános jellemzőit, a kínálati és a keresleti oldalt ágazati és területi szempontból, valamint ezek aprófalvakra vonatkozó jegyeit, külön kitérve a falusi kisboltok fő problémáira és a boltok megtartásának, az ellátás újjászervezésének esetleges lehetőségeire. Célunk nem egy konkrét kutatás lefolytatása, a tanulmány sem ezt a szerkezetet követi, hanem egy felértékelődő jelenség többoldalú megközelítésének kidolgozása, s ezzel jövőbeli kutatások megalapozása.

Az első részben a fogyasztás többoldalú tudományos kutathatósága és aktualitása kerül bemutatásra, amelynek keretében a speciális hazai területi vonatkozások, kifejezetten az európai uniós tagság és a posztoszocialista jegyek összegzése lelhető fel. A tanulmány következő, nagyobb részében a kínálati és a keresleti oldal került leírásra, ágazati és területi szempontból is közelítve a kérdéshez. Külön rész foglalkozik az aprófalvak vonatkozó társadalmi jellemzőinek elemzésével és a kisebb boltok megszűnésének okaival. Az utolsó fejezetben szakirodalmi példákon keresztül kerül bemutatásra ezen megszűnések problémájára adott, illetve adható válaszlehetőségek. Az összegzésben a hazai vonatkozó szakpolitikai elemek jelennek meg.

A bevezetésben, a terjedelmi korlátok miatt, csak utalni tudunk arra, hogy e téma milyen nagyobb keretben helyezhető el és miért aktuális. A fogyasztás nem valamilyen egyedülálló és absztrakt jelenség, amelyet pillanatnyi igények vezérelnek, hanem olyan komplex mechanizmus, amely kölcsönhatásban van a társadalmi és térbeli környezetével (Kozák, 2010). A fogyasztás jelenségét

tudományos oldalról, mindenkori aktuális paradigmái között, a mikroökonómia, a szociológia, a pszichológia, a marketing, a regionális gazdaságtan, a geográfia és a történelemtudomány is vizsgálja. E széles körű érdeklődés fókuszában a jelenség számos dimenziója áll. Tanulmányunk szempontjából fontos, hogy egy rendkívül komplex társadalmi jelenséggel állunk szemben, amelyet az alábbiakban mi elsősorban a fogyasztás területi jellemzőinek feltárásával (tehát elsősorban regionális gazdaságtani és fogyasztásföldrajzi szempontokból) közelítünk meg, illetve szakpolitikai modellek áttekintésével egészítünk ki. Emellett az is fontos, hogy ha a szakpolitika tehet a problémára egyfajta gyors megoldási kísérletet, akkor viszont a jó döntésekhez többféle szakmai oldal álláspontjának az ismerete szükséges.

Az elmúlt évtizedekben a fogyasztás, mint társadalomtudományi jelenség, kutatása jelentősen felértékelődött több új tényező hatására. Ennek egyik fő oka egyrészt a globalizáció révén bekövetkező transznacionális élelmiszerkiskereskedelem és a fogyasztási javak földrajzi származásának erőteljes bővülése. Az átalakuló kínálati piac a befogadó országban növeli a kiskereskedelem koncentrációját, így számos kis, kevésbé tőkeerős magánüzlet megszűnik, ami a helyi ellátás (és foglalkoztatás) helyzetét rontja (Györe et al., 2009). Egy másik ok a környezeti szempontok figyelembevételé miatt a fenntartható fogyasztás kérdése. Szintén az érdeklődést növeli, hogy az új digitális lehetőségek, az e-kereskedelem, a webáruházak megreformálták az emberek életvitelét, és más fogyasztási közeget teremtettek. Ezekén túl a marketing oldaláról is új elemek merülnek fel, köszönhetően a megváltozó fogyasztói magatartásnak.

A hazai falusi kiskereskedelem esetében elsősre távolinak tűnnek egyes új jelenségek, ám nem szabad megfeledkezni arról, hogy egyrészt részese a globalizáció több elemének, valamint bár a falvak lakossága jellemzően egyre csökken, mégis ellátásra jogosult az új körülmények (pl. multinacionális vállalatok térhódítása) esetén is, és a fogyasztás, vásárlás összetársadalmi és a nyugati piacgazdasági környezet többé-kevésbé általános érvényű szempontjai már befolyásolhatják a magyarországi kistelepülések keresleti (pl. tudatos vásárló) és kínálati (pl. e-kereskedelem) oldalát.

## **1. AZ ÉLELMISZER-KISKERESKEDELEM ÁGAZATI ÉS TERÜLETI JELLEMZŐI MAGYARORSZÁGON**

### **1.1. ÁLTALÁNOS TERÜLETI DIMENZIÓK**

A fogyasztás különbözőségének jelensége nem csak gazdasági, társadalmi, hanem területi dimenziók szerint is fennáll. A regionális földrajzi sajátosságok, kiegészülve a történelmi múlttal (tér és idő) megkerülhetetlenek egy földrajzi térség vizsgálatakor, így a magyarországi fogyasztás elemzésekor is van néhány olyan területi dimenzió, amely meghatározó.

Egyrészt fontos területi és gazdasági dimenzió az Európai Unió: hazánk EU tagállam, így kínálati oldalon vannak ehhez kötődő specialitások, mint az áruk áramlásának szabadságából eredően a külföldi kínálat egyfajta korlátatlansága, valamint a vonatkozó közös jogi szabályozás (EU előírások), közte például a termékek előállítására és forgalmazására irányuló reguláció.

Fontos területi és társadalmi, gazdasági szempont, hogy Magyarország egy posztoszocialista ország, amely erős befolyást gyakorol a fogyasztás jelenségére is. Egyrésztől kereslet oldali specialitásokat találhatunk: a posztoszocialista országokban átalakuló társadalomról beszélünk, ahol a különböző generációk közül az idősebbek fogyasztási szokásai még kötődhetnek az előző politikai-gazdasági időszakhoz (benne például a hiánygazdasághoz) (Sevcenko, 2015), miközben egyre nő az aránya azon generációnak, amelynek a fogyasztói magatartása a „modern”, a fejlett világ országaiéhoz hasonló. Ennek ellenére nem szabad megfeledkezni az elég nagyszámú idősről: nyugaton számottevő vásárlóerő potenciált jelentenek a magas nyugdíjjal rendelkezők, és hazánkban is megjelent már ez a réteg, illetve összességében is emelkednek a jövedelmeik (a KSH adatai szerint a legszegényebb jövedelmi ötödben az idősek aránya 11%, a többi jövedelmi ötödben 25% körüli) (Kovács-Sikos, 2018). A kínálati oldalt nézve pedig megállapítható, hogy lassan három évtizede piacgazdaság működik az országban, ennek azonban egy keleti verziója, amelyben a külföldi, nyugat-európai cégek nagyobb fokú jelenléte figyelhető meg a kereskedelemben, szemben a gyengébb, illetve lassan erősödő hazai cégekkel. A nemzetközi irodalom kétféle modellt különít el ezen a téren (Agárdi-Bauer, 2000):

- a) Az északi modell főként Dániára, Norvégiára, Németországra, Svédországra jellemző. Ezekben az országokban a hagyományos kis élelmiszerüzletek aránya meglehetősen alacsony, és a szuper- és a hipermarketekben valósul meg a vásárlások nagy része.
- b) A déli modell főként Portugáliára, Spanyolországra, Olaszországra és Görögországra jellemző. Ezek élelmiszer-kiskereskedelmében jelentős szerepe van a hagyományos kisüzleteknek, s a nagy alapterületű üzletek kevésbé dominánsak.

Magyarország esetében az a) modell erősödik (lásd későbbi részekben kifejtve), kérdés, hogy lesz-e még elmozdulás a b) modell felé.

Fontos területi dimenzió hazánkban (is) a város és vidék kettőse. Egyrészt a falvakban még gyakran megvan a lehetősége egyes termékek esetén a saját termelésnek, a városokban ez már erősen korlátozott. Ugyanakkor általános folyamat Magyarországon, hogy visszaszorulóban van a vidéki lakosok saját termelésű fogyasztása és ezzel egyidejűleg gyors ütemben emelkedik az élelmiszerek bolti értékesítése (Györe et al., 2009). Míg a településtípusok (főváros, megyeszékhely, város, község) mentén kutathatók és részben feltárhatóak a fogyasztás egyes különbségei, addig a hét régió (és feltehetőleg a megyék) tekintetében a fogyasztás és regionalitás között érdemi és magyarázható különbségek, összefüggések egyelőre csak a fővárosi agglomeráció nagyvárosi specialitásainál, esetleg az alföldi

régiók agrárkarakterénél mutathatók ki (pl. Kozák, 2010). (A területi különbségek vonatkozó jellemzőiről 2.3.fejezetben írunk.)

Ezen általános tényezők figyelembevételével a vizsgálati témánk szempontjából a hazai kistelepülési jellemzők részletes tárgyalására a következőkben térünk ki. A hazai szakirodalomban két területen találkozunk a témánkkal: egyrészt a hazai kiskereskedelem taglalásánál (kínálat és kereslet, ágazati és területi oldal), másrészt az apró falvakat, azok problémáit jellemző, elemző munkáknál.

## 1.2. A KÍNÁLATI OLDAL ÁGAZATI JELLEMZŐI

Több tudományos tanulmány foglalkozik a kínálattal, azaz a kiskereskedelem helyzetének alakulásával Magyarországon. Ezek egyrészt elemzik az időbeli átalakulást, azaz milyen folyamatok mentek végbe az ágazatban a rendszerváltozást követő időszakban (pl. Agárdi-Bauer, 2000; Györe et al., 2009). Másrészt az egyes kereskedelmi láncokkal külön-külön is foglalkoznak (pl. Horváth-Szilvási, 2007). E munkákban az aprófalvak ügye érintőlegesen kerül elő, ám több lényeges, kapcsolódó megállapítást is tartalmaznak.

Az 1990-es évekről elmondható, hogy a rendszerváltozást követően a korábbi állami (kb. 60%) és szövetkezeti (kb. egyharmad) tulajdonban lévő kiskereskedelmi egységek privatizálásra kerültek, és a hazai gazdasági társaságok, egyéni vállalkozók mellett a külföldi cégek is megjelentek (akár felvásárlás, akár új beruházások révén) a szektorban. (A boltátvétel és -nyitás kezdeti fellendülésekor a lakosságra vetített üzletek száma az európai átlag háromszorosát érte el.) Az idővel kialakuló árverseny a kisebb vállalkozásokat azonban nehéz helyzetbe hozta, így csökkent az egyéni vállalkozások száma, és elindult egy felvásárlási folyamat, amelynek eredményeként a kiskereskedelemben egyre kevesebb vállalat a teljes forgalom egyre nagyobb százalékát mondhatta magáénak (ágazaton belüli koncentráció). Területi szempontból elmondható, hogy az 1990-es évek végén az ország kevésbé fejlett megyéiben nagyobb volt a hazai egyéni vállalkozók részesedése, feltehetőleg a „kényszervállalkozók” miatt, illetve az alacsony vásárlóerő és az infrastrukturális hiányosságok nem voltak vonzóak a nagy üzletláncok számára (Agárdi-Bauer, 2000).

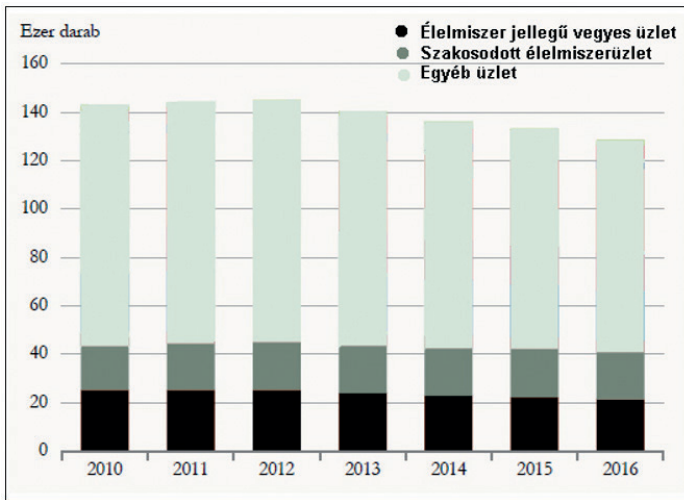
A 2000-es években az előbbi folyamat, a kiskereskedelem belső koncentrációja folytatódott, és az évtized végére a nagy alapterületű boltokat üzemeltető multinacionális vállalkozások és a kis-közepes boltokat összefogó magyar tulajdonú beszerzési társaságok lettek a nyertesek. Bár a 2000-es évek elejétől az egyéni vállalkozások száma és aránya egyaránt tovább csökkent, ugyanakkor az élelmiszerkereskedelemben sajátosság maradt a kisboltok továbbra is igen nagy száma. Ennek oka, hogy kettéválik a főváros, városok és a falvak élelmiszerkereskedelmi struktúrája, mivel a kiskereskedelmi láncok csak a nagyobb lélekszámú településeken terjeszkedtek (Györe et al., 2009). A boltok magas számát tükrözte, hogy 2003-ban az 1 000 lakosra jutó boltok száma 15 volt hazánkban, míg az EU15 esetében csak 11 (Seres, 2006). A bolttal ellátott településeknél az egységnyi bolterületre

jutó forgalom települési sajátossága volt, hogy a népesebb településeken, városokban ez az érték egyre magasabb, ám a legalacsonyabb értékeket a 2-5 ezer fős településeken találjuk 2003-ban (Seres, 2006), nem a legkisebbeknél. A legkisebb falvak esetében feltételezhető a kis alapterületű üzletméret, vagy akár a monopól helyzetből (egy bolt van a faluban) eredő magasabb ár, míg a közepes lélekszámú falvaknál már feltételezhető a több boltból és versenyből eredő mérsékelt ár. Feltételezésként jelenik meg az is, hogy ráadásul a kisboltoknál e mögött meghúzódhat akár alacsony ellátási színvonal, sajátos nyitvatartás, alacsony választék, kihasználatlan kapacitások, ami gyengíti az ellátási színvonalat, ami a nagyobb települések esetében – éppen a verseny miatt – sokkal jobb lehet. Ezek konkrét feltárása a jövő kutatási feladata lehet.

A 2010-es évekre jellemző a korábbi koncentráció növekedése (1. ábra). A KSH 2017-es jelentése alapján 2016 végén közel 129 ezer kiskereskedelmi üzlet működött Magyarországon, csaknem 15 ezerrel kevesebb, mint 2010 végén, de elsősorban a nem élelmiszertermék jellegű üzletek száma esett vissza, és az élelmiszer és élelmiszer jellegű vegyes üzleteké csak kisebb mértékben csökkent: a 2010. év végi 43,5 ezres állomány 2016 végére „csak” 5,9%-kal, 41,0 ezerre csökkent. A csökkenés döntően az élelmiszer jellegű vegyes üzletek számában bekövetkezett 16%-os visszaesés következménye, amit a szakosodott élelmiszerüzletek számának növekedése (8,2%) némileg kompenzált. (Ez utóbbi üzlettípuson belül jelentősen emelkedett az egyéb élelmiszer-; a kenyér-, pékáru- és édes-ség-; valamint a zöldség-, gyümölcsüzletek száma.) A csökkenésben az online pénztárgéprendszer kialakítása, valamint a 2015 márciusában bevezetett – közel egy évig érvényben lévő – vasárnapi nyitvatartás tilalma játszhatott szerepet. Ugyanakkor az országos kiskereskedelmi forgalom naptárhatástól megtisztított volumene 2013 óta évről évre emelkedik az élelmiszer-szaküzletekben (2016-ra 141%-ra nőtt) (KSH, 2017)

1. ábra A kiskereskedelmi üzletek számának alakulása 2010 és 2016 között

Figure 1 Changes in the number of retail stores, 2010-2016



Forrás: KSH, 2017

A további koncentrálódást mutatja, hogy míg a kis alapterületű (120 m<sup>2</sup> alatti, valamint a 120 és 1 000 m<sup>2</sup> közötti) üzletek száma 2012 óta szinte folyamatosan csökkent, addig az 1 000 m<sup>2</sup>-nél nagyobb egységek száma gyakorlatilag töretlenül emelkedik, valamint az országos üzletállomány egyre nagyobb hányadát működtetik társas vállalkozások. Ráadásul az élelmiszer- és élelmiszer jellegű vegyes üzletek esetében a külföldi vállalkozások által működtetett boltok száma közel olyan mértékben nőtt, mint amilyenell a hazai üzemeltetésűeké csökkent (KSH, 2017).

Ezek kapcsán érdemes röviden kitérni a boltkategóriákra. Többféle csoportosítás létezik a kiskereskedelmi üzletekre, ahol a működtetés szempontjából azonban alapvetően három típusról beszélhetünk:

- Multinacionális kiskereskedelmi vállalatok (TESCO, SPAR, LIDL, AUCHAN, PENNY MARKET, ALDI);
- Társulásba tömörült hazai tulajdonban lévő cégek (COOP, CBA, REÁL);
- Független mikro- és kisvállalkozások.

Az első kettő esetében az üzletek számát és a forgalmi adatokat az 1. táblázat tartalmazza (részletesebben ld. <http://trademagazin.hu/hu/kereskedelmi-toplistak/>). Látványos a hazai tulajdonú kereskedelmi láncok boltszámának és relatív pozícióinak romlása, valamint az üzletek eloszlásában és forgalmában lévő nagy differencia: 2017-ben 10 303 üzlet volt a kilenc vezető cég birtokában, a hat külföldinél ennek mindössze 12%-a, amely azonban a kilenc cég forgalmának 64%-át bonyolította le.

1. táblázat: A vezető hazai kiskereskedelmi üzletláncok száma és forgalma a Trade Magazin Kereskedelmi Toplistája alapján, 2017, 2014, 2010

Table 1 Leading domestic retail store chains based on the Trade Magazin Kereskedelmi Toplista, 2010, 2014, 2017

Sorrend üzletek száma alapján (2017)	Név	Üzletek száma, 2017	Üzletek száma, 2010. év %-ában	Üzletek száma, 2014	Üzletek száma, 2010	Forgalom (Mrd Ft), 2017	Sorrend, forgalom alapján 2017 (2012)
1.	COOP	4 910	93%	5 370	5 250	604,0	2. (3.)
2.	CBA	2 086	71%	2 289	3 072	508,0	4. (2.)
3.	REÁL	2 049	89%	2 300	2 320	398,2	6. (5.)
4.	SPAR	519	254%	419	399	562,5	3. (4.)
5.	PENNY MARKET	215	132%	197	186	260,1	8. (8.)
6.	TESCO	206	169%	209	205	808,8	1. (1.)
7.	LIDL	169	188%	163	135	450,0	5. (6.)
8.	ALDI	129	287%	100	73	208,0	9. (9.)
9.	AUCHAN	20	200%	19	12	363,5	7. (7.)

Forrás: Saját szerkesztés a Trade magazin kereskedelmi toplista alapján

A nagy kereskedelmi láncok mellett kisebbek is üzemelnek Magyarországon, ilyen például Budapesten az éjjelnappali üzemmódban működő Manna ABC (14 üzlet), Ronni ABC (13), vagy az online vásárlást biztosító GRoby (5). Mindezeket túl pedig léteznek a független kisboltok (1-2 üzlet vállalkozásonként), amelyek száma mintegy 30 ezer lehet. Ahogy korábban írtuk, ezek száma jelentősen csökkent az elmúlt évtizedekben. Ennek hátterében a független kisboltok hátrányai állhatnak, mint a korlátozott áruválaszték, korlátozott (vagy nincs) raktér, tőkehiány, szerényebb szakmai ismeretek (szakmai képzés hiánya), stratégia hiánya, esetenként akár illegális értékesítés, illetve fekete munka. Ugyanakkor előnyeik lehetnek az előzékeny, személyre szabott kiszolgálás, helyi közösségi élettér biztosítása, rugalmas alkalmazkodás a kereslethez, illetve a nagyvárosokban választékbővítést szolgálhat (napi szintű szükségletek kielégítése), míg a kisebb vidéki településeken megoldás lehet a helyi ellátásra (ellátják azokat a fogyasztókat, akik kívül esnek a nagy láncok piaci hatókörén), illetve növelheti a foglalkoztatást is (közvetlenül, közvetve) (Seres, 2006; Györe et al., 2009).

A kisebb boltok jövőjét tekintve továbbra is kérdés, hogy fent, illetve, mekkora arányban tudnak fent maradni, ahogy ez az 1990-es, majd 2000-es évek kérdése is volt (amikor társulást, láncokhoz való csatlakozást javasoltak számukra).



### 1.3. A KÍNÁLATI OLDAL TERÜLETI, TELEPÜLÉSI JELLEMZŐI

A 2000-es évek elejétől Magyarországon a kiskereskedelmi üzletek száma, egy 2006-ig tartó emelkedő tendenciát követően, alapvetően csökken. A KSH megyei bontású idősorainak tanúsága szerint különösen 2015 és 2017 között gyorsult fel a csökkenés üteme. A legújabb adatok alapján országos átlagban 74 lakos jut egy kiskereskedelmi egységre, míg 2000-ben ez az érték 65, 2005-ben 60 fő volt (KSH, 2017).

Az aktualitások tekintetében elmondható, hogy kiemelkedően magas Budapest lakosságának kiskereskedelmi üzleti ellátottsága, ahol 60 főre jut egy kiskereskedelmi üzlet. Ezt követi Tolna (61 fő/üzlet), valamint Bács-Kiskun (66), Zala (67) és Csongrád megye (68 fő/üzlet). 2017 végén a lakosság ellátottsága Fejér (93 fő/üzlet), Borsod-Abaúj-Zemplén, valamint Pest (89 fő/üzlet) megyében volt a legalacsonyabb (KSH, 2018). Feltételezhetjük, hogy Fejér megye esetében a Budapesthez és az agglomeráció délnyugati-nyugati területeihez közeli földrajzi pozíció, valamint a két megyei jogú város, Székesfehérvár és Dunaújváros kereskedelmi központi szerepe állhat a kedvezőtlennek tűnő helyzet háttérében. Budapest gravitációs hatására vonatkozó feltételezést erősíti Pest megye adata is. Más területi társadalmi-gazdasági kihívásokkal küzd viszont Borsod-Abaúj-Zemplén, illetve a szintén jóval az országos átlag feletti értékkel rendelkező Nógrád megye: mindkettőnél feltehetően a gyengébb vásárlóerő áll az alacsonyabb fokú ellátottság háttérében. Regionális szinten nézve, megállapítható, hogy a kiskereskedelmi forgalomból a lakónépesség arányához képest Közép-Magyarország jelentősen, Nyugat-Magyarország kisebb mértékben felülreprezentált. Ezekben a területeken a nagyobb kiskereskedelmi forgalmat főként a magasabb lakossági vásárlóerő indukálta, de a turizmus, a jelentős átutazó forgalom, a más területekről ingázók vásárlásai is hozzájárultak a kiskereskedelmi eladások magasabb szintjéhez (KSH, 2018).

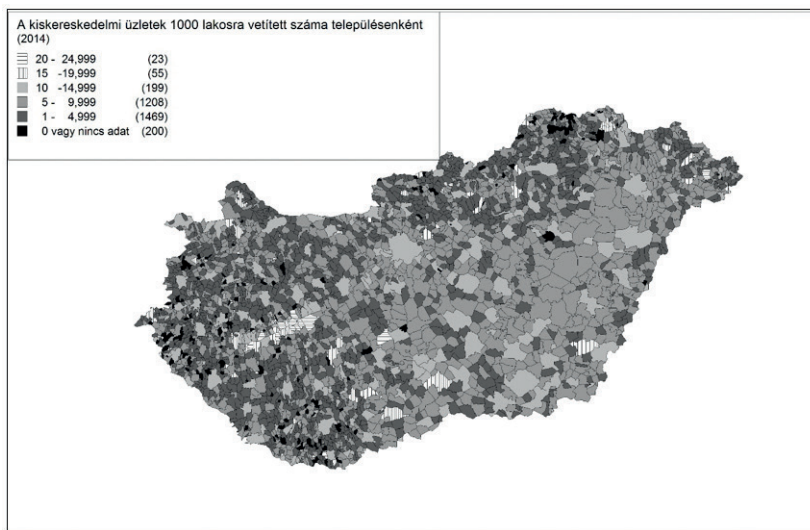
A magyarországi településhálózat kiskereskedelmi ellátottságának elemzése során azzal a nehézséggel kell szembenéznünk, hogy az utolsó járási, illetve települési szintű adatok a Központi Statisztikai Hivatal adatköreiben a 2014-es évre vonatkozóan állnak rendelkezésre. A 2015 és 2017 közötti időszakban ezen a területi szinten mindössze a dohánykereskedelmi egységek számáról rendelkezünk információval. Ha pedig hosszabb időtávban, 2000 és 2014 között kívánjuk vizsgálni a kiskereskedelmi egységek számának alakulását, azt tapasztalhatjuk, hogy a 2009 és 2010-es adatsorokban igen nagy az adathiány, a megelőző és azt követő éveket vizsgálva hozzávetőlegesen mintegy 10 000 egység hiányzik az adatsorból (főként a tanulmány fókuszát képező települési körben), miközben a mutató definíciója és módszertana nem változott.

A kiskereskedelmi üzletek 1 000 lakosra vetített értékének járási metszetben történő vizsgálata során kirajzolódik, hogy a centrum-periféria viszonyok, valamint a fizetőképes kereslet megléte vagy éppen nem léte mellett egy-egy járás településhálózati jellegzetességeivel is összefüggésbe hozható a fajlagos kereskedelmi ellátottsági mutató (2. ábra). Az ország tíz leggyengébb értékét (7, illetve 8 üzlet/1 000 fő) produkáló járása közül hat észak-magyarországi (Cigándi, Edelényi,

Putnoki, Szikszói, Rétsági, Gönci). Mellettük egy Pest megye északi határmenti járása (Szobi), egy Fejér megye belső periferiája (Polgárdi járás), valamint kettő pedig Győr-Moson-Sopron megye olyan járása, amelyek központja kifejezetten alacsony lélekszámú városi rangú település, ahol a járást zömében kis- vagy aprófalvak adják, és a megye, illetve régióközpontokhoz térben közel helyezkednek el (Téti és Pannonhalmi járás). Ezzel szemben a legmagasabb ellátottsági mutatókkal két Balaton térségbeli járás rendelkezik: a Balatonfüredi (29 üzlet/1 000 lakos) és a Siófoki (25 üzlet/1 000 lakos), ahol az ilyen mértékű szolgáltatásúrság a vendégforgalom által megtestesített fizetőképes kereslet által indukált. A rangsor harmadik helyén a Békéscsabai járás áll, ahol viszont feltehetően a ritka szövetű, ám relatíve magas népességű településeket magába foglaló, tipikusan alföldi településszerkezet okozza mindezt.

2. ábra: A magyarországi települések kiskereskedelmi üzletekkel való relatív ellátottságának különbségei, 2014

Figure 2 Differences in relative supply with retail stores in Hungarian settlements, 2014



Forrás: KSH T-STAR alapján saját szerkesztés

Jogállás szerint vizsgálva a hazai településhálózat kiskereskedelmi ellátottságban tapasztalható viszonyait, megállapítható, hogy 2000 és 2014 közötti másfél évtizedben egyedül a főváros esetében mutatható ki bővülés a kiskereskedelmi egységek összesített számában. A bázisévhez képest 17%-os növekedés volt, miközben országosan ebben az időintervallumban mintegy 8%-os csökkenés rögzíthető. A megyei jogú városok kiskereskedelmi egységeinek száma 3,4, a város-

oké 11,6, a nagyközségeké 18,6 százalékkal mérséklődött. A legnagyobb mértékű visszaesés a községek körében tapasztalható, ahol a 2000-es bázisév értékének 71,5%-ára esett vissza a kiskereskedelmi üzletek száma. A kiskereskedelmi egységek lakosságszámra vetített értéke időbeli dinamikus változásai kapcsán érdemes kiemelni, hogy a településcsoportok közötti különbségek fokozódása kutatható. A 2000-es évek eleje óta összességében a szolgáltatási centrumok és periférikusabb helyzetű települések viszonyában az ellátottságbeli eltérések növekedése mutatható ki. A kiskereskedelmi egységek a nagyvárosokban változó mértékben, de sűrűsödnek a lakosságszámhoz mérten, míg a településhierarchia alacsonyabb szintjein népességarányosan csökken az ellátottság.

Budapesten és a megyei jogú városokban jelentősen, a városi jogállású településeken kismértékben az országos átlag alatti az egy kiskereskedelmi egységre jutó lakosságszám. A nagyközségekben ez a szám már jóval az országos középérték felett pozicionálódik. A községekben viszont egy kiskereskedelmi egység átlagosan 121 lakost szolgált ki, ami az országos átlag 1,7-szerese (2. táblázat).

2. táblázat: Az egy kiskereskedelmi egységre jutó lakosok száma a különböző jogállású településeken, fő, 2000, 2008, 2014

Table 2 Number of inhabitants per retail unit in settlements with different legal status, 2000, 2008, 2014

<b>Jogállás</b>	<b>2000</b>	<b>2008</b>	<b>2014</b>
Főváros	61,92	54,37	52,75
Megyei jogú városok	54,46	52,11	53,99
Városok	57,85	56,14	63,55
Nagyközségek	80,01	82,66	94,59
Községek	91,17	102,28	120,86
<b>Országos átlag</b>	<b>65,04</b>	<b>63,43</b>	<b>68,35</b>

Forrás: KSH - TeIR

A községi jogállású települések ellátottsági viszonyainak alakulására vonatkozó vizsgálatok szükségességét a fentiek szerint a területi statisztikai adatok is megalapozzák. Ha ezt a településkört mélyebb elemzés alá kívánjuk vetni, célszerű a települési funkciókat nagymértékben determináló népességszám alapján kategóriákat képezni (3. táblázat).

3. táblázat: A kiskereskedelmi ellátottság főbb mutatói a községekben  
lélekszám-kategóriánként, fő, 2014

Table 3 Main indicators of retail supply in villages by number of inhabitants, 2014

Lélekszám kategória	Egy kiskereskedelmi egységre jutó lakosság	Egy élelmiszerüzletre jutó lakosság	Ezer főre jutó kiskereskedelmi egység	Ezer főre jutó élelmiszerüzlet
0 - 499	152,56	229,45	6,55	4,36
500 - 999	147,93	303,66	6,76	3,29
1000 - 1999	130,70	343,05	7,65	2,92
2000 - 2999	123,75	409,21	8,08	2,44
3000 felett	127,52	512,14	7,84	1,95
<b>Községi átlag</b>	<b>133,68</b>	<b>343,10</b>	<b>7,48</b>	<b>2,91</b>
<b>Országos átlag</b>	<b>68,35</b>	<b>430,19</b>	<b>14,63</b>	<b>2,32</b>

Forrás: KSH - TeIR

A kiskereskedelmi üzletek – tehát minden kiskereskedelmi egység – ellátottsági mutatója esetében a legrosszabb helyzetben az 1 000 fő alatti népességgel bíró települések vannak, ezek között is különösen kitűnik az 500 lakosnál kisebb aprófalvak vonatkozásában jelentkező ellátáshiány. A községek között a hierarchikus rend várható hatásaitól eltérően némileg kedvezőbb a 2000–2999 fős népességgel bíró települések 3 000 fölöttiekhez viszonyítható helyzete ebben a dimenzióban.

Ugyanakkor az aprófalvakban élő lakosság élelmiszerüzletek vonatkozásában tapasztalható ellátottsági viszonyai az országos és községi átlagértékekhez képest jóval kedvezőbbnek mutatkoznak a statisztika szerint. Ebből következően az aprófalvakban található kereskedelmi ellátó egységek túlnyomó része élelmiszer elárúsító helyként működik, amit a lakosság helyben kielégítésre szoruló elemi szükségletei hívnak életre. Ugyanakkor tény, hogy a statisztikai adatok mögött valós rendszerszintű akadályok vannak jelen: éppen ezeken a településeken élők szembesülnek a rövid nyitva tartással, a szűk és nem megfelelő kínálat, a verseny hiányából eredő magas árakkal és a boltbezárások okozta mindennapi problémákkal.

#### 1.4. A KERESLETI OLDAL ÁGAZATI ÉS TERÜLETI, TELEPÜLÉSI JELLEMZŐI

A piac másik oldala a kereslet. Ezt nehezebb feltárni, mivel széleskörű lakossági felmérések szükségesek hozzá, illetve a téma számos elemének bemutatása és magyarázata túlmutat jelen tanulmány keretein. Így e kérdéskör csak néhány fontosabb vonatkozását érintjük. Magyarországon a GfK piackutató intézet végzett

rendszeres elemzéseket a kiskereskedelem és a fogyasztási szokások változásairól. Már egy 1997-es lakossági felmérésük (GfK 1997) rámutatott a keresletet meghatározó főbb jellemzőkre:

- A szabadidő lecsökkent, így a fogyasztók kevesebb alkalommal keresik fel az üzleteket, s nagyobb tételben vásárolnak, valamint igyekeznek mindent egy helyen megvásárolni.
- A megkérdezettek 90 százaléka úgy véli, hogy a nagy szupermarketek, bevásárlóközpontok jobban kielégítik a vásárlók igényeit, mint a hagyományos kiskereskedelmi egységek.
- A bevásárlásokat egyre inkább a hétvégére időztítik, és a vásárlást szabadidős programként kezelik.
- A lakosság mobilitása jelentős mértékben megnövekedett, a megkérdezettek fele autóval, családotól jár bevásárolni.
- Az idősebbek alacsony vásárlóerővel rendelkeznek, viszont közülük kerül ki a hagyományos kis üzletek vevőköre.

Ha a területi oldalt nézzük, akkor megállapítható, hogy a GfK Piackutató Intézet által 1998 óta publikált vásárlóerő riportok szerint a megyeszékhelyek jobb pozícióban vannak, mint más városok vagy kisebb községek. Az északkeleti országrész, ezen belül Szabolcs-Szatmár-Bereg és Borsod-Abaúj-Zemplén megyék depressziós térségein belül lévő kis lélekszámú településeken a legalacsonyabb a vásárlóerő index (Kozák, 2010).

Legújabban szintén a GfK mutatott rá 2018-as hazai vásárlóerő elemzésében, hogy a megelőző években folyamatosan nőtt az országos átlagos vásárlóerő, azonban még így sem éri el az uniós átlag 50%-át, valamint a megyék tekintetében radikális különbségek figyelhetők meg. Mint a legtöbb gazdasági mutató vonatkozásában, a vásárlóerő kapcsán is elmondható, hogy Budapest, valamint Pest megye, illetve az észak-dunántúli megyék átlagon felüliek. Ezzel szemben a Dél-Dunántúl, Dél- és Észak-Alföld megyéiben mért vásárlóerő jóval az átlag alatt marad, Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében nem éri el az átlag 80%-át sem (GfK Vásárlóerő, 2018).

Szintén 2018-ban a GKI Gazdaságkutató készített egy hosszú idősoros (2009-2016) vásárlóerő elemzést a hazai településekről. 2016-ban az egy főre jutó vásárlóerő 1,2 millió Ft volt Magyarországon, azonban a főváros, megyei jogú városok, városok és falvak összehasonlításában a községi rangú települések hátrányára nagy különbség volt mérhető; a két szélsőérték között mintegy 3 millió Ft különbséggel. A vizsgált évben a jellemzően aprófalvas Zala, Somogy, Tolna, Baranya és Borsod-Abaúj-Zemplén megye sok száz településén, valamint Szabolcs-Szatmár-Bereg és Hajdú megye összefüggő térségeiben (összesen 280 helyhatóságban) az átlagos vásárlóerő nem érte el a 800 ezer Ft-ot. Zömében a felsorolt területeket érintve 2009 és 2016 között 55 településen csökkent, 156 településen stagnált a vásárlóerő, illetve a vidéki Magyarország 677 településén átlag alatti 15-30%-os volt az érték növekedése. (Az országos átlagos növekedés településkategóriánként

30–45%-os volt.) A 2010-es évek első felében, a kereslet differenciáit alapvetően meghatározva, mélyültek az országon belüli területi különbségek (GKI, 2018).

A falvak és városok vonatkozásában azonban nem csak a vásárlóerő mértéke, hanem a kereslet szerkezetét tekintve is különbségek mutathatók ki. Erről legutóbb Virágh és Szepesi (2018) készített egy összefoglalást. 2016-ban a falvakban élők havi nettó átlagjövedelme mindössze 87 ezer Ft volt, amely révén az átlagos életszínvonalhoz szükséges összegnek csak mintegy 80%-át keresik meg. A teljes népesség mintegy 29%-a él községi rangú településeken, de a legtöbb fogyasztási kategóriában (közlekedés, kultúra, hírközlés, ruházat, oktatás stb.) arányaikhoz mérten az országos átlagnál jóval kevesebbet költenek, ez alól csak a szeszésital, dohányárú, valamint az élelmiszerek és alkoholmentes italok jelentenek kivételt, ahol részarányuk szerint jelennek meg a fogyasztási piacon. Ezzel szemben a hüvelyesek, uborka, burgonya, vöröshagyma, cseresznye, cukor, kenyér, növényi olajok, állati zsiradék, sertéshús tekintetében 23–59%-kal többet fogyasztanak a városi lakosokkal szemben (Virágh-Szepesi, 2018). Az átlagostól eltérő összetételű fogyasztói kosár szintén befolyásoló tényező a kistelepülések kereskedelmi ellátásának vonatkozásában.

## **2. AZ APRÓFALVAK KISKERESKEDELMI ELLÁTÁSÁNAK SAJÁTOS JELENSÉGEI MAGYARORSZÁGON**

2018. január 1-jén az ország településeinek valamivel több, mint harmada (36%) 500 főnél kisebb aprófalvú volt, és ezekben az ország népességének mindössze 3%-a élt. (A települések külterületein az ország lakosságának 3%-a lakik a 2011. évi népszámlálás adatai alapján, arányuk főleg az alföldi megyékben magas.) Aprófalvaink elhelyezkedése a mai Magyarország területén elsősorban a hegyvidékeinkre és dombvidékeinkre korlátozódik, továbbá jellemzően hazánk külső periferiáján található. Nem oszlanak el egyenletesen az egyes területeken: tömbökben csak Zala, Baranya és Borsod-Abaúj-Zemplén megye településhálózatában vannak jelen, míg elszórtan több megyében is találunk aprófalvakat (Bajmócy–Makra, 2015).

Általánosan közelítve az alapprobléma a következő (Kiss, 2008a, 31): „a 18. század előtt a lakosság többsége által igénybe vett „alapellátás” a falvakban – a papot kivéve – nemigen létezett Magyarországon, így ezek hiánya nem befolyásolta a falvak életét. Ekkortól azonban folyamatosan jelentek meg, illetve intézményesültek, „piacosodtak”, s váltak a mindennapi élet elengedhetetlen részévé olyan szolgáltatások, mint az elemi iskola, a baba és az orvos, egyes mesteremberek, a kocsmá, a vásár, a helyi közigazgatás; majd a 20. századtól a bolt, a posta, a modern közlekedés lehetősége stb. is. Néhány száz lakosú községekben ezek soha nem voltak gazdaságosan megszervezhetőek, s ennek problematikus volta a következő kétszáz évben egyre inkább tudatosodott az érintettekben is (Beluszky–Sikos, 2007). Így vált a 20. századra az aprófalvak legsajátosabb prob-

lémájává az alapellátás, illetve a helyben hiányzó szolgáltatások elérhetőségének biztosítása.” (Itt említhetjük meg, hogy többféle csoportosítás és elnevezés van a falvak, települések esetében, mi e munkában azt próbáljuk követni, hogy aprófalunak az 500 fő alatti településeket tekintjük, míg a kisfalu 500-1000 fő közötti lakossal bír, és általánosan az 1000 fő alattiakat kistelepülésnek hívjuk.)

A hazai apró falvokról számos munka jelent meg az elmúlt időszakban. Korábban alapvetően a társadalmi, gazdasági, infrastrukturális problémák bemutatásán, a kiút keresésén volt a hangsúly, míg az elmúlt években már a helyi gazdaságfejlesztés vált dominánsabbá, mind elméleti vonalon, mind konkrét példákon (eset tanulmányokon) keresztül. Előbbi körben egyik visszatérő problémaként jelenik meg a lakosság ellátásának gyengülése. Ez jelenti az élelmiszerboltok megszűnését, valamint a korlátozott nyitvatartást, foglalkoztatási problémákat, a közeli bevásárlóközpontokkal való konkurálást, illetve az alacsony helyi vásárlóerőt, a csak napi kisebb bevásárlásokat, a drága termékeket és a hitelezés visszásságait (pl. Bank–Rudl, 2004; Feischmidt, 2008; Kiss, 2008b, Glózer–Várad, 2008; Virág–Zolnay, 2010; Józsa, 2014 munkákban). Utóbbi körben viszont pozitív példákat találunk termelői mintaboltokról, szociális boltokról (illetve termelői piacokról) (pl. Czene et al. 2010; Keller et al., 2016; Oláh 2017 munkákban). A kisboltok megszűnésével jár a bevásárlási út meghosszabbodása (kieső idő), a nehezebbé váló bevásárlás, növekvő költségek (utazási költség) és a nem szándékolt (impulzus) vásárlás a nagyobb üzletekben. Hátrányosan érintettek ebben az alacsony jövedelműek, a kis tételben vásárlók, a gépkocsival nem rendelkezők, a nyugdíjasok és a fizikai mozgásban korlátozottak (Seres, 2006).

Az aprófalvak boltjai megszűnésének veszélye, illetve megszűnése kapcsán többféle ok írható le. Alapvető probléma a helyi fogyasztópiac gyengülése. Ez összességében nem az aprófaluban élő népesség számának dinamikus csökkenésében mérhető. Az ezredforduló óta, az ebben a településkategóriában élő lakosság száma mintegy 6 000 fővel növekedett, azzal együtt, hogy a településkör is, mintegy 120 községgel bővült. Vagyis a községi jogállású településen élő népesség fogyását éppen az aprófalvas kategória számbeli és lélekszámbeli bővülése támasztja alá. A jelenség mögött a falusi lakosság elöregedése és elvándorlása áll. Ezzel szemben az aprófalvak 12%-ában figyelhető meg a népesség számbeli gyarapodása az ezredforduló óta. A magas reprodukciós mutatók mögött általában a roma lakosság magas aránya, míg az állandó odavándorlás mögött a magas szintű környezeti-táji értékek (pl. Szántód, Vászoly, Balatoncsicsó) vagy a szuburbanizáció (pl. Bakonykúti, Cserkút, Sóly) mutathatók ki okokként.

Az aprófalvak kiskereskedelmi egységeinek forgalmi mutatóira potenciális veszélyforrás az alacsony vásárlóerő (lásd fentebb), egyre kisebb mértékben befolyásolhatja a saját fogyasztásra termelés. De jellemzőbb, hogy a falu környezetében lévő nagyobb településen a gyakorta külföldi tulajdonú kiskereskedelmi lánc üzletével való versenyt a falusi boltot üzemeltető vállalkozás nem bírja (Seres, 2006; Györe et al., 2009). Utóbbihoz, így a falusi lakosság mobilitásához fontos adalék, hogy az aprófalusi háztartások 60%-ában volt személygépkocsi, illetve



a népszámlálás adatai szerint az ott élő keresők 65%-a naponta ingázóként más településre járt dolgozni (Kiss, 2008a). Másrészt a jogi szabályozás is sújthatja a kisboltokat, példaként említhető a minimálbér emelése, amely megnehezíti a helyi kisebb boltok nyereségének kitermelését, és gyakorta csak a tulajdonost tartják el, vagy idővel még őt se.

Mindezek hatására az összes kiskereskedelmi egységre vonatkozó 2014-es települési adatsor „0” értéket jelez 93 településen, melyek összlakossága 16 637 fő. Vagyis a szakstatisztika szerint ekkora népesség közvetlenül, lakhelyén nem fér hozzá semmilyen kiskereskedelmi szolgáltatáshoz. E községek népességi sajátosságairól elmondható, hogy a 93-ból mindössze négy falu lakónépessége haladta meg az 500 főt, éppen harmaduk pedig a 100-as lélekszámhatárt sem éri el. Térben ezek a kiskereskedelmi ellátással nem rendelkező települések a hagyományosan aprófalvas térségekben koncentrálódnak: Zalai-dombság, Vasi-hegyhát, Borsod-Abaúj-Zemplén megye északi része, Belső-Somogy, Baranya.

Ami csak az élelmiszer és élelmiszer jellegű vegyes üzlettel nem rendelkező települések számát illeti, -2000ben még csak 42 volt (Seres, 2006), ám a legutolsó, települési szinten elérhető adat időpontjáig (2014) eltelt majd' másfél évtized alatt több mint háromszorosára, 134-re nőtt ezen települések száma. Ugyanebben az időpontban 97 további községi jogállású, 500 fős lélekszámot el nem érő településről nem közöl ilyen adatot a statisztikai rendszer. Ezen települések többségének népessége ugyanakkor a 100 főt sem éri el, és megtalálhatók köztük az ország legkisebb lakónépességű községei is (pl. Iborfia, Gagypáti, Zalaköveskút). Fontos, hogy a lakónépességi értékek, valamint a területi elrendeződés tekintetében erőteljes hasonlóság figyelhető meg a kiskereskedelmi egységgel nem rendelkező községek, valamint az adathiányos megfigyelési egységek között (KSH-Telr, 2014). Feltételezhetjük, hogy számos olyan településen, ahol a központi adatbázis nem jelöl értéket, valójában nullás értékről beszélhetünk. Ez értelemszerűen növeli azt a lakónépességi volument, akik lakóhelyén nem működik kiskereskedelmi egység. Óvatos becsléssel megállapítható, hogy vélhetően ez a szám országos szinten meghaladhatja a 20 000 főt. Természetesen mindez nem feltétlenül jelenti azt, hogy ez a népesség súlyos ellátási hiányosságokban szenvedne, hiszen egyrészt a mozgóboltok és az online vásárlási lehetőségek, valamint hagyományosan a szomszédos nagyobb településeken, közeli központi funkciókkal rendelkező – akár országhatáron túli – városokban meglévő szolgáltatóhelyek elégíthetik ki e népesség szükségleteit.

A folyamat mindezek ellenére azonban látványos, prognosztizálható, hogy tovább nő az ilyen falvak száma és ezzel az érintett lakosság nagysága is, így előbb-utóbb a lokális problémák térségivé, akár központivá válhatnak, és megoldási lehetőségek intenzívebb keresését indíthatja el.



### 3. MEGOLDÁSI LEHETŐSÉGEK AZ APRÓFALVAK LAKOSSÁGÁNAK ELLÁTÁSÁRA

#### 3.1. AZ ÉLELMISZERBOLTOK HIÁNYÁNAK PÓTLÁSA ÉS ÚJ EGYSÉG LÉTESÍTÉNEK ALTERNATÍVÁI

A kistelepülések élelmiszer-kiskereskedelmének ügye nem elveszett „csata”. Ezt mutatja egyrészt, ha ezzel a problémával küszködő más európai országokra és megoldási kísérleteikre is kitekintünk, másrészt hazánkban is történtek lépések. A következőkben a megoldási stratégiákat egyfajta rendszerben tekintjük át: először az állandó helyi árusítás hiányának külső megoldásait és az árusítóhelyek újralétesítésének alternatíváit, másodikként a meglévő boltok talpon maradási esélyeinek növelését.

Elsőként az eseteket nézzük, amikor már nincs működő élelmiszer-kiskereskedelmi üzlet a településen. Ilyenkor jönnek szóba a mobilitási szolgáltatások: vagy a vevő megy (jut el) az áruhoz, vagy az áru megy a vevő lakhelyére.

Az első esetben a másik településen működő bolt megközelítése a kérdés. Vannak, akik saját járművel, vagy esetleg tömegközlekedést igénybe véve jutnak el a boltba. Vannak viszont azok az emberek, akik különböző okokból már nem tudnak egyéni közlekedési eszközökkel vagy tömegközlekedéssel járni, de még eléggé mobilisak ahhoz, hogy a bevásárlást saját maguk intézzék, illetve a tömegközlekedéssel gyengén ellátott települések lakói számára ez általában is fennáll. Számukra a megfelelő gyakoriságú mobilitás biztosítása lenne szükséges, de az egyes települések fekvése (távolság) és a potenciális utasok alacsony száma miatt ez nem feltétlenül működtethető gazdaságosan a közösségi közlekedés keretein belül. Külföldi jó gyakorlatként említhető, hogy a mikromobilitás problémájára Ausztria egy térségében például egy egyesület hoztak létre, amely helyi tagjai díjat fizetnek, és cserébe a közösen fenntartott jármű előzetes egyeztetés után eljuttatja őket a szolgáltatókhoz (bolt, bank, orvos stb.) (Fleischmann et al., 2014). Az ilyen önfinanszírozású megoldás az alacsony jövedelmű lakossággal bíró hazai településeken jellemzően nem jelenthet megoldást.

A második esetben a termékek megvásárlása és eljuttatása a kihívás. Ez jellemzően megvalósulhat rokoni, baráti segítség révén (Bódi-Járosi, 2008), amely feltehetőleg napjainkban is több tízezer ember számára jelent megoldást. Hasonló céllal jött létre Magyarországon az 1993. évi III. törvény alapján az önkormányzati szervezésű, államilag támogatott falu-, illetve tanyagondnoki szolgálat, amely az alapvető szükségletek kielégítését segítő szolgáltatás. Ennek tapasztalatai elég vegyesek, (pl. Balog, 2012; Peisser-Puli, 2012; Zárol, 2013), és mint lehetőség jelen van – helyi döntés alapján – a rászorulókat szolgáló bevásárlás. Egyes településeken pedig a házigondozók is látnak el hasonló feladatot, megveszik és eljuttatják a szükséges élelmiszereket, gyógyszereket a lakosságnak (Kiss, 2008b).

Újabb külföldi példát említve: a falugondnoki rendszerhez hasonló szolgáltatás működik pl. Olaszország egyes hegyvidéki területein, ahol a szórványtelepülés jelleg a demográfiai folyamatok mellett azonos kihívásokat eredményez a helyi közszolgáltatások megszervezésében (Kabai, 2018).

A szolgáltatás piaci alapra helyezésére is ismertek példák, amelyek lényege az áru *házhozszállítása* telefonon, email-ben, webüzletben leadható rendelés alapján, illetve azonos ellátási logika mentén üzemelnek a mozgóboltok is. Szintén ausztriai példa van arra, hogy egy magánkezdeményezés révén megrendelhető a mindennapi szükségleti cikkek (élelmiszer, egészségügyi cikkek stb.) kiszállítása (Fleischmann et al., 2014). Bár az e-kereskedelem egyre nagyobb teret nyer, és 2018-ban már a magyar lakosság körében a 16–74 éves korosztály 75%-a használt internetet, de jellemzően nem a leginkább rászorultabb társadalmi rétegekben. Emellett ilyen házhozszállítási szolgáltatások vidéki működtetése jelenleg még nem gazdaságos. Így az élelmiszerek e-kereskedelme hazánkban az aprófalvak részére jelenleg még nem jelenthet alternatívát.

Az elmúlt évtizedekben gyors ütemben terjedtek el a *mozgóboltok*, főként a kistelepüléseket érintve (pl. Szabó, 2009; Czene et al., 2010). Működésük kapcsán azonban több probléma is felmerült. Egyrészt intenzív jelenlétük több helyen boltbezárásokhoz vezetett, másrészt mivel helyi iparüzési adót nem fizetnek, így több helyen voltak kísérletek a kitiltásukra, de ezek egy alkotmánybírósi döntésen elbuktak. Egyes településeken helypénz szedésével szabályozzák működésüket. Bár a részletes és tudományosan alátámasztott elemzések hiányoznak, de bizonyos, hogy a mozgóboltok felbecsülhetetlen szerepet töltenek be a kistelepüléseken élők mindennapi fogyasztási cikkekkel történő ellátásában.

Második csoportként azokat vesszük számba, amikor létrejön a helyi árusításnak az egysége. Egyik lehetőséget jelenti, ha egy új bolt nyílik azon a településen, ahol már nem üzemel ilyen. Erre létezhet közösségileg szervezett modell is, például amikor helyi ellátó szövetkezet formájában a lakosok és települési önkormányzat közösen üzemelteti az üzletet. E megoldás közvetlenül bevonja a lakosságot a fenntartásba, hiszen a beruházást a tagok betéteiből finanszírozzák, vásárolni viszont azok is vásárolhatnak, akik nem tagok. Az ilyen megoldásokhoz azonban elkötelezett és megfelelő anyagi erővel bíró lakosokra és önkormányzatra van szükség. Ilyen esetekre találhatunk példát Finnországban (Czene et al., 2010), Ausztriában (Fleischmann et al., 2014), vagy hasonlókat Németországban (Meessen et al., 2012), Olaszországban (Kabai, 2018), de hazánkban gátat jelent a falusi szerényebb jövedelem és az önkormányzatok egy részének szerény vagy hiányzó menedzsmentje, valamint a szövetkezeti kultúra hiánya, gyengesége.

Egy másfajta alternatívát jelenthetnek a *termelői boltok*. A gyakorta nagy hagyományokkal rendelkező helyi termékek előállítására egyre inkább háttérbe szorul, a kereskedelmi láncok által vezérelt és befolyásolt kiskereskedelemről szinte teljesen kiszorúlnak az ilyen típusú produktumok. Több termelő összefogásával, esetleg szövetkezet megalakításával létrehozhatók olyan boltok, ahol a termelők saját termékeiket árusítják, ami megszünteti a termelők anonimitá-

sát és kikerüli a viszonteladókat. A rövid ellátási láncnak köszönhetően kedvező áron lehet kínálni a helyi termékeket (Fleischmann et al., 2014). Csökken az árusításra fordított idő, a vevő pedig egy helyen több terméket is megkap. Ismert ennek „mozgó” változata is, ami lehetővé teszi az áru eljuttatását nagyobb térségen belül is (Czene et al., 2010). A termékek eladásával a helyi gazdaságot is támogatják, és akár további új munkahelyeket teremtenek.

Magyarországon ehhez a gyakorlathoz leginkább a *szociális szövetkezetek* által üzemeltetett, egy-egy általuk gyártott termékcsoporthoz értékesítést felvállaló üzletek állnak közel, amelyekből az elmúlt években viszonylag nagyszámú jött létre. Idővel legtöbbször más helyi termelők, környékbeli szövetkezetek készítményeit is forgalmazzák. A kereskedelemben, helyi ellátásban betöltött szerepükről, jelentőségükről viszont alig rendelkezünk információkkal (ellenpéldaként ilyenekről ld. pl. Koltai-Rácz, 2018). Még kevesebb tudással rendelkezünk azoknak a helyi termék vagy termelői boltok potenciáljáról, amelyek különböző uniós pályázati kiírások (KEOP, VP stb.) segítségével az elmúlt évtizedben számos településen megnyíltak.

Egy másik, egyszerűbb alternatíva a *termelői árusítás*, azaz amikor a helyi termelőtől közvetlenül lehet vásárolni, annak telephelyén, korlátozott időtartamban (Györe et al., 2009). Az ilyen közvetlen értékesítés például Burgenlandban az 1980-as években terjedt el, védekezve a szupermarketek koncentrációs és árcsökkenő törekvéseivel szemben. Ma már jól ismert formája az ún. gazdaudvar, ahol meghatározott időben lehet vásárolni (Györe et al., 2009). Ezek az értékesítési formák hazánkban is sok helyen nagy sikert értek el (gondoljunk csak a fogyasztói csoportokra és a közösségi mezőgazdasági kezdeményezésekre) (pl. Bálint, 2013; Nagy, 2016), de ezek jellemzően a magasabb vásárlóerővel bíró, elsősorban városi lakosságot célozzák meg. Éppen az alacsonyabb keresleti potenciál okán az aprófalvak ellátásban egyelőre nem jelenthetnek átfogó alternatívát.

Egy szokatlan módszere lehet az élelmiszer-kiskereskedelem megteremtésének, az alapellátás biztosításának az *automaták üzemeltetése*: alacsony költségek mellett és szinte korlátlan nyitva tartással üzemelő élelmiszer-, ital-, háztartási termék automaták telepíthetők kisebb településekre. Erre találhatunk példát Svájcban, ahol egy kistelepülésen 140 szükségleti cikk vásárolható meg automatából (sőt jelezhetik a működtetőnek, hogy milyen további termékekkel bővíthetnék a kínálatot), vagy Olaszországban 200 helyhatóságban tejautomaták szolgálgják ki a vásárlókat (Györe et al., 2009; Fleischmann et al., 2014). Bár Magyarországon is voltak, vannak kezdeményezések élelmiszer-automaták elhelyezésére (jellemzően termelői tejautomaták), de ezek ismételtlen csak a városi fogyasztói réteg kiszolgálására terjedtek el, és a hazai környezetben feltehetően kistelepülési szinten egyelőre nem várható elterjedésük, az alacsony vásárlóerő és a bizonytalan technikai körülmények miatt.

## 3.2. ÉLELMISZERBOLTOK MEGMARADÁSÁNAK ERŐSÍTÉSE

A témához kapcsolódva számba vesszük, hogy milyen támogatási és helyi szakpolitikai beavatkozások tehetők egy-egy periférikus térségben, településen működő kiskereskedelmi egység fenntartásáért.

Központi (állami, regionális) szinten *jogszabályokkal* és pénzügyi támogatásokkal egyaránt lehet támogatni a kiskereskedelmi egységek fennmaradását, de ez könnyen eredményezhet piaci konfliktusokat. Ausztriai szövetségi és tartományi példák szerint a pénzügyi támogatás lehet közvetlen, nem visszafizetendő támogatás; vagy kedvezményes hitel, kölcsön is (Fleischmann et al., 2014). Olaszország hegyvidéki területein, Trentino Alto-Adige tartomány Trentino megyéjében minden 600 méter tengerszint feletti és/vagy várostól legalább 60 perc autóra található élelmiszerbolt a tartományi kormánytól, valamint uniós forrásokból (EUSALP) is működési támogatást kap, valamint széleskörű üzletviteli tanácsadás áll rendelkezésükre (Kabai, 2018).

Magyarországon is volt arra példa a közelmúltban, hogy bizonyos élelmiszerkereskedelmi körök éppen a helyi ellátásban betöltött szerepüknel fogva adózási és szabályozási kedvezményeket szerettek volna elérni. Végül, éppen a társadalmi probléma sajnos marginális jellege és feltehetően esetleges piactorzító hatása miatt egyelőre nem kapott kormányzati támogatást (ld. hvg.hu; magyaridok.hu).

Puhább beavatkozási eszközt jelenthet a *tanácsadói központ* kialakítása, ahol javaslatokat tesznek a települési kiskereskedelem fenntartásának lehetőségeire (Györe et al., 2009). Ez akár Magyarországon is megteremthető.

A helyi (települési) önkormányzat is részt vállalhat ebben a feladatban, azzal, hogy felméri a helyi ellátás aktuális és jövőbeli állapotát (kereslet és kínálat, piacutalás), és ezek alapján *beavatkozási stratégiát* dolgoz ki (Fleischmann et al., 2014). Arra is akad példa, hogy az önkormányzat fizet a boltosnak, hogy ne zárjon be (Seres, 2006), akár a helyi ellátó kiszállítási szolgáltatását támogatja (Fleischmann et al., 2014). Bár hazánkban a jogszabályok ezen a téren csak kevés mozgásteret engednek az önkormányzatoknak. A helyhatóság a lakosság körében népszerűsítő tevékenységet folytathat, amelyben felhívja a figyelmet a tudatos vásárlásra, ösztönöz a helyi kínálat igénybevételére. A vásárlási magatartásukkal maguk a lakosok is döntenek a helyi bolt fennmaradásáról vagy bezárásáról (Czene et al., 2010).

Milyen lehetősége van a helyi üzlet üzemeltetőjének, hogy fennmaradjon? Egyrészt segíthet a *szakmai ismereteinek bővítése* (szakképzés, informatikai, jogi ismeretek), valamint *stratégia és marketing kidolgozása* az üzlet számára, illetve a vevőközpontúság növelése (Seres, 2006). Fontos lehetőség a választék diverzifikálása: a multiszolgáltatók egy üzletben egyesítenek különböző szolgáltatásokat és kínálatokat. Példák mutatják, hogy az élelmiszerüzletben együtt lehetnek az áruk háztartási cikkekkel, ruhákkal, helyi termékekkel stb., illetve például kisebb vendéglátás (büfé), postai szolgáltatások, bankautomata is megjelenhetnek. Egyfajta utat jelenthet a társulás, vagy csatlakozás egy kereskedelmi lánchoz

is, amelynek előnyei és hátrányai is lehetnek egy vállalkozás számára (Agárdi-Bauer, 2000; Fleischmann et al., 2014; Seres, 2006).

Hazánkban bár a fent vázolt társadalmi-gazdasági probléma kétségkívül jelen van, de még nem akkora mértékben, hogy arra széleskörű szakpolitikai választatot kelljen adni. A fent vázolt megoldási lehetőségek közül elsősorban annak van további létjogosultsága, amelynek már megvannak a megfelelő alapjai. A falu- és tanyagondnoki rendszer fejlesztése (más szempontok szerint) is egyre indokoltabb a vidéki térségekben, így feltehetően az egyéni mobilitás további segítése jelentheti az egyik alapvető megoldási lehetőséget. Bár magyarországi helyzetünk az elmúlt évtized változatos támogatáspolitikájának köszönhetően közel sem stabil, de a tanulmány szerzőinek véleménye szerint a társadalmi vállalkozásoknak a következő évtizedekben növekvő szerepe lehet a kisfalvak, aprófalvak közszolgáltatásainak megszervezésében.

## 4. ZÁRSZÓ

Tanulmányunkban rámutattunk, hogy az élelmiszer-kiskereskedelem helyzete a magyarországi kistelepülések esetében a jelenlegi tendenciák mellett idővel komolyabb problémává válhat, ugyanakkor a boltbezárásokat esetleg megelőzhetők, valamint vannak megoldások a már kialakult problémákra is. Ezek után kérdésként merül fel azonban, hogy a különböző tanulmánybeli hivatkozások révén feltáruló szakmai körön túlcsoportul-e a jelenség? Fontos ez, mert hisszük, hogy egy-egy ilyen jelenségről írt tudományos, új elemeket feltáró és/vagy akár összegzéseket adó munkák elsikkadnak, ha marginális információkba torkollanak, vagy rövidke és tudományosan öncélúak, illetve ha nem adnak emészthető olvasnivalót a társadalom számára és/vagy nem fogalmaznak meg üzeneteket a szakpolitikai döntéshozók irányába.

Ami a magyar hétköznapiakat illeti, a jelenség már többféle szerepű, hatáskörű hazai sajtóforma ingerküszöbét is át-átlépte, így a témával helyenként, időnként szembesülnek az átlagos médiafogyasztók is. (Az internetes források között például feltüntetettünk több ilyen tárgyú online folyóiratcikket.) Ezeknél a cikkek-nél általában visszatérő elem az előbb említett problémákból a bolt nélkül maradó kistelepülések helyzete, a mozgóárusítás terjeszkedése és általánosabban a szakpolitikai intézkedések hatásai (pl. minimálbér emelése, online kassza bevezetése, dohánykereskedelem átalakítása). Ugyanakkor tény, hogy ezt a problémát még egy számban és térben szűkebb csoport éli át már mindennapjaiban.

A másik kérdés, hogy a döntéshozók miként állnak e kérdéshez. Jelenleg úgy tűnik, hogy Magyarországon a problémakörnek nincs kiemelt szakpolitikai aktualitása. Megemlítendő ugyanakkor, hogy az egyébként végül nem kodifikált, de sokszor hivatkozott Nemzeti Vidékstratégia 2012-2020 foglalkozott a kérdéskörrel. Egyrészt a dokumentum alapvetései közül kiemelhető, hogy az élelmiszerellátás biztonsága, a város-vidék kapcsolatának átalakulása, a lokális terek szerepének megváltozása, a népességváltozás korunk olyan kihívásai közé tartoznak, amelyek

a téma szempontjából is fontosak. Másrészt az évtized elején készített helyzetértékelés rámutatott arra is, hogy az élelmiszertermékek helyi értékesítése rendkívül gyenge, egyes vidéki térségek elérhetőségi adottságai problémákkal terheltek, fokozottan érvényesül a népességfogyás, amelyben a közszolgáltatások minősége is közrejátszik. Ugyanakkor a stratégiai célkitűzések egyik legfontosabbja a vidéki térségekben élők életminőségének javításaként került megfogalmazásra, amelyben a helyi fogyasztás és értékesítés elősegítése, a helyi vállalkozások támogatása, valamint a fenntartható közszolgáltatást nyújtó települések segítése is kiemelten jelent meg a dokumentumban (Nemzeti Vidékstratégia, 2012-2020).

Legutóbbi lépésként a Települési Önkormányzatok Országos Szövetségének a Modern Falvak Programhoz készített 2018. szeptemberi javaslatcsomagját lehet említeni (töosz.hu). A dokumentum leszögezi, hogy a falvak népességvonzó képességéhez elengedhetetlen a kereskedelmi szolgáltatásokhoz való kielégítő hozzáférés, amelynek esetleges leépülése káros hatásokat eredményez. Éppen ezért kiemelten fontos, hogy a meglévő szolgáltatások értékelése biztosítható legyen, akár csak egy minimális szolgáltatási szint meghatározásához. A javaslat a kereskedelmi szolgáltatások fejlesztését több területen is kiemelten kezeli, így a falugondnoki tevékenységek erősítésével, illetőleg a digitális, „okos” képességek ösztönzésével.

Ezek kapcsán (is) felmerül azonban az az alapvető kérdés, hogy a 3. fejezetben vázolt lehetőségek, modellek közül melyik településen, térségben melyek működőképesek és melyek nem. A fogyasztás, mint alapjelenség bevezetőben vázolt társadalmi-gazdasági komplexitása okán, univerzálisan használható megoldások biztosan nincsenek. A beavatkozási lehetőségeket minden esetben csak széles körű vizsgálatokkal, kellő megalapozottsággal és lokális szempontok beemelésével lehet feltárni. Mindehhez mi a fentiekben egy általános helyzetkép, területi és települési jellemzők, tendenciák bemutatását és megoldási alternatívák felsorakoztatását kívántunk megtenni.

## IRODALOMJEGYZÉK

- Agárdi I.–Bauer A. (2000) Az élelmiszer-kiskereskedelem szerkezeti változásai és kialakult vállalatcsoportok Magyarországon. *Marketing & Management*, 34, 3, 8-14.
- Bajmócy P.–Makra Zs. (2015) *Aprófalvak kihalása és/vagy megmaradása Magyarországon*. In: Tovább egy zöldebb úton. SZTE TTIK Földrajzi és Földtani Tanszékcsoport, Szeged. 126-134. [http://publicatio.bibl.u-szeged.hu/7476/1/BP\\_MZS\\_2015.pdf](http://publicatio.bibl.u-szeged.hu/7476/1/BP_MZS_2015.pdf) Letöltve: 2019. 01. 13.
- Balog A. (2012) Időskori szociális ellátás a Nyugat-dunántúli régió aprófalvaiban. *Településföldrajzi Tanulmányok*, 1, 1, 32-47.
- Bank K.–Rudl J.–Szentmarjay D. (2004) Falvak a rendszerváltás után a Dél-Dunántúlon. In: Csapó T.–Kocsi Zs.–Lenner T. (szerk.): *A településföldrajz helyzete és főbb kutatási irányai az ezredforduló után*. I. Településföldrajzi Konferencia, Szombathely. 80-89.
- Bálint B. (2013) Civil élelmiszer hálózatok: A közösségi mezőgazdaság hazai tapasztalatai az érintettek szemével. *Civil Szemle*, 10, 4, 107-126.



- Beluszky P.-Sikos T. T. (2007) *Változó falvaink*. (Magyarország falutípusai az ezredfordulón.) MTA Társadalomkutató Központ, Budapest.
- Bódi J.-Járosi K. (2008) „Itt nyolcvanháromféle külön világ van” Nagyszakácsi mozaik. In: Váradi M. (szerk.): *Kistelepülések lépéskényszerben*. Ú-M-K, MTA RKK, Budapest. 323–369.
- Czene Zs.-Horkay N.-Péti M.-Riczy J.-Sain M. (2010) *Helyi gazdaságfejlesztés*. Ötletadó megoldások, jó gyakorlatok. Területfejlesztési füzetek 2. NFM, NGM, Budapest.
- Feischmidt M. (2008) Menedék és depó. Szociográfiai esszé egy baranyai aprófaluról. In: Váradi M. (szerk.): *Kistelepülések lépéskényszerben*. Ú-M-K, MTA RKK, Budapest. 102–132.
- Fleischmann, M.-Knasmillner, E.-Radon, S.-Ringer, N. (2014) *Helyi ellátás a schneeberglandi kistérségben – a regionális elemzés összefoglalása*. Industrievierteli Regionális Szövetség, Katzelsdorf.
- GfK (1997) *Kereskedelmi trendek 1997, Magyarország*. GfK, Budapest.
- Glózer R.-Váradi M. (2008) „Jó itt lenni” Sümegcsehi – egy él(het) kistalu. In: Váradi M. (szerk.): *Kistelepülések lépéskényszerben*. Ú-M-K, MTA RKK, Budapest. 592–632.
- Györe D.-Juhász A.-Kartali J.-Kőnig G.-Kürthy Gy.-Kürti A.-Stauder M. (2009) *A hazai élelmiszer-kiskereskedelem struktúrája, különös tekintettel a kistermelők értékesítési lehetőségeire*. Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest.
- Horváth J.-Szilvási M. (2007) A CBA kereskedelmi kft. szerepe az élelmiszer kiskereskedelemben. *Élelmiszer, táplálkozás és marketing*, 4, 1, 77–81.
- Józsa K. (2014) *A magyarországi aprófalvak sikerességi tényezőinek vizsgálata*. Doktori értekezés. Szegedi Tudományegyetem, Szeged.
- Kabai G. (2018) *A perifériális települések kiskereskedelmi ellátása Trentino megyében*. Kézirat. Interreg CE895 Sentinel projekt.
- Keller J.-Rácz K.-Váradi M. (2016) Közösségi gazdaságfejlesztés a vidéki Magyarországon. In: Kovács K. (szerk.): *Földből élők: polarizáció a magyar vidéken*. Argumentum Kiadó, Budapest. 197–217.
- Kiss J. P. (2008a) Aprófalvasodás és aprófalvaink sorsa – történelmi metszetben. In: Váradi M. (szerk.): *Kistelepülések lépéskényszerben*. Ú-M-K, MTA RKK, Budapest. 29–69.
- Kiss M. (2008b) Tiszacsécse, a beágyazott falu. In: Váradi M. (szerk.): *Kistelepülések lépéskényszerben*. Ú-M-K, MTA RKK, Budapest. 447–476.
- Koltai L.-Rácz K. (szerk.) (2018) *Az élelmiszer-gazdaság területén működő társadalmi vállalkozások hatása a helyi munkaerőpiacra és gazdaságra*. Hétfő Kutatóintézet, Budapest.
- Kovács Cs.-Sikos T. T. (2018) Az ezüstgeneráció mint potenciális vásárlóerő a budapesti bevásárlóközpontokban. *Területi Statisztika*, 58, 4, 399–416.
- Kozák Á. (2010) A településtípus és a regionalitás összefüggései a fogyasztással és fogyasztói életstílussal. *Tér és Társadalom*, 24, 4, 143–219.
- KSH (2017) *Jelentés a kiskereskedelem 2016. évi teljesítményéről*. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.
- Meessen S.-Trienes M.-Jenniches S. (2012) „Convenience“ auf dem Dorf? (Neue) Lebensqualität durch DORV, den multifunktionalen Dorfladen. *STANDORT*, 36, pp. 177–186.
- Nagy P. (2016) Közösség által támogatott mezőgazdaság a világban és Magyarországon. *Gradus*, 3, 2, 272–277.

- Oláh I. (2017) *1000 fő alatti települések vizsgálata Magyarországon*. Doktori Értekezés, Szent István Egyetem, Gödöllő.
- Peisser-Puli E. (2012) *Finanszírozással irányított szociális szolgáltatásszervezés a Nyugat-dunántúli régió hátrányos helyzetű kistérségeiben*. Doktori disszertáció. Széchenyi István Egyetem, Győr.
- Seres A. (2006) *Koncentráció a hazai kereskedelemben*. MTA Közgazdaságtudományi Intézet, Budapest.
- Sevcsenko, O. (2015) „Tűzvész esetén” Fogyasztás, biztonság és a tartós fogyasztási cikkek jelentése egy átalakuló társadalomban. *REGIO*, 23, 2, 212–241.
- Szabó K. (2009) *Bolt nélküli kiskereskedelem – mozgóboltok két Győr-Moson-Sopron megyei községben*. OTDK dolgozat. Széchenyi István Egyetem, Győr.
- Töröcsik M. (2007) *Vásárlói magatartás*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Töröcsik M. (2011) *Fogyasztói magatartás. Insight, trendek, vásárlók*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Virág T.-Zolnay J. (2010) Csapdába került önkormányzatok, csapdában tartott szegélyek – közfoglalkoztatás a Csereháton. *Esély*, 1, 119–130.
- Virágh E.-Szepesi B. (2018) Szerényen él, de egyáltalán nem sorvad a magyar falu. *Összkép – Beszélő számok sorozat*, 2010/10.
- Zárol, E. (2013) *Az önkormányzati idősügyet érintő irányvonalak Magyarországon*. Doktori disszertáció. Pécsi Tudományegyetem, Pécs.

## INTERNETES FORRÁSOK:

- GfK Vásárlóerő 2018 <https://www.gfk.com/>
- GKI 2018 A vásárlóerő Magyarország településein <https://www.gki.hu/>
- <http://trademagazin.hu/hu/kereskedelmi-toplistak>
- [https://hvg.hu/gazdasag/20180205\\_varga\\_nem\\_lesz\\_extra\\_adocsokkentek](https://hvg.hu/gazdasag/20180205_varga_nem_lesz_extra_adocsokkentek)
- <https://magyaridok.hu/gazdasag/segitseg-erkezhet-kisebb-videki-kereskedoknek-2727385/>
- KSH-TeIR 2014 [https://www.teir.hu/rqdist/main?rq\\_app=tdm\\_nd&rq\\_proc=main](https://www.teir.hu/rqdist/main?rq_app=tdm_nd&rq_proc=main)
- Modern Falvak Program <http://töosz.hu>
- Nemzeti Vidékstratégia 2012-2020 („a magyar vidék alkotmánya”) [http://www.terport.hu/webfm\\_send/2767](http://www.terport.hu/webfm_send/2767)

## JOGSZABÁLYOK:

- 1993. évi III. törvény a szociális igazgatásról és szociális ellátásokról.

## TÉMÁHOZ KAPCSOLÓDÓ SAJTÓCIKKEK:

- [https://mno.hu/migr\\_1834/bolt-nelkul-maradt-telepulesek-401317](https://mno.hu/migr_1834/bolt-nelkul-maradt-telepulesek-401317)
- [https://index.hu/gazdasag/magyar/2009/09/18/hoditanak\\_a\\_mozgo\\_boltok/](https://index.hu/gazdasag/magyar/2009/09/18/hoditanak_a_mozgo_boltok/)
- [http://kapos.hu/hirek/gazdasag/2010-05-10/kis\\_boltok\\_nagy\\_bajban.html?mobileNavigation=1](http://kapos.hu/hirek/gazdasag/2010-05-10/kis_boltok_nagy_bajban.html?mobileNavigation=1)
- [http://nol.hu/gazdasag/megszigorithatjak\\_a\\_mozgoboltok\\_mukodeset\\_\\_-1054521](http://nol.hu/gazdasag/megszigorithatjak_a_mozgoboltok_mukodeset__-1054521)



- <http://www.uzletresz.hu/vallalkozas/20121121-minden-tizedik-elelmiszerbolt-mozgobolt-riport-az-autos-arusokrol.html>
- <https://www.penzcentrum.hu/vallalkozas/tomeges-boltbezaras-johet-magyarorszagon.1035436.html?amp#>
- <https://www.sonline.hu/somogy/kozelet-somogy/vasarnapi-zarva-tartas-se-mozgobolt-se-diakmunka-602000/>
- [https://pangea.blog.hu/2015/06/14/telepulesek\\_ahol\\_nem\\_gond\\_a\\_vasarnapi\\_boltbezaras](https://pangea.blog.hu/2015/06/14/telepulesek_ahol_nem_gond_a_vasarnapi_boltbezaras)
- <http://nol.hu/gazdasag/otezer-bolttal-kevesebb-lett-153775>
- <https://24.hu/fn/uzleti-tippek/2017/05/15/ezrevel-doltek-be-a-kisboltok-tavaly-is/>
- <https://magyaridok.hu/gazdasag/segitseg-erkezh-et-kisebb-videki-kereskedoknek-2727385/>
- [https://hvg.hu/gazdasag/20180205\\_varga\\_nem\\_lesz\\_extra\\_adocsokkentes](https://hvg.hu/gazdasag/20180205_varga_nem_lesz_extra_adocsokkentes)
- <http://blokkk.com/a-coop-kisboltjai-vesztesegtol-felnek/>
- [https://index.hu/gazdasag/2018/01/30/coop-bezarasok\\_kiskereskedelem\\_fmkg\\_falu\\_kistelepules/](https://index.hu/gazdasag/2018/01/30/coop-bezarasok_kiskereskedelem_fmkg_falu_kistelepules/)
- <https://www.sonline.hu/gazdasag/helyi-gazdasag/heti-egy-napra-lakat-bezarnak-kisboltok-951697/>
- <https://zoom.hu/video/2018/02/12/hetfonkent-a-coop-zarva-meg-sincs-vilagvege-a-vilagvegen/>
- <https://infostart.hu/gazdasag/2018/06/03/egyre-fogynak-a-magyar-kereskedelmi-lancok-boltjai>

# TANULMÁNYOK - TÁRSADALMI KÉRDÉSEK