

A magyarországi tejfeldolgozók piaci helyzetének és a kereskedelemmel való kapcsolatrendszerének empirikus vizsgálata¹

Popovics Péter András – Szabó G. Gábor

Egyetemi tanársegéd, Debreceni Egyetem AMTC Agrárgazdasági és Vidékfejlesztési Kar –
Tudományos főmunkatárs, MTA Közgazdaságtudományi Intézet

1. Bevezetés

A tejfeldolgozás Unióra jellemző koncentrációs folyamata hazánkban is észlelhető. A kialakult piacszerkezetet a forgalomból való részesedések alapján értékelve *oligopóliumnak* is nevezhetjük. A feldolgozás koncentrációjának fokozódását jellemzi a feldolgozók között erősödő verseny, másrészt, pedig a kereskedelem által szabott nyomott árak, a hatékonyabb, méretgazdaságosságot szem előtt tartó termelés és feldolgozás igénye. „A tej és tejtermékek marketingcsatornájának multidiszciplináris elméleti és empirikus elemzése, különös tekintettel a koordinációs mechanizmusokra” c. T048779 sz. OTKA téma keretében komplex módon vizsgáltuk a tej termékpályát 2005-2007 között. Jelen tanulmányban szakirodalmi és saját empirikus vizsgálat alapján a magyarországi tejfeldolgozók helyzetét és kapcsolatrendszerét elemezzük.

2. A hazai tejfeldolgozás piaci helyzete

A magyarországi élelmiszeriparnak egyik igen jelentős ága a tejipar, ami az élelmiszeripar folyóáras termelési értékéből az elmúlt években 10-11%-kal részesedett. A tejfeldolgozás a második helyet foglalja el a 18 élelmiszeripari ágazat között. Hazánkban a megtermelt tej 70%-át dolgozzák fel.

Az Unióra jellemző koncentrációs folyamat hazánkban is megnyilvánul, ugyanis amíg 1995-ben 119 társaság végzett feldolgozást, addig 2004-re 51 társaság (összesen 71 üzemmel). Az elmúlt évtizedben a tejipari tulajdonviszonyokban jelentős változások mentek végbe. A feldolgozó kapacitások 37%-a hazai, 63%-a külföldi tulajdonban van. (SALAMON, 2004).

A rendszerváltás után a napjainkra kialakult üzemi struktúrában nagy szerepet játszott a tejipar viszonylag gyors és hatékony privatizálása. A viszonylag magas belépési korlátoknak köszönhetően a kevésbé hatékonyan gazdálkodók nem tudtak piacra jutni. Ilyen korlát volt például a magas beruházási költség, az értékesítési szerződések egyre növekvő szerepe, vagy például a minőségi követelmények folyamatos szigorodása. A rendszerváltás óta a tejipar strukturális és tulajdon viszonyai gyökeresen megváltoztak. (LEHOTA, 2004).

A piaci résztvevők száma megsokasodott a tejvertikum különböző szintjein, ugyanakkor új, sokoldalúbb kapcsolatok születtek az élelmiszerlánc különböző szereplői között. A magyar tejpiacon versenyképességéről és hatékonyságáról szóló átfogó elemzések mind azt mutatják, hogy ezeknek a változásoknak köszönhetően igen intenzív verseny alakult ki a magyar tejszektorban. A csatlakozással ez a verseny tovább fokozódott. A napjainkra kialakult piacszerkezetet, a forgalomból való részesedések alapján értékelve *oligopóliumnak* is nevezhetjük (JUHÁSZ, 2005). Megfigyelhető volt az a tendencia is, hogy míg a nagyvállalatok tovább erősítették a pozíciójukat, addig a kicsik tovább gyengültek.

¹ Ezen tanulmány az OTKA T 048779 és K 68467 számú témák támogatásával készült.

50. Jubileumi Georgikon Napok: Pannon Egyetem, Georgikon Mezőgazdaságtudományi Kar, Keszthely, 2008. szeptember 25-26.

Az élelmiszeripar szakágazati koncentrációját az első 5 vállalat (CR5) és az első 10 vállalat (CR10) nettó árbevételből való részesedésének mértékével és alakulásával szokták mérni. E mutatók alapján az *élelmiszeripar átlagos koncentrációs szintje* hazánkban nem sokat változott 1997 és 2004 között (63% és 69%). Ettől eltérően a *tejfeldolgozásban jelentős változások következtek be*, hiszen ha az első 5 vállalat részesedését nézzük, 1997-ben mintegy 36%-os a részesedésük és ez 2004-re majdnem duplájára, azaz 64%-ra változott. Az első 10 vállalat esetében nem volt ilyen jelentősen érzékelhető a koncentráció, de a növekedés ott is megfigyelhető, hiszen 56%-ról, 79%-ra változott. Elgondolkodtató, hogy bár jelentős a külföldi tulajdon részesedése a tejiparban, mégis elsősorban a hazai piac kielégítése a céljuk és nem pedig az export bővítése. (ORBÁNNÉ, 2006)

Koncentrációs folyamatok nemcsak hazánkban, hanem az EU-ban is tapasztalhatóak. A méretgazdaságosság javulásával nő az árleszorításra törekedő kereskedelemmel szembeni alkuerő is. Az ágazat egyik reakciója lehet a fokozódó versenyben a termelői-feldolgozói csoportosulások megjelenése. Hazánkban is érződik ez a jelenség, hiszen például egy termelői csoportosulás, az Alföldi Tej Kft. tulajdonába került a Parmalat feldolgozó, s ezzel megvalósult a termelés és a feldolgozás koordinációja. (KÖNIG - MAJOR, 2006)

Az élelmiszeripari üzemek nagyobb része külföldi multinacionális cégek kezébe került, a hazai vállalkozások, pedig a szükséges tőke hiányában a túlélésért küzdöttek. A kialakult helyzet haszonélvezői leginkább a kereskedők voltak, akikkel csak az igazán tőkeerős nagyvállalatok tudtak eredményesen alkuba bocsátkozni (LAKNER - HAJDU, 2002).

A fentiekben felvázolt piaci viszonyok között kezdtük meg empirikus kutatásunkat a hazai tejvertikumban, melynek fontosabb eredményei az alábbiakban kerülnek összefoglalásra.

3. Az empirikus kutatás legfontosabb eredményei

3.1. Az empirikus vizsgálat főbb ismérvei és az alkalmazott kérdéscsoportok

Kiegészítve az előző évekbeli empirikus kutatásainkat (POPOVICS, 2007a,b, 2008; SZABÓ G. G.– BÁRDOS, 2005a,b, 2006, 2007), a 2007. évi felméréseink a vertikum felsőbb szakaszát célozták meg. Mind feldolgozók, mind pedig (kis)kereskedők ügyvezetőit kerestük meg egy előre összeállított (sztenderdizált) kérdőívvel, amely mintegy vezérfonálként szolgált a mélyinterjúk elkészítéséhez. Az empirikus kutatás során igénybevevük és köszönjük a *Tej Terméktanács segítségét*. A mélyinterjúk során érintett legfontosabb témakörök a feldolgozók esetében a következők voltak:

1) a vizsgált vállalkozásra vonatkozó *alapadatok* (értékesítés, piaci részesedés aránya termékcsopontonként, import aránya stb.),

2) a *szerveződések jellemzői – értékesítés* (időtartam, szállítások ideje, kifizetés módja és ideje, nem árjellegű pénzügyi paraméterek, esetleges szankciók alkalmazása, stb.),

3) (kereskedelemmel szembeni) *alkupozíció* (értékesítési ár, szállítás helyére és módjára való ráhatás lehetősége, márkák és alkuerő kapcsolata, érdekképviselői tagság stb.),

4) *partner kapcsolatok – értékesítés* (partnerváltással kapcsolatos információk, adott partnernek való értékesítés okai, adott kapcsolat stabilitásának fontossága stb.),

5) *partner kapcsolatok – termelők* (partnerek számának változása az elmúlt 3 évben, import tej beszállítással kapcsolatos információk, hazai termelőkkel való kapcsolat stabilitása, termelőkkel való megegyezés nehézsége, termelők megbízhatósága, termelők esetleges cseréje a rendszerben, szankciók alkalmazása, partnerkapcsolatok fejlesztése stb.),

6) *információszerzés* (piaci információszerzés nehézsége, szerződéssel kapcsolatos információk beszerzése, internet, fax hozzáférés stb.)

7) *marketing- és logisztikai stratégiák* (van-e termék/ termékcsoporthoz szerinti stratégia, külső tanácsadók alkalmazása, logisztikai és marketingstratégia kapcsolata, a 2007 második felében jelentkező tejhiány beszerzési politikára való hatása stb.).

50. Jubileumi Georgikon Napok: Pannon Egyetem, Georgikon Mezőgazdaságtudományi Kar, Keszthely, 2008. szeptember 25-26.

A kereskedők esetében hasonló kérdéseket tettünk fel, hiszen kíváncsiak voltunk, hogy a másik oldal hogy látja ugyanezeket a kérdéseket.

A hazai tejfeldolgozók közel 50%-ával sikerült készítenünk mélyinterjúkat. A kiválasztásnál igyekeztünk úgy összeállítani a megkeresettek körét, hogy mind a legnagyobbakat, mind, pedig kisebb feldolgozókat is megkérdezzünk, és hogy az országon belül a lehető legtöbb régióba eljuthassunk. Az *empirikus kutatás (elsősorban szerződésekre, illetve alkuerőre vonatkozó) legfontosabb eredményeit* a következőkben foglaljuk össze röviden.

3.2. A vizsgált vállalkozások beszerzési és értékesítési tevékenysége

A feldolgozók jellemzően Kft., illetve Rt. jogi formában üzemelnek, de előfordult közös vállalat és Zrt. jogi forma is. A kisebb feldolgozó üzemek 30-50 fős dolgozói állománnyal dolgoznak, míg a nagyobbak 100-200 főt is foglalkoztatnak. A megkereséseknél azt tapasztaltuk, hogy a *feldolgozók igyekeznek specializálódni viszonylag szűkebb termékválaszték* gyártására, s nem próbál mindenki mindent termelni. A megkeresett feldolgozók *jelentős köre* a tejalapanyag beszerzés tekintetében *elsősorban a hazai termelésre támaszkodik, vagy saját maga is termel.* Az import alapanyag beszerzés szempontjából esetleg Szlovákiából származó tejszín fordult elő elvéve.

Az alapanyag ellátás folyamatos biztosítása érdekében a legtöbb feldolgozó a termelőkkel való stabil hosszú távú kapcsolat kialakítására törekszik és mindent meg is tesz ennek érdekében pl.: a termelők likviditási problémáit áthidalják, beruházásokban, fejlesztésekben igyekeznek partnerek lenni, pénzügyi teljesítéseik pontosak stb.. Azok a feldolgozók, akik *saját termelő tehenészettel rendelkeznek*, igyekeznek azt úgy fejleszteni, hogy lépést tudjanak tartani a piaci igényekkel. De mindezek felül *legvégső esetben többen az importot is* megjelölték alapanyag beszerzési lehetőségként, ha az árak olyan mértékű emelkedése mutatkozna, amit már nem tartanak indokoltnak.

A *feldolgozók zöme* az előállított termékeiknek jelentős hányadát mind a *nagykereskedelmi csatornákon*, mind pedig *közvetlen hipermarketeknek vagy hazai élelmiszerláncoknak értékesítik*, valamivel *kiseb hányada kerül kisboltokon keresztüli értékesítésre*, de *speciálisabb termékek* esetén (pl.: sajtok, biotermékek) *export piacokon* is megjelennek. Nem szabad megfeledkezni az intézmények, hotelek, menzák, éttermi hálózatoknak (HORECA) történő közvetlen értékesítésről sem, ami egyes feldolgozók esetében 20-40%-os mértékű.

3.3. A vizsgált vállalkozások szerződéseinek főbb jellemzői

A (kiskereskedelemmel kötött) *szerződések zömében két lépcsős rendszerűek.* Van egy úgynevezett *éves vagy esetleg több évre szóló keretszerződés*, ami az általános feltételeket, kikötéseket tartalmazza. Ezek általában határozott időre szólnak, konkrét árakat nem tartalmaznak, s a szállítandó mennyiséget is csak nagyságrendileg tartalmazzák, amitől éves szinten akár 10%-nál nagyobb mértékben is eltérhetnek. Létezik egy úgynevezett *másodlagos szerződés* is, amely általában *rövid távú* a piaci viszonyoknak megfelelően lehet 1 hónaptól akár 6 hónapig is érvényben. Ezek a szerződések tartalmazzák a konkrét szállításokra vonatkozó megállapodásokat: szállítandó mennyiségeket, szállítások napját, idejét, fizetés módját, ami átlagosan 30 napos átutalást jelent. Ezeknek a *szerződéseknek a kiegészítése általában az a lista, amely tartalmazza a szállítandó termékeket a konkrét átvételi árral.*

A szerződések nem árjellegű pénzügyi vonatkozású paraméterei kapcsán a feldolgozók több mint 10-féle külön kategóriát soroltak fel, amelyek a szerződésben kikötésre és ennek megfelelően rendszeresen meg is fizetnek. Egyes feldolgozók elmondása szerint ezek a díjak, bónuszok, hozzájárulások a szerződéseknek ma már olyannyira szerves részét képezik, mint a dátum és az aláírás. Egy átlagos fogyasztó nem is gondolná, hogy ezek a pénzügyi kondíciók

mekkora nagyságot tesznek ki és ezen elvárásokban már a hazai üzletláncok is szorosan felzárkóztak a nagy hipermarketekhez. Ezeket a paramétereket általában a kereskedők diktálják és azzal a feldolgozóval nem is állnak szóba, aki nem mutat hajlandóságot ezen paraméterek pénzügyi teljesítésére. Elmondható, hogy ezek a pénzügyi kitételek ma már teljesen megszokottak, és hogy *nem is közvetlenül a termékről, hanem az eladás, a láthatóság háttéréről szólnak egyfajta marketing költségek*. Ez a hivatalosan nem szabályozott a kérdéskör léte *teljes kiszolgáltatottságot jelent a feldolgozók számára*.

3.4. Alkupozíció a feldolgozók és a kereskedők között

Szintén az *erőviszonyok torzultságát* sejteti számunkra a – szerződés nem- vagy részbeni teljesítéskor alkalmazott - *szankciók kérdésköre* is, hiszen a jellemzően egyirányú a szankcionálás jelenléte, miszerint a kereskedelem tud a kilistázás, kötbérezés, csökkentett ár fizetésének eszközeivel élni a feldolgozókkal szemben. Igaz ezek tudatában nem is gyakoriak a nem-teljesítéssel kapcsolatos problémák, hiszen a feldolgozók bármi áron igyekeznek a szerződésben szereplő kikötések betartására. *Fordított esetben*, ha nem fizet a kereskedő, az *egyedüli eszköz a szerződés felbontása*, amihez csak kivételes esetben nyúlnak, hiszen egyrészt a kiszállított termék árát így csak sok idő elteltével tudják visszaperelni, másrészt nem könnyű más kereskedelmi csatornába való bekerülés, s végül a termék hosszú távú tárolására, illetve a termék visszatartására sincs lehetőség a termék romlandósága miatt.

A *feldolgozói árak kialakítása általában közös megállapodás* nyomán születik meg, de az esetek zömében a kereskedelmi partneren múlik az üzletek tényleges megkötése és a korábbiakban említett, nem árjellegű pénzügyi paramétereket is csak ritkán van lehetősége a feldolgozóknak befolyásolni.

Az esetek zömében a feldolgozóknak van lehetőségük az általuk kívánatosnak vélt *termékportfóliót* beszállítani a kereskedőkhöz, de összességében a piac hamar lereagálja, hogy mely terméknek van létjogosultságuk és melyeknek nincs helyük a piacon, s így már 2-3 szállítás alkalmával - a kereskedelmi forgalom visszajelzése alapján - kiderül, hogy mely terméket nem érdemes ráerőltetni a fogyasztókra. A *beszállítás ideje* kapcsán egyrészt az uniós csatlakozásunk szabott határt, hiszen az Uniós szabályozás szerint nem lehetséges az áruházakba az élelmiszerek éjszakai beszállítása. Általában a nagyobb áruházláncok konkrét időszakot jelölnek ki beszállítási időként, de az is előfordul, hogy központosított, depós rendszerű beszerzés van és rugalmasabb az időbeosztás.

Sajnos kijelenthető, hogy sem a kereskedelmi márkák használata, sem pedig a feldolgozói márkahasználat nem növeli az alkuerőt. Kivételt képez ez alól a feldolgozói márkák esetében a speciális, egyedi termékeket előállítás, az esetleg jobb alkuerőt jelenthet. A kereskedelmi márkanev használata a fogyasztókat két csoportra (szegmensre)bontja, egyes fogyasztók számára azt sugallja, vegyél meg, hisz úgymint én vagyok a legolcsóbb, míg a „tudatos” vásárló számára, pedig azt jelenti, hogy bármit csak ezt ne.

3.5. Partnerkapcsolatok: értékesítés

A feldolgozók a *kereskedelmi partnerváltást nagyon nehéznek értékelik*, hiszen egy kereskedőnek, ha megvan a fix szállítói köre csak abban az esetben vált partnert, ha a korábbi partnerrel súlyos problémák fordulnak elő, vagy esetleg valaki nagyon a piaci átlagár alá megy. Utóbbihoz azonban nagyon komoly anyagi háttérre lenne szükség, hiszen nem jellemző, hogy annyira nagy lenne az árrés a termékeken, amiből engedni lehetne. Általában jellemző a *több lábbon állás, minden feldolgozó igyekszik több típusú csatornán elérhetővé válni* a rendszerben a fogyasztók számára és így egy csatorna bedugulása nem jelent teljes csődöt az adott feldolgozónak. De a stabilitásra való törekvés ellenére előfordul mégis a partnerváltás kényszere, hiszen a kereskedő zsebében egy mindent felülmúló kedvező ajánlattal, megpróbálja még tovább feszíteni a húrt, még alacsonyabb árat elérni, ami már

esetleg nem tartható és ekkor elválnak útjaik. *Uniós csatlakozásunk óta a partnerek száma egyértelműen növekedett.* Ha jellemezni szeretnénk, hogy egy feldolgozó miért az adott kereskedelmi partnerrel tart fenn hosszabb idő óta kapcsolatot, akkor inkább *elsősorban a földrajzi közelség, a személyes kapcsolatok, az érvényes szerződés és a megfelelő szállítási feltételek a meghatározóak* és nem a megszokás, a megbízhatóság, és a kedvező ár a fő ok, ami szintén egyfajta kiszolgáltatottságot sugall.

A kereskedelmi partnerekkel a 3 évnél hosszabb kapcsolatok a jellemzőek és a *stabilitást* is fontosnak jelölték meg a feldolgozók, bár az is elhangzott, hogy aki egy kicsit is ismeri a mai helyzetet, nem ezt helyezi első helyre. A *megszűnő kapcsolatok* esetében okként a *dömpingárak tarthatatlanságát*, illetve a *partner megbízhatatlanságát* jelölték meg.

3.6. A termelőkkel való kapcsolat jellemzői

A termelőkkel való kapcsolatot meghatározza, hogy az uniós csatlakozás óta csökkent a számuk, hiszen *sok tejtermelő tönkrement és felhagyott a termeléssel.* Import nyerstej, vagy import késztermék beszállítása nem jellemző a hazai feldolgozókra, a késztermékek inkább a kereskedőkön keresztül áramlanak be. A rendszerben bennmaradt tejtermelők *jellemzően 4 évnél hosszabb ideje vannak partnerkapcsolatban* a feldolgozókkal. Általánosan jellemző, hogy vannak *egyedi elbírálás alá eső termelők.* A termelők a feldolgozókkal való kapcsolat szempontjából *megbízhatóak*, de több feldolgozó úgy ítéli meg, hogy igen nehéz megegyezni a termelőkkel, elsősorban az ár tekintetében (a termelő mindig elégedetlen, mindig többet szeretne). Nehezen és csak lassan lehet lecserélni, pótolni a rendszerből kieső termelőt. Ha a termelő nem tudja, vagy nem akarja beszállítani a megbeszélte tej mennyiséget, azt importból csak nehézkesen lehet pótolni, de végső esetben ez is előfordulhat.

Szerződés nem-teljesítése esetén a *termelők szankcionálása* az alábbiaknak megfelelően történik:

1. minőségi kifogás esetén *árcsökkentés*,
2. beltartalmi kifogásnál (zsír, fehérje) *árkövetés*,
3. szabványon kívüli tejet *nem vesznek át* (pl.: gátlóanyag tartalom),
4. idegen víz esetében *pénzbüntetés*, felvizezés esetében ez akár 10% is lehet,
5. többszöri probléma esetén *szerződés bontása*.

A termelőket *erősen köti a szerződés*, amelynek megfelelően a szállítás beszüntetésére csak a felmondási határidő (ált. 3 hónap) lejártá után van lehetőség. Ez pedig jelentős kötöttséget jelent, *nem változtathatják a tejtermelők a piaci árat követve a beszállítást.* Valószínűsíthetően ez jelenti a legnagyobb kiszolgáltatottságot a termelőknek, hiszen a kötöttség miatt túl lassú a reakció idejük.

4. Összefoglalás

Empirikus *felmérésünk tapasztalatai* – amelyben a *tejvertikum felső szakaszát* (feldolgozók, illetve kiskereskedők) igyekeztünk feltérképezni – azt tükrözik, hogy hazai tejfeldolgozóknak nem sikerült „felvenni a harcot” a túlzottan liberalizált kereskedelemmel szemben, hiszen mind a köztük lévő szerződések paraméterei, mind az ármegállapodások rendszere ellentétes képet ad a számunkra. Sajnos az *összefogásra való hajlam nemcsak a termelők körében, de a feldolgozóknál sem jellemző*, így a kialakult helyzet haszonélvezője leginkább a kiskereskedők, akikkel csak az igazán tőkeerős, többnyire külföldi tulajdonú nagyvállalatok tudnak eredményesen alkuba bocsátkozni. A méretgazdaságosság javulásával azonban növekedhet az árleszorításra törekedő kereskedelemmel szembeni alkuerő is. A feldolgozás koncentrációjának fokozódását jellemzi a *vertikum magasabb szintjein* (feldolgozás, export stb.) is tevékenységet kifejtő *termelői szervezetek, csoportosulások* (pl. Alföldi Tej Kft.) erősödése (SZABÓ, G. G. – POPOVICS, 2008).

50. Jubileumi Georgikon Napok: Pannon Egyetem, Georgikon Mezőgazdaságtudományi Kar, Keszthely, 2008. szeptember 25-26.

Irodalomjegyzék

1. **JUHÁSZ A. (2005):** Piaci erőviszonyok alakulása a belföldi élelmiszerpiac szereplői között. Agrárgazdasági Tanulmányok, 2005. 3. szám. Agrárgazdasági Kutató és Informatikai Intézet, Budapest
2. **KÖNIG G. – MAJOR A. (2006):** Changes in the Hungarian dairy industry after the EU accession. Studies in Agricultural Economics, No. 105, pp. 100-112
3. **LAKNER, Z. – HAJDU, I. (2002):** The Competitiveness of Hungarian Food Industry – a System Based Approach, Mezőgazda Kiadó, Budapest: 42-79
4. **LEHOTA J. (2004):** Az élelmiszerfogyasztói magatartás hazai és nemzetközi trendjei, Élelmiszer, táplálkozás és marketing I. évfolyam: 1-2 sz. 7-13. o.
5. **ORBÁNNÉ NAGY M. (szerk.)(2006):** Az élelmiszeripar strukturális átalakulása, Agrárgazdasági Tanulmányok, Budapest, AKI, 2006
6. **POPOVICS P. (2007a):** A tejtermékpálya ökonómiai elemzése, különös tekintettel az ártranszmisszióra PhD Értekezés, DE ATC AVK Interdiszciplináris Társadalom és Agrártudományok DI 2007, 150 p.
7. **POPOVICS, P. A. (2007b):** *Producer Organizations to cure vulnerability of the Hungarian dairy farmers.* Collection of papers of International Scientific Conference: Agrarian Prospects XVI. Sustainable development of an agrarian sector – challenges and risks. Prague, 2007 Second part, pp. 743-753
8. **POPOVICS, P. A. (2008):** Analysis of economic issues relating to the dairy sector, with emphasis on price transmission. Applied Studies in Agribusiness and Commerce – *APSTRACT.* Agroinform Publishing House, Budapest. Vol.2. Numbers 1-2/2008.
9. **SALAMON L. (szerk.) (2004):** Vertikális termékpályák – Tej, gabona, hús. Agroinform Kiadó, Mosonmagyaróvár, 2004
10. **SZABÓ, G.G. – BÁRDOS, K. (2005a):** Vertical coordination by contracts in agribusiness: an empirical research in the Hungarian dairy sector. (Szerződéses vertikális koordináció az élelmiszer-gazdaságban: empirikus kutatás a magyar tejszektorban). Budapest: MTA KTI, Discussion Papers New Series, 1- 38 (DP-2005/15) (<http://www.econ.core.hu/doc/dp/dp/mtdp0515.pdf>)
11. **SZABÓ, G.G. – BÁRDOS, K. (2005b):** Tejtermelők szerződéses kapcsolatai és piaci ellensúlyozó ereje Magyarországon: termelői tulajdonú szervezetek szükségessége. *Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing* Vol 2, Nr.1-2, pp. 81-88.
12. **SZABÓ, G.G. – BÁRDOS, K. (2006):** Contracts in agribusiness: A survey in the Hungarian dairy sector. In: Bijman, J - Omta, S.W.F.- Trinekens, J.H.- Wijnands – Wubben, E.F.M. (eds.): *International agri-food chains and networks. Management and organization.* Wageningen Academic Publishers, the Netherlands, pp. 65-80
13. **SZABÓ G. G. - BÁRDOS K. (2007):** Szerződéses kapcsolatok az élelmiszer-gazdaságban.(A tejjelátási lánc empirikus kutatása). *Közgazdasági Szemle*, LIV. évf., 2007. május, 459 - 480. o.
14. **SZABÓ, G. G. - POPOVICS, P. (2008):** Theoretical and practical approaches towards coordination and integration mechanisms: the case of the Hungarian dairy sector. Seminar on „Pathways to Rural Economic Development in Transition Countries: The Role of Agricultural Cooperatives” ICA-ICARE, 05-06 September 2008, Yerevan, Armenia, pp.1-17.

Abstract

**Empirical analyses of market structure and marketing relations towards
retail chains of dairy processors in Hungary²**

Péter András Popovics –Gábor G. Szabó

Assistant Professor, Faculty of Agricultural and Rural Development,
Centre for Agricultural Sciences and Engineering, University of Debrecen –
Senior Research Fellow, Hungarian Academy of Sciences, Institute of Economics

Concentration process in the dairy industry currently taking place in EU can be detected in Hungary as well. Market structure developed recently can be characterised as an oligopolistic one according to shares from trade. Increase in concentration of processing can be described, firstly by recruitment of producers' organisations, secondly by increasing competition among processors and thirdly by depressed prices set by retail chains, as well as by the demand of economies of scale of production and processing. Bargaining power against retail chains aiming to lowering of prices can be also increased by improvement of economies of scale. Are Hungarian processors able to fight efficiently against over liberalized retail trade? According to our empirical research aiming to analyse the upper part (e.g. processors and retail chains) of the market channel of milk and dairy products, the answer is no, since both valid contracts among them, as well as the system of price setting mechanism show different picture. Unfortunately, like in case producers, willingness to co-operate is not featured among processors either; hence beneficiaries of present situation are the retail chains. Only very big, mostly foreign companies that have especially large capitalization can build up countervailing power against them.

² The research have been supported by OTKA, Projects No. T 048779 and K 68467.