

Sikos T. Tamás (szerk.):
Fenntartható fogyasztás és növekedés határai
Új trendek a kereskedelemben
(Selye János Egyetem GTK – Szent István
Egyetem GTTK, Gödöllő – Komárom, 2010)

HUSZÁRIK ERIKA

2009 márciusában a gödöllői Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kara „Fenntartható fogyasztás és növekedés határai. Új trendek a kereskedelemben” címmel nemzetközi konferenciát szervezett. A tudományos ülésnek messzemenő időszerűséget adott az a tény, hogy napjaink kiskereskedelme egyre inkább globalizálódik, és az e téren lejátszódó folyamatok pozitív és negatív sajátosságainak elemzése, illetve a jövőbeli trendek felvázolása igazi kihívást jelent a témakör szakértői számára. A tanácskozáson elhangzott előadások alapján készült tanulmányokat adja közre a fenti című monográfiakötet, amelynek anyaga – tartalmát tekintve – két nagy csoportba sorolható. A munkák egy részében a szerzők a fenntartható fogyasztás kérdéseit boncolgatják, míg a tanulmányok másik csoportjában a kereskedelem új trendjeinek vizsgálatát előtérbe helyezve érintik a fenntarthatóság kérdését.

A kötet egy figyelemre méltó írással indul: John Dawson professzor (University of Edinburgh), a téma szaktekintélye angol nyelvű tanulmányában (Innovation: the only basis for sustainable competitive advantage in retailing) az innováció fontosságára hívja fel a figyelmet, mivel ez az a tényező, amelynek alkalmazásával a kiskereskedelmi cégek előnyt biztosíthatnak a maguk számára a versenytársakkal szemben. E felismerés azért is jelentős, mert a fogyasztók viselkedésében az utóbbi évtizedben jelentős változások következtek be, egyre több az igényes és tudatos vásárló.

Simai Mihály akadémikus gondolatébresztő írásában (A kiskereskedelem globalizálódása és a fenntartható fogyasztás) izgalmas kérdésre keresi a választ: miként tudják a transznacionális kiskereskedelmi vállalatok összehangolni a közérdeket a fenntartható fogyasztással? Ez azért is fontos kérdés, mert ezek a világcégek rendkívül széles gazdasági kapcsolataik révén a kiskereskedelem részfolyamatainak valamennyi dimenzióját képesek összekapcsolni és érdekeiknek megfelelően alakítani. Ez a magatartás annak ellenére dominál, hogy mind több transznacionális társaság vállal az ökológiai rend-



szerek védelméhez kötődő kötelezettségeket, ezáltal igyekeznek hozzájárulni a fenntartható fogyasztás biztosításához.

Marjainé Szerényi Zsuzsanna, Zsóka Ágnes és Széchy Anna közös tanulmányukban napjaink egyik sokat emlegetett témájával foglalkoznak: a Budapesti Corvinus Egyetem hallgatóinak fogyasztói szokásait vizsgálják a környezettudatosság szempontjából. A szerzők – az empirikus kutatás eredményeit felhasználva – összesen hat klaszterbe sorolták az egyetem hallgatóit, melyekről elemzéseket olvashatunk a fejezet végén. A fogyasztók környezettudatosabb magatartását taglalja Vasa László is publikációjában. Véleménye szerint a fogyasztók egyre inkább érdeklődnek az alternatív (bio-, öko-, valamint az organikus) élelmiszerek iránt. A szerző tanulmányát a Whole Foods Market SWOT-elemzésével zárja.

Különös figyelmet érdemel Sikos T. Tamás professzor tanulmánya, amely egy empirikus kutatásra alapozva fotókkal, térinformatikai eszközök alkalmazásával mutatja be az outlet-értékesítés sikerének titkát, amely az így árusított termékek kedvező ára mellett annak köszönhető, hogy az outlet-üzleteknek sikerült igazi szabadidős élménnyé tenniük a bevásárlást. A bevásárlóközpontok témakörével foglalkozik Doris Wastl-Walter professzor-asszony is, aki angol nyelvű tanulmányában Ausztria és Svájc fogyasztóinak bevásárlóközpontokkal kapcsolatos szokásait mutatja be.

Hoffmann Istvánné, a témakör egyik elismert kutatója, publikációjában szekunder adatokra támaszkodva elemzi a magyar kiskereskedelmet. Megállapítja, hogy hazánkban a nagyméretű kereskedelmi láncok száma még nemzetközi összehasonlításban is magas, emiatt erős a verseny, ami a hazai termelők számára is egyre nagyobb koncentrációs és hatékonysági kényszert jelent.

Tiner Tibor tanulmánya a kereskedelmi létesítmények telephelyválasztásának kritériumait vizsgálja térinformatikai eszközök segítségével. A fejezet kitűnően megszerkesztett ábrák segítségével mutatja be a telephelyválasztásra ható legfőbb külső adottságokat. A térinformatikai rendszerek használatának eredményességét Kovács András Tatabánya gyakorlati példáján keresztül ismerteti az olvasóval. A szerző a térinformatikai eszközöket felhasználva szemlélteti a város hipermarketjeinek és bevásárlóközpontjainak vonzáskörzetét. Vasné Egri Magdolna és Kovács István közös publikációjában szekunder és primer adatokra támaszkodó széles körű elemzéseket olvashatunk az infokommunikációs eszközök elterjedtségéről.

A monográfiakötet következő tanulmányában Nagy Erika elméleti síkon összefoglalja a kereskedők-beszállítók kapcsolatrendszerét, majd empirikus kutatásaira támaszkodva elemzi a két szereplő viszonyát a húsipari szakmában. Szabó Ingrid tanulmányában egy igazán aktuális témát boncolgat. Arra keres választ, hogy a gazdasági válságnak a munkaerőpiacra gyakorolt hatásai miként érintik a szlovák–magyar határtérség nyugati részének kiskereskedelmét. Megállapítja, hogy a gazdasági válság miatt a munkajövedelmek csökke-

nése kedvezőtlen hatással volt a határ menti kiskereskedelemre. A helyzetet súlyosbította az euró árfolyamának a forintéhoz viszonyított felértékelődése, amely magyarországi boltokban való vásárlásra ösztönözte a határ szlovákiai oldalán lakókat.

A multinacionális vállalatok térnyerését követően egyre erősödött a termelők versenye a megváltozott vásárlási szokásokat mutató fogyasztók megtartásáért. E kérdéskörrel a kötet több tanulmánya is foglalkozik. A fogyasztói szokások változását Huszka Péter a tejtermékek piacán, Mészáros Katalin pedig az élelmiszerüzletek kapcsán vizsgálja. A fogyasztók boltválasztási döntéseinek elméleti modelljét alkotta meg a Gyenge Balázs, Lehota József és Horváth Ágnes szerzőhármas. Kvalitatív kutatásukban a vásárlási döntésre ható tényezők alapján négy fogyasztói szegmenst alakítottak ki. Publikációjuk e négy csoport részletes jellemzésével zárul. A kötet zárótanulmánya Pénzes Ibolya Rózsa munkája, aki a gyorsan forgó fogyasztási cikkek (FMCG) piacán végbement koncentrációval foglalkozik.

A monográfiakötet egyetlen idegenforgalmi tartalmú, empirikus jellegű tanulmányában Michalkó Gábor, Várhelyi Tamás és Kovács Bence a nagy történelmi múltú Eger kiskereskedelmének turizmusorientáltságát értékeli, rámutatva az e téren tapasztalható komoly hiányosságokra.

Összességképpen megállapítható, hogy a „Fenntartható fogyasztás és növekedés határai” című kötet legfőbb erénye a sokszínűség, ami nemcsak a felsorolt tanulmányok rövid összefoglalójából, hanem már a szerzők névsorából is egyértelműen kitűnik. A téma aktualitása és a széles körű elemzések a kötetet hasznos olvasmánnyá teszik az érdeklődő kutatók és a „hétköznapi olvasók” számára is.