

PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM
KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR
Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola
Programvezető: Dr. Buday-Sántha Attila DSc

A FOGYASZTÁSI SZÖVETKEZETEK ÚJ VERSENYKÖRNYEZETBEN
(A fogyasztási szövetkezeti kereskedelem fejlődése Magyarországon)

PhD-értekezés

TÉZISEK

Készítette: Dr. Géro Imre

Témavezető: Dr. Töröcsik Mária PhD

Pécs, 2009

1. A KUTATÁS ELŐZMÉNYEI

A szövetkezeti eszme közös, együttes törekvést jelent minden olyan emberi cél megvalósítására, amely nemcsak anyagilag, hanem erkölcsileg is hasznos. A szövetkezeti eszme az emberek közötti érdekbeli különbségeket iparkodott kiküszöbölni azzal, hogy a különböző érdekek rendszertelen és egymásba ütköző tömegéből kiválasztotta azokat, melyek egyenként és egyformán fontosak és azonosak, és ezeket az azonos érdekeket és törekvéseket csoportosítva összhangot, harmóniát teremt az érdekkáosz zűrzavaros lármájából. A szövetkezeti mozgalom elválaszthatatlanul összeforrott a falu gazdasági és kulturális életével, mivel a szövetkezeti szervezkedés kiépítése nélkül a falufejlesztés gyakorlati megvalósítása is akadályokba ütközött volna. Éppen ezért szorgalmazták minden eszközzel és módozattal a kisebb gazdasági erők tömörítését, mivel csakis a szövetkezeti szervezkedés által volt elérhető az, hogy a kisgazda olcsóbban tudjon termelni s több jövedelemhez jusson, s ily módon szellemi és erkölcsi nívóját is emelhesse. Így a szövetkezetek olyan erőforrásokat nyitottak meg, amelyek addig elérhetetlenek voltak az egyes kisgazdákra nézve.

A szövetkezetek vállalatok problémái hasonlóak a hagyományosan kapitalizált (befektető által irányított) – kiterjedésükben, szervezeti és technológiai szerkezetükben különböző, az üzletfelek igényei szerint változó – nagyvállalatokéhoz. Speciális természetükből adódóan a szövetkezeteknek azonban – mivel olyan demokratikusan ellenőrzött szervezetek, amelyek méltányos gazdasági előnyöket biztosítanak tagjaik számára – sajátos kihívásokkal is szembe kell nézniük.

Ha elemezzük az Európai Unióban elért gazdasági sikereket, rájövünk, hogy az összefogás kényszerének felismerése alapján megvalósítható a valós piaci verseny fennmaradása, a kistermelők piacra jutásának és versenyben maradásának esélye. A gyakorlat azt igazolja, hogy a szövetkezetek jelenléte az élelmiszerpiacon nagyban korlátozza a mamutcégek monopóliumai és a feketekereskedelem árfelhajtó tevékenységét.

Sokoldalú, az agrárgazdaság problémakörére is kiterjedő összefüggésekre koncentráló vizsgálódásaim alapján bátran kijelenthetem, hogy kell legyen egy szövetkezeti mozgalom, hiszen a nemzetközi példák is alátámasztják, hogy a szövetkezeteké a jövő, mert :

- Európában a legmélyebb történelmi gyökere van;
- valódi esélyegyenlőséget biztosít;
- a gazda csak a szövetkezetekben őrizheti meg gazdálkodási önállóságát (egy tag-egy szavazat);
- a bérmunkás és a nagytőkés létforma között a szövetkező gazda jelent garanciát a vidéki kultúra megmaradásához, a népesség megtartásához;
- a szövetkezet valós, gyors és biztos információt biztosít a termelőnek;

- az Európai Unió agrárpolitikája az átlagos méretű családoknak biztosít előnyöket, és nem a nagy monopóliumoknak, illetve a jogi személyiségű vállalkozásoknak.

A szövetkezéssel foglalkozó tudományos kutatók s a gyakorlati szakemberek véleménye is egybeesik abban a tekintetben, hogy a szövetkezeti szervezet alkalmas annak elősegítésére, hogy a kis- és középvállalkozások olyan csoportosulásokat és tartósan fennmaradó hálózatokat hozzanak létre, amelyeken keresztül fejleszthetik közös szolgáltatásaikat és a szükséges mértékű érdekeltséggel a piacokra bejutva gazdaságosabban működjenek. A szövetkezeti struktúrák révén a kisvállalatok nagyobb súllyal vehetnek részt az egyre növekvő versenyben, a koncentrált piacokon, miközben megőrzik függetlenségüket, és saját működésük feletti kontrolljukat. Mint ilyenek, értékes hidat jelentenek a globalizációs és a helyi gazdasági tevékenységek erői között. Az EU Bizottság is megállapítja egyik szövetkezetekkel foglalkozó munkadokumentumában, hogy számos tagállamban a szövetkezetek bizonyították üzleti értéküket, gazdasági versenyképességüket, az információs társadalom és a gazdasági-társadalmi fejlődés, valamint a tartósan fennmaradó megoldások létrehozására való alkalmasságukat (EU Bizottság 2001).

Úgy gondolom, hogy a múlt teljes feltárásával, a szövetkezeti mozgalom megismerésével, a következtetések nyilvánosságra hozásával és azok tudatosításával megteremtődhet egy igazi, új típusú szövetkezés megindításának a folyamata, melynek eredményeként a vidékfejlesztési munka, a fenntartható vidékfejlesztés elveit szem előtt tartva, az integrált mezőgazdaság megvalósítása révén az élhetőbb falu, a falusi életminőség számottevő javulása érhető el perspektivikusan.

A kutatás alapvető célja – a fenti gondolatokra épülően - a szövetkezés lényegének feltárása, ezen belül a magyar fogyasztási szövetkezeti kereskedelem tevékenysége és fejlődése főbb jellemzőinek a vizsgálata.

Véleményem szerint a fogyasztási szövetkezeti kereskedelemnek a globalizációból adódó kihívások mellett meg kell felelnie a regionális szerepköréből adódó feladatoknak is. Ebből következően a globalizáció előnyeit a fogyasztási szövetkezeti kereskedelemben működő szervezetek úgy használhatják ki a legteljesebben, hogy megőrzik saját kultúrájukat, kapcsolatrendszerüket, szerves egységet képeznek az őket körülvevő régióval.

A témaválasztás közvetlen és személyes oka, hogy a Janus Pannonius Tudományegyetemen (Pécs) 1975-ben marketing szakon megszerzett diplomámat követően pályakezdő közgazdászként a fogyasztási szövetkezeti kereskedelemben kezdtem pályafutásomat a kecskeméti UNIVER Szövetkezetnél, sőt munkába állásomat megelőzően az egyetemi szakmai gyakorlatomat is ennél a szövetkezetnél töltöttem. Rövid időn belül igen magas beosztásba kerültem a Fogyasztási Szövetkezetek Bács-Kiskun megyei Szövetségénél (ÁFÉSZ-titkárságvezető). Több, mint egy évtizedig tevékenykedtem a fogyasztási szövetkezeti kereskedelemben. Mindez olyan mély nyomokat

hagyott bennem szakmai szempontból, hogy ez egész életemre elkötelezett a szövetkezeti mozgalom ügye mellett.

Tekintettel arra, hogy az első szakdolgozatomat, valamint az egyetemi doktori (dr. univ.) értekezésemet is a fogyasztási szövetkezeti kereskedelemmel kapcsolatban írtam, s érdeklődésem e terület iránt a későbbiekben sem csökkent, ezért amikor a Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskolába jelentkeztem, elhatároztam, hogy kutatási témám a fogyasztási szövetkezeti kereskedelem fejlődése, jellemzőinek vizsgálata lesz. A szövetkezeti mozgalom elkötelezettjének tartom magam, és hiszem, hogy ez a vállalkozási forma hosszútávon sikerekkel kecsegtet.

A dolgozat hét fejezetben foglalja össze a főbb megállapításokat, azon kutatásokat, melyek eredményének a szövetkezés, ezen belül kiemelten a hazai fogyasztási szövetkezeti kereskedelem elméleti és gyakorlati kérdéseinek (szervezeti innovációjának, marketing tevékenységének stb.) elemzését tekinthetjük.

Az elméleti háttér újszerű megközelítésével, a szekunder és primer információk, valamint a gyakorlati tapasztalatok összegyűjtését és elemzését követően kísérletet teszek egy új fogyasztási szövetkezeti modell összeállítására. Célom az, hogy a rendszerváltást követően „megrendült” szövetkezés ügyét történelmi szerepének és küldetésének megfelelő színvonalra lehessen emelni, olyan gyakorlatorientált megoldási lehetőségek - egyelőre elméleti szintű – kidolgozásával, amely további kutatásokkal megalapozhatja a gyakorlatba történő átültetésének konkrét feltételrendszerét, működési módozatait.

2. A KUTATÁS CÉLJA ÉS A KUTATÁSI METODIKA

Az alábbiakban a téma vizsgálati céljait mutatom be, majd a kutatás hipotéziseire, ezt követően a vizsgálat metodológiai vonatkozásaira térek ki.

2.1. A kutatás céljai

A *kutatás fő célja* a szövetkezés lényegének újszerű megközelítéssel történő elemző felvázolásán keresztül a fogyasztási szövetkezeti kereskedelem helyének, szerepének és jövőbeni lehetőségeinek (egy új modell segítségével történő) bemutatása, elsősorban a fenntartható vidékfejlesztés, az élhető falu, a falusi életminőség fejlesztése szempontjából.

A szövetkezés-szövetkezet az emberi társadalom egyik alapsejtje, a „*pozitív összegű játék*” alapképlete, amely szervezett formáiban végigvonul a legutóbbi évszázadokon és a modern demokrácia társadalmi alapkövévé vált.¹ A szövetkezésnek ez a történelmi vonulata azonban mégsem olyan fontos számunkra, mint az, hogy a 21. században a „*szövetkezeti*” demokrácia úgy jelenik meg, mint a civil társadalom új arca. Az Európai Bizottság 1997-es Közleménye az önkéntes szervezetekből a szociális gazdaság fogalmát állítja a középpontba, és ebből vezetnek az utak nemcsak a közszolgáltatások „szövetkezeti” ellátása felé, hanem a szociális tőke, a társadalmi hálózatok és a bizalom (trust) fogalmai felé is, amelyek révén kirajzolódik a bázisdemokrácia, mint a civil társadalom új arculata. Az Ecosoc 2001-es dokumentuma szerint a civil demokrácia EU-beli intézményesülésének négy alapvonása van, úgy mint *(1) a társadalmi hálózat jelleg, (2) a szerveződések önkéntessége, (3) kollektív akaratképzés és döntés és (4) a szubszidiaritás elve*, ami a „szövetkezeti” demokrácia pontos jellemzését adja (Ágh 2003). Vannak továbbá olyan érdekek a modern gazdaságban, amelyeket a szövetkezetek révén lehet a legmegfelelőbben kielégíteni. Ezek a mezőgazdasági politika, a regionális politika, a kis- és középvállalatok fejlesztése, a foglalkoztatáspolitikai, a szociálpolitika és a továbbképzés. ...” A szövetkezetek fontos szerepet töltenek be a Közösség kevésbé fejlett régióinak társadalmi és gazdasági integrációjában” (Bajtay P-né 1998). Az egész közösségen belül a szövetkezetek segítik a korlátozott gazdasági erőforrásokkal rendelkező embereket versenyképességük megőrzésében. Még erőteljesebben bontja ki ezeket a vonásokat a lisszaboni stratégia (2000 március) óta megindult lisszaboni folyamat, amelynek három pillére a gazdaság, a szociális szféra és a környezetvédelem. Ágh véleményével egyetértve (Ágh 2003: 37.o)”a lisszaboni folyamatban az információs társadalom bázisán a 21. századi demokrácia alapértékei konkrétan jelentkeznek, mint a tudásbázisú társadalom szereplőinek tartós, megbízható és előrelátható kapcsolatokra épített, hálózatjellegű, együttműködő szervezetei,

¹ Ágh Attila egyik írásának ezen gondolata inspirált arra, hogy a játékelmélet ismeretei alapján is megvizsgáljam dolgozatomban a szövetkezés kérdését, azonban a dolgozat műhelyvitáján elhangzott opponensi véleményeket figyelembe véve az átdolgozás során ettől eltekintettem.

„szövetkezeti”, amelyek a civil társadalom sűrű hajsálereiként az egész társadalom valódi bázisát alkotják”.

Kutatási céljaimat a Doktori Iskolában szerzett ismeretek is befolyásolták és meg határozták, nevezetesen a regionális gazdaságtan, a regionális folyamatok, a környezetgazdálkodás, a térgazdaságtan új ismeretei által kapott inspirációk és mindezek elméleti hasznosítási lehetőségeinek feltárása a szövetkezés területén.

Enyedi a magyarországi regionális folyamatokat elemző művében a területfejlesztési politika összefüggésrendszerén belül többek között megállapítja, hogy a gazdasági szereplők és a háztartások döntésein alapszik egy-egy régió fejlődése. A háztartások döntései a falusi kistérségek fejlesztésében, ahol nagy gazdasági szervezetek ritkán találhatóak, kivételesen fontosak. A gazdaság fejlődését elsősorban a helyi erőforrásoktól, a helyi befektetésektől s nem kis részben a helyi fogyasztástól várhatjuk. A települések jövője attól is függ, hogy a háztartások milyen életstratégiát dolgoznak ki tagjaiknak – és ezt az adott településen, vagy elvándorolva óhajtják-e megvalósítani. (Enyedi 1996)

A bevezetőben megfogalmazott gondolatokkal összhangban érzékelttem a szakirodalmat tanulmányozva, hogy nem egy gazdasági elemző mutatott már rá arra, hogy a magyar lakosság szociális és gazdasági nehézségeit legeredményesebben a korszerű szövetkezeti hálózat kialakítása győzheti le. Ehhez az elemzői megállapításhoz indokolt hozzáfűzni, hogy szükséges a régi szövetkezeti mozgalom tapasztalatai mellett az európai szövetkezeti modellek tapasztalatainak összevetése és elemzése is. A dolgozatban igyekeztem ezt a vezérfonalat követve feldolgozni a szövetkezés témáját, azzal a céllal, hogy ezen kutatásaim eredményei alapján, egy adaptációs folyamat megvalósításával eljuthassak (a sok lehetséges jövőkép közül) egy új szövetkezeti modell koncepció elvi kereteinek a kidolgozásáig.

2.2. A kutatás tematikája, a dolgozat felépítése.

A szerkezeti és módszertani bemutatás után a második fejezetben a szövetkezést és a szövetkezetek történeti fejlődését tárgyalom.

A szövetkezeti mozgalom eredendően hálózatos szervezeti felépítésű rendszer, tehát nem nélkülözhetőek vizsgálatánál a hálózatelméleti aspektusok sem. Mindez összefüggésben van a szervezetelméleti kérdésekkel éppúgy, mint a legkorszerűbb marketing gondolkodásmódbeli koncepciókkal.

A szövetkezeti érdekek és értékek elemzése után a szövetkezésről alkotott klasszikus gondolatokkal, és a szövetkezés szellemtörténeti fejlődésének rövid bemutatásával zárom a fejezetet.

A harmadik fejezetben a fogyasztási szövetkezetekkel, történeti fejlődésükkel, a magyar élelmiszer kiskereskedelemben elfoglalt helyükkel és a Coop üzletlánc versenyképességével foglalkozom.

A negyedik fejezetben az új fogyasztási szövetkezeti modell elképzelésemet mutatom be.

Az ötödik fejezetben az új fogyasztási szövetkezeti modell kutatását ismertetem meg az olvasóval, s az ezzel összefüggő szekunder és primer kutatási eredményeket részletezem. Ezen belül foglalkozom a kutatás módszertani kérdéseivel. Az új modell primer kutatási eredményeit (Delphi-kutatás; Falu fókuszcsoporthoz kvalitatív kutatás stb.) a fejezet végén összegzem.

A hatodik fejezetben a kutatás legfontosabb eredményeinek bemutatását és a hipotézisek értékelését végzem el. A hetedik „Zárszó” fejezetben a kutatás összegzésén túl további kutatási irányok kijelölése is megtörténik.

2.3. Kutatási hipotézisek

A kutatási célokkal összhangban a kutatás kezdetén a témakörben szerzett több évtizedes, széles körben szerzett tapasztalatok és a kiinduló információk alapján kutatási hipotéziseket fogalmaztam meg.

- H.1. A szövetkezés elve napjainkra végzetesen kompromittálódott, új szót kell keresni az új típusú szövetkezések megnevezésére.
- H.2. Az állam nem lehet közömbös a szövetkezés ügye tekintetében.
- H.3. Az új típusú gazdaság új típusú szövetkezetelméleti megközelítéseket igényel, az új kihívásokra csak egy teljesen új szemléletű elméleti megoldási javaslattal lehet érdemi választ adni.
- H.4. A magyar fogyasztási szövetkezeti kereskedelem, szűkebb értelemben az ÁFÉSZ-ek szempontjából egy teljesen újrastrukturált, nem kizárólag a kis- és nagykereskedelemben koncentrálni teremtetheti csak meg hosszú távon a versenyképességet a multinacionális cégekkel és a hazai konkurensokkal teletűzdelt kereskedelemben.
- H.5. A fenntartható fejlődés és vidékfejlesztésben a fogyasztási szövetkezeti kereskedelemnek meghatározó szereppel kell bírnia.

2.4. A témakör feldolgozásának módszertana

Az olvasó számára talán furcsának tűnhet a dolgozatban, hogy a tudományos feldolgozásoknak egy viszonylag ritkán alkalmazott módszerét használom, tudatosan. Legegyszerűbben úgy lehet jellemezni, hogy a teoretikus gondolkodásnak és a gyakorlati orientációjú kutatásnak egyfajta ötvözetét igyekszem érvényesíteni kutatásom során, bízva abban, hogy ennek a feldolgozási logikának az alkalmasságát igazolni tudom kutatási céljaim teljesítése érdekében.

A fogyasztási szövetkezeti kereskedelem fejlődésének elemzéséhez a szakirodalmi áttekintés mellett szekunder és primer kutatásokat végeztem.

Elsőként a témafeldolgozás szempontjából releváns információkat tartalmazó *elméleti háttér felkutatását* végeztem el. Itt kell megjegyezni, hogy az *Előszóban* ismertetett szövetkezeti gyakorlati múltamból következően a kutatás megkezdését megelőzően már rendelkeztem elméleti és gyakorlati múltbeli ismeretekkel a szövetkezésről, amely ismeretek arra inspiráltak, hogy a megváltozott viszonyokhoz jobban igazodó – új szemléletű – tudományterületi elemzéseket végezzek. Ez irányú elhatározásomat egyre erősítették a szekunder kutatásaim során feltárt ismeretek és eredmények, s megerősítettek abban, hogy a szövetkezés egész gondolatvilágát és elméletét lehetséges újszerű tudományelméleti alapokra helyezni a megváltozott világgazdasági környezettel összhangban. Erre teszek szerény kísérletet a dolgozatban egy, a hagyományos szövetkezetelméleti koncepciókkal is összhangban álló újszerű szövetkezetelméleti „paradigma” megfogalmazásával a fogyasztási szövetkezeti kereskedelemre koncentrálni. További megjegyzésem, hogy míg az általános szövetkezetelméletnek széleskörű szakirodalmi bázisa létezik, addig a fogyasztási szövetkezeti kereskedelem tudományos igényű szakirodalmi bázisa megítélésem szerint szerény. A szakkönyvek tanulmányozása mellett elemzési lehetőséget adtak a szövetkezés aktualitásaival foglalkozó szakmai folyóiratok., kutatóintézeti kiadványok

A szövetkezés, szövetkezetelmélet, értékelmélet, rendszerelmélet, menedzsment, regionális gazdaságtan, környezetgazdálkodás, agrárgazdaságtan a kereskedelem és marketing szakirodalom általam mértékadónak tekintett, illetve legtöbbször hivatkozott szerzői a következők: szövetkezés, szövetkezetelmélet, értékelmélet, rendszerelmélet, hálózatelmélet menedzsment, jövőkutatás területén:

Barabási L. A.; Buday-Sántha A.; Erdei F.; Fekete J.; Gazdag L.; Gyenis J.; Hankiss E.; Ihrig K.; Kim Chan-Mauborgne W.; Kispál-Vitai Zs.; Laczó F.; Mérő L.; Mohácsi K.; Nováky E.; Szabó G. G.; Vitányi I.; Szlamenicky I.;

regionális gazdaságtan, agrárgazdaságtan, környezetgazdálkodás, kereskedelem és marketing területén:

Agárdi I.; Berács J.; Buday-Sántha A.; Horváth Gy.; Kotler P.; Lengyel I.; Porter M.E.; Piskóti I.; Rechnitzer J.; Rekettye G.; Törőcsik M.;

Az adatelemzések forrásaivalapvetően a Központi Statisztikai Hivatal, a GfK Hungária Piackutató Intézet, a SZONDA IPSOS Média- Vélemény és Piackutató Intézet, a MEH Általános Politikai Államtitkárság Stratégiai Elemző és Kutató Főosztály, az ÁFEOSZ és a Coop Hungary Zrt. közleményei.

A szekunder kutatás során felhasználtam továbbá két olyan korábbi (2003. és 2005. évi) reprezentatív kutatást is, amelyeket tekintélyes szervezetek végeztek a szövetkezetekkel kapcsolatban, illetve a hazai szövetkezetek társadalmi szerepéről (Szonda Ipsos és MEH Általános Politikai

Államtitkárság Stratégiai Elemző és Kutatási Főosztály katasai).Az elméleti kutatási eredményeimre és a gyakorlatban szerzett tapasztalataimra épülő új fogyasztási szövetkezeti modell elképzelésem tesztelését kutatásom céljával összhangban az ismert tudományos módszerek (Delphi, SEER) sajátos kombinációjával végeztem el. Szakértői megkérdezést alkalmaztam egy – a szekunder kutatások és az empirikus kutatás eredményei alapján kidolgozott – minta-előrejelzés megadásával, valamint négy nyitott – a téma szempontjából releváns - kérdés feltevésével, amelyekre a szakértők válaszoltak, illetve kifejtették azokkal kapcsolatos véleményüket.

Ezt egészítette ki egy falu-fókuszcsoporthoz kvalitatív kutatás, amelynek segítségével a szakértőktől megszerzett véleményeket igyekeztem elmélyíteni a leginkább érintettek körében mind a vidéki életminőség, az élhető falu és a szövetkezés összefüggésrendszerét, jövőbeni fejlődési lehetőségeit, mind pedig az új fogyasztási szövetkezeti modell „életképességét” kutatva.

Az első (H1.) kutatási hipotézis mélyebb vizsgálata, értékelése céljából primer megkérdezést végeztem egy 1500 fős reprezentatív minta segítségével.

A kutatás eredményeit tekintve úgy vélem, hogy ilyen típusú elmélyült elemző munka a fogyasztási szövetkezeti kereskedelem vonatkozásában - ismereteim szerint - napjainkban nem készült Magyarországon. Reményeim szerint az értekezés elméleti és gyakorlati megállapításai segítséget nyújthatnak a fogyasztási szövetkezeti kereskedelem területén dolgozó kutatók és gyakorlati szakemberek számára is a kihívások kezelésében, a sajátosságaikat figyelembe vevő „szövetkezeti tagorientált” marketing szemlélet kialakításában, valamint stratégiájuk, szervezetrendszerük fejlesztése terén.

3. A KUTATÁS LEGFONTOSABB EREDMÉNYEI, A HIPOTÉZISEK ÉRTÉKELÉSE

A kutatás célja a magyar *fogyasztási szövetkezeti* mozgalom egy meghatározó szegmensének, a fogyasztási szövetkezeti kereskedelem – közkeletű nevén az ÁFÉSZ-ek, jelenleg Coop-üzletlánc – fejlődésének sokoldalú vizsgálata. Az ÁFÉSZ-mozgalom, mint hálózat, igen nagy történelmi múlttal és fontos társadalmi-gazdasági szereppel bírt - elsősorban a vidék életében a múltban – és ami a rendszerváltást követően csaknem elemeire hullott szét. Mindezek ellenére kutatásommal igazolni kívánom azt, hogy a szövetkezeti szervezeteknek igen komoly szerepe volt mind a múltban és lehet a jövőben is az élhető falu, a vidék integrált és fenntartható fejlődését, fejlesztését biztosító célkitűzések megvalósításában éppúgy, mint a vidéki lakosság életszínvonalának fejlesztésében. A dolgozatban elsődlegesen a fogyasztási szövetkezeti kereskedelem oldaláról próbáltam közelíteni a fenntartható fejlődés és vidékfejlesztés összefüggésrendszerét, figyelembe véve a szubszidiaritás elvét, amely az európai államközösség egyik legfontosabb szervező elvévé változott a nyolcvanas évektől fogva. A társadalom szervezeteit az emberek maguk hozzák létre három fő értékdimenzió mentén. Ezek a közös

lakóhely, a közös gazdasági érdek és a hagyomány közössége. Kutatásom másik kiemelkedően fontos célja egy újszerű szövetkezeti modell elgondolás kidolgozása volt az új típusú gazdaság kihívásaival összhangban álló tudományelméleti megalapozással, s ennek primer kutatással történő tesztelése. A modellel – egyelőre elméleti vonatkozásban - elő kívánom segíteni az élhetőbb falu, a falusi életminőség fejlesztésének célkitűzéseit, valamint ezáltal a fenntartható fejlődés és a vidékfejlesztés jövőbeni eredményesebb megvalósíthatóságát.

3.1. A hipotézisek értékelése

H.1. A szövetkezés elve napjainkra végzetesen kompromittálódott, új szót kell keresni az új típusú szövetkezések megnevezésére.

A fogyasztási szövetkezeti kereskedelem fejlődése jellemzőinek megismerését célzó kutatóm keretében elméleti közgazdaságtani oldalról is vizsgáltam a *szövetkezés lényegét*, általában az *együttműködésben* rejlő különböző mozgásformák társadalmi-gazdasági helyét, szerepét és lehetőségeit. A magyar szövetkezeti mozgalom területén a rendszerváltást követő időszakban történtek alapján egyes szerzők arra a véleményre jutottak, hogy a szövetkezés elve végzetesen kompromittálódott, annyira, hogy most talán valami új szót kell keresni az új típusú, nem kolhozmintájú szövetkezések megnevezésére (Miklóssy 1999. 281.o). A dolgozat szerzőjeként nem osztom ezt a véleményt. Azon az állásponton vagyok, hogy a szövetkezésnek nem az elnevezését kell megváltoztatni, hiszen a fejlett világbeli tapasztalatok is igazolják az elnevezés és a fogalom mögött meghúzódó elméleti és gyakorlati tartalom helyességét, hanem a szövetkezést, ezen belül a *fogyasztási szövetkezeti mozgalmat* kell új tartalommal megtölteni, a XXI. század világgazdasági trendjeivel adekvát módon. A fenntartható fejlődés és a vidékfejlesztés aspektusából, sajátos, multidiszciplináris megközelítéssel kíséreltem meg felépíteni egy általam elgondolt új fogyasztási szövetkezeti modell rendszerstruktúráját.

A hipotézis primer kutatási eredményét is figyelembe véve elvetem tehát az induló hipotézisemet, és megerősítem azon véleményemet, mely szerint a szövetkezés kifejezés hűen tükrözi annak tartalmát, s nem az elnevezést kell megváltoztatni, hanem azt kell új tartalommal megtölteni.

H.2. Az állam nem lehet közömbös a szövetkezés ügye tekintetében.

Az emberek összefogása, tenni akarása, az önszerveződés, a demokratikus működés, a szükségletek jobb és olcsóbb kielégítésének igénye, az aktivitás és a jövedelemszerzés vágya számottevő erőként mutatkozik meg a szövetkezés keretei között. Olyan verseny bontakozott ki (a termelésben és a realizálásban egyaránt), amely korlátozza a szövetkezetek működését azon területeken és népességcsoportokban (a tagság körében), ahol eddig természetes szerveződésként ágyazódtak be. Milliók esélye és lehetősége rendült meg az öntevékeny összefogásban, a sorsukért

való önszerveződésben. Mindez a munkanélküliséggel, a létbizonytalansággal is összekapcsolódott. Ez már túlmutat a szövetkezés térvesztésén, elméletének és gyakorlatának a konfliktusán.

Számolnunk kell azzal is, hogy a szövetkezetek és szervezeteik soha nem voltak és nem is lesznek független, elszigetelt jelenségek a társadalmakban. Azok mindig a külső feltételrendszerbe ágyazódnak, s abban is fejeződnek ki. Benne a gazdasági és a piaci viszonyok, a demográfiai tényezők, illetve a tulajdonformák, általában a társadalmi körülmények visszatükröződnek. A hipotézis igazolását alátámasztottnak tartom, a modern szövetkezet és az állam viszonyát az állampolgárok ebben a szellemiségben érzik elfogadhatónak.

Elemzésemmel alátámasztottnak vélem azt, hogy az állam nem lehet közömbös a jövőt illetően a szövetkezés ügye tekintetében.

H.3. Az új típusú gazdaság új típusú szövetkezetelméleti megközelítéseket igényel, az új kihívásokra csak egy teljesen új szemléletű elméleti megoldási javaslattal lehet érdemi választ adni.

A közgazdasági szakértők egybehangzó véleménye, hogy az új típusú gazdaságnak alapvetően két fő húzóereje van: az egyik a globalizáció, a másik pedig az információs és kommunikációs technológia forradalmi változásai. A dolgozatban több oldalról is igyekeztem megközelíteni ezeknek az általános elméleti és gyakorlati szempontból is vizsgálható változásoknak a szövetkezésre vonatkozó relevanciáit. Az új típusú gazdaság új kihívásaira - a dolgozatban bemutatott elemzések eredményei alapján is - állíthatom, hogy a fogyasztási szövetkezeti kereskedelemnek, általánosságban pedig a szövetkezésnek is új válaszokat kell adnia. Erre a régi struktúrák, felfogások, elméletek nem minden esetben megfelelőek. Ezért fordítottam kiemelt figyelmet arra, hogy elméleti oldalról multidiszciplinárisan közelítsem meg egy új szemléletű szövetkezetpolitikai koncepció létrehozását, melynek továbbfejlesztése révén egy megújuló szövetkezetelméleti megközelítéssel a szövetkezés egészének ügye is új alapokra helyezhető lehet.

Mindezek alapján arra a következtetésre jutottam, hogy az induló hipotézis helyes volt, kutatásom eredményei alapján az megerősítést nyert.

H.4. A magyar fogyasztási szövetkezeti kereskedelem, szűkebb értelemben az ÁFÉSZ-ek szempontjából egy teljesen újrastrukturált, nem kizárólag a kis- és nagykereskedelmre koncentráló stratégia teremtheti csak meg hosszú távon a versenyképességet a multinacionális cégekkel és a hazai konkurensokkal teletűzdelt kereskedelemben.

A magyar fogyasztási szövetkezeti kereskedelem mégoly sikeresnek mondható rendszerváltás utáni fejlődése sem nyújt – megítélésem szerint - biztos garanciát a jövőbeni továbbfejlődéshez, a

kialakult rendkívül erőteljes versenyhelyzetben. A vidék meghatározó kereskedelmi hálózatának igen nagy verseny- és hatékonyságbeli hátrányai vannak a hazánkban széles körben teret hódított rendkívül tőkeerős multinacionális kereskedelmi hálózatokkal szemben. Ezeknek a tényezőknek az összefüggésrendszerét igyekeztem sokoldalúan elemezni a dolgozatban. Megítélésem szerint a fogyasztási szövetkezeti kereskedelem - az elsősorban külföldi versenytársakkal szembeni - versenyhátrányának „ledolgozására” vidéki viszonylatokban nem marad más lehetősége a jövőben, mint új utak keresése, az ún. „Kék Óceán Stratégia” megtalálása. Az új modell - mint a sok közül egy lehetséges jövőkép - kidolgozásakor ezt az alapvető elvi szempontot figyelembe véve tettem javaslatot egy olyan új „verseny nélküli piaci tér” létrehozására, amelyben a szövetkezeti mozgalomnak megítélésem szerint számottevő tartalékai és lehetőségei vannak.

Nagyságrendileg nem azonos, de hasonló verseny jött létre a kialakult egyéb hazai tulajdonú kereskedelmi üzletláncok és a szövetkezeti kereskedelem között, amellyel szintén igen komolyan kell számolni a szövetkezeti vezetőknek a jövőbeni stratégiájukban (CBA, REAL stb.). A fogyasztási szövetkezeti kereskedelem történelmi sajátosságainál fogva - vidéki jellege miatt is – rendelkezik olyan potenciális együttműködést elősegítő, generáló lehetőségekkel, amelyeket igyekeztem részletesebben megfogalmazni az új modell-konceptiómban.

Mindezek alapján úgy vélem, hogy elméletileg lehetséges a szövetkezés ügyének új alapokra való helyezése, egy megújuló piac-centrikus versenystratégia kidolgozása, amellyel hatékonyan felvehetik a versenyt a szövetkezeti vállalkozások az egyéb versenytársaikkal. Ehhez azonban túl kell lépni a kizárólag kis-illetve nagykereskedelemre koncentráló koncepción, s a regionális szövetkezeti klaszter-koncepció megvalósításának irányába elmozdulni.

H.5. A fenntartható- fejlődés és vidékfejlesztésben a fogyasztási szövetkezeti kereskedelemnek meghatározó szereppel kell bírnia.

„A fenntartható vidékfejlesztés az agrárgazdaság és ezen belül a mezőgazdaság, illetve az élelmiszertermelés fenntartható fejlődésénél tágabb fogalomkör, de azokkal szoros összefüggésben áll, mert magában foglalja a vidéki lakosság és a vidéki települések nem mezőgazdasági jellegű tevékenységi köreit is, amelyek sok esetben az agrárgazdaság fenntartható fejlődésének nélkülözhetetlen elemei. A fenntartható fejlődésnek az életminőség és az életfeltételek javítását kell célul kitűznie” (Láng 1997. 42.o.). Buday-Sántha a vidékfejlesztés legfőbb céljának a vidéken élők életszínvonalának, életminőségének (foglalkoztatásának) a javítását, az ország területének kultúrállapotban tartását és a természeti és kulturális értékek megőrzését, a hagyományok ápolását tekinti (Buday-Sántha 2007).

Kutatásaim egyik eredményeként az elméletileg lehetséges „sokarcú” jövőkép egy változataként fogalmaztam meg a „MULTI-COOP” szövetkezeti klaszter modelljét. Hasonló következtetésre jut

Buday-Sántha is egyik vidékfejlesztéssel foglalkozó tanulmányában: „A vidéki ipar és szolgáltatások fejlesztése során célszerű arra törekedni, hogy az lehetőleg helyi erőforrásokra támaszkodva, esetleg a helyi igényeket elégítse ki, de nagyobb mértékű fejlődésre akkor számíthatunk, ha az pl. részegységek, alkatrészek beszállítójaként, szolgáltatások nyújtójaként kapcsolódni tud a nagyobb gazdasági rendszerek teljesítményéhez. Így bizonyos klaszterek jönnének létre” (Buday-Sántha 2007).

A magyar vidék életében a fogyasztási szövetkezetek hosszú évtizedek óta (több mint másfél évszázada) meghatározó szerepet töltek be, és megítélésem szerint a jövőben még meghatározóbbakká válhatnak.

Szakértői véleményekre alapozva egyetérttem azzal, hogy a klaszteresedési folyamat Magyarországon is sikeres lehet. Ebben a folyamatban jelentős szerepet látok a fogyasztási szövetkezeti mozgalom újraélesztése révén ennek a szektornak is. Ez a program jól illeszthető a gazdaságfejlesztés koncepciójába, és ezen belül a kis- és közepes vállalkozások támogatási politikájába, hiszen a fejlesztési és támogatási célok egybevágnak. Az állami támogatásoknak és adókedvezményeknek kompatibilisnek kell lenniük az EU-normákkal. Az EU-támogatások igénybevétele érdekében pontosan meghatározott projektek kidolgozása szükséges. A klaszterek megfelelő keretet nyújtanak a támogatások sikeres megszerzéséhez, egyrészt mert a klasztermenedzsmenst, vagy egy klasztertag-projektkoordinátor összefogja és irányítja a projektkidolgozást és a pályázat benyújtásának munkafolyamatát, másrészt a KKV-k a kooperációban összevonva erőforrásaikat sikeresebben képesek pályázni a támogatásokra.

Elemzéseim alapján megerősítettnek vélem azt, hogy a fogyasztási szövetkezeti kereskedelem egy megújuló struktúrával aktív és meghatározó szereplő lehet a jövőben a fenntartható fejlődésben és vidékfejlesztésben.

3.2. A kutatás legfontosabb eredményei

Összefoglalva az induló hipotézisek alapján a kutatás legfontosabb új vagy újszerű eredményei a következők:

- A kutatás egyik legfontosabb eredményének tekinthető a magyar szövetkezetpolitika fejlődéstörténetének összegzése, az ÁFÉSZ-ek átalakulásában szerepet játszó tényezők feltárása, a hazai fogyasztási szövetkezeti kereskedelem elméleti és gyakorlati kérdéseivel foglalkozó irodalmak összegyűjtése, elemzése. A szekunder kutatások alapján megállapítottam, hogy az eddig ismert szövetkezeti elméletek nem képesek a szövetkezés lényegének és előnyeinek minden szempontból kielégítő meghatározására (Rokholt 1999), ezért is tettem

kísérletet arra, hogy a *témát interdiszciplinárisan vizsgáljam*, melynek során a mélyreható közgazdasági elemzés mellett más (elsősorban társadalom) tudományok kutatási eredményeit használtam fel, hiszen ez a szövetkezeti lényeg vizsgálatához, illetve a hosszú távú magyar szövetkezettervezési stratégia kialakításához is elengedhetetlen. Az új típusú gazdaságban a szövetkezeti vállalkozásoknak is alkalmazkodniuk kell a gyorsan változó körülményekhez. Elméleti szempontból kiemelten kezelttem azokat a tudományos szempontból figyelembe vehető, illetve a szövetkezés lényegével összefüggő legújabb eredményeket, amelyekre alapozva egy valóban teljesen új szemléletű szövetkezetelmélet kidolgozása válhat lehetségessé.

- Annak a felismerése és elemzésekkel történt alátámasztása, hogy *paradigmaváltásra van szükség a szövetkezetelmélet terén is*, más tudományterületekhez hasonlóan. A klasszikus és neoklasszikus szövetkezetelméleti megközelítések általában a tulajdonjogok, tranzakciós költségek és szervezetek, ügynökelméletek stb. aspektusából közelítik a szövetkezetelméletet.
- Kutatási eredmény annak a felismerése, hogy a szövetkezeti vállalkozások lényege más tökealapon működő vállalkozásokkal szemben az *együttműködésre épülő tökekoncentráción keresztül létrejövő szövetkezeti tulajdon, amelyben a szövetkezet minden tagjának egyenlő versenyesélye van*. Szövetkezetelméleti szempontból a tulajdon kérdése ugyan változatlanul meghatározó, azonban az új típusú gazdaság teljesen új közgazdasági jellemzői, mint pl. a hálózatok kialakulása, a globalizáció, az erőkoncentráció, az információtechnológia stb. új filozófiát és új stratégiákat követelnek a szövetkezőktől.
- Kutatási eredmény annak felismerése, hogy a regionális fejlődési sajátosságok által vezérelt makro- és mikrogazdasági struktúrákban a fogyasztási szövetkezeti kereskedelmi szervezetek abszolút versenyelőnye lehet a lokális disztribúciós adottsága a multinacionális kereskedelmi cégekkel szemben. Az egyénre szabott igény-kielégítés, a speciális szükséglet-kielégítés „kisüzemi” szinten is művelhető olyan színvonalon, mint a hipermarketek szintjén. A hálózati, az információtechnológiai előnyökre, az internet nyújtotta lehetőségekre koncentráló szövetkezeti stratégiai elvekre építve a szövetkezetek a tagságot sajátos szövetkezeti érdekviszonyokra épülő kötődés kialakításával tudják magukhoz láncolni, míg a nem tagoknak pedig egyéb szolgáltatásokkal nyújtanak többet. *A szövetkezés lényegét a kooperációban rejlő hálózati erőre épülő koncentrációban, erőegyesítésben látom*.
- Az „üzleti vállalkozás-szerű szövetkezés” fogalma (nem ideértve a társadalmi lét során kibontakozó sokirányú másfajta szövetkezési lehetőségeket) elméletileg kétféle értelemben is felfogható:

- a tőkealapon működő vállalkozások együttműködő szövetsége, szövetkezése, kvázi a kereskedelmi koncentrációs folyamat ellenszereként az erőegyesítés révén próbál piaci pozícióbeli előnyökhöz jutni. (Példaként felhozható a fogyasztási szövetkezeti kereskedelem, a Coop-üzletlánc legnagyobb hazai tulajdonú riválisa: a CBA üzletlánc).

- a szövetkezeti értékekre és alapelvekre épülő szükségleti elven nyugvó együttműködés, szövetkezés, ez a szövetkezeti mozgalom sajátja. A szövetkezeti taggá válás, a szövetkezeti tagság, a szövetkezeti tag vásárló számára új vevőértéket képes teremteni és ennek az egész kontextusnak a lényege nem alapvetően csak a tulajdonra épül, hiszen ezen a téren rendkívül elaprózott, hanem *a kooperatív stratégia alapján olyan új többlet vevő-érték megteremtését segíti elő* a szövetkezéssel, amelyet az összefogás, együttműködés nélkül nem lehetne elérni. Tehát ezáltal *új igényeket is tud gerjeszteni* a meglévő szükségleti körön belül, ami által az ebben közreműködő szövetkezeti tagság életminőségét *a tőke és a profit elvek ártértelmezésével egy új „mezőbe” helyezi*. A szövetkezeti mozgalmat a hálózatelmélet szerint is ez a központosításból eredő erőegyesítés teheti az általános globalizálódó gazdaságban potenciálisan egyenlő versenytárrsá a tőkeorientált vállalkozásokkal szemben.

A szövetkezés a jövőben is vélelmezhetően csak lokális szintről indulva, de regionális, interregionális és nemzetközi, globális szinten történő szerveződéssel tud versenyképes lenni a tőkealapon szerveződő multinacionális vállalkozásokkal szemben. A hálózatépítés és a kooperatív marketing stratégia kulcskérdések a jövőbeni „életben maradás” tekintetében.

- A kutatás során egyértelművé vált, hogy a fogyasztási szövetkezeti kereskedelem fejlődési perspektívái elválaszthatatlanok a vidék, a fenntartható vidékfejlesztés, a vidéki életminőség fejlesztésének kérdéseitől. Mindezek pedig természetüknél fogva szorosan összefüggnek az agrárgazdaság, a mezőgazdaság problémáival is. A primer kutatási eredmények is azt mutatták, hogy a szekunder- és a primer kutatásokra épülő „új fogyasztási szövetkezeti modell” elképzelésem nem választható el az agrárgazdaságbeli, agribizniszbeli szövetkezeti problémáktól. Gazdag László egyik tanulmányában (Gazdag 2003) úgy fogalmazott a multifunkcionális, integrált mezőgazdaság, vertikumok kiépítése kapcsán, hogy „...a mezőgazdaság fejlesztését össze kell kötni a vidékfejlesztéssel és a környezetgazdálkodással, vagyis a környezet általános fejlesztésével, illetve a regionális politikával”. Én úgy látom ezzel összhangban, hogy ennek az integrációnak a létrehozásában az új modellbeli elképzelésem szerinti *klaszterszövetkezetek, illetve a regionális szövetkezeti klaszterek lehetnek a meghatározó tényezők*. Ugyanakkor úgy gondolom, nem biztos, hogy csak az integráció és az erők egyre fokozottabb egyesítése jelentheti csak a jövőbeni fejlődés zálogát (pl.: Japán miniaturizálási stratégiája; új információtechnológiai forradalom, innováció; értéknövelt szolgáltatások; mobil világ; internet stb.), hiszen mindezek új szükségleteket is indukálnak,

ezáltal az erőegyesítő integrációk helyett egy interaktívabb decentralizált gazdasági szerkezet jobban megfelelhet a szükségleteknek, azok folyamatos változása, fejlődése következtében. Hatékonyságnövelés az új gazdaságban új értékek alapján is létrejöhet.

Új mozgásformák jöhetnek létre ezáltal a fogyasztási szövetkezeti kereskedelemben is, amelyeknek az alapját a regionális szövetkezeti klaszter modell struktúrában látom megvalósíthatónak.

- A dolgozat ráirányítja a figyelmet *a fogyasztási szövetkezetek marketing szemléletének és alkalmazott eszközrendszerének a hiányosságaira*, arra, hogy ma már nemcsak lehetőség a marketing alkalmazása, hanem szükségszerűség is. Megkísérli feltárni a területre érvényes alkalmazás lehetséges hatásait.
- Ahogy a marketing koncepciók is állandó változásban, fejlődésben vannak (pl.: társadalmi marketing koncepció; holisztikus marketing; 4E koncepció; stb.), az *új szövetkezeti modell elképzelésem esetében is felül kell emelkedni a hagyományos gondolkodásmódon és a globális vállalkozásoktól „ellevé” lokálisan életre kell kelteni azokat az értékeket, amelyek az integráció segítségével az együttműködésre – szövetkezésre – alapozva a jövő új versenyképes lehetőségeit teremtik meg egyrészt a vállalkozások tekintetében, ugyanakkor új értékláncot teremtenek a potenciális szövetkezeti tagság ,a fogyasztók számára is az elégedettség, a lojalitás megszerzéséhez.*
- Új eredményként kezelhető az a megállapításom, mely szerint *a szövetkezés magyarországi fejlettségbeli helyzete*, illetve az ezt elősegítő politikai-, jogi- és gazdaságpolitikai környezete *még nem teljesen kompatibilis a fejlett országokéhoz viszonyítva.*
- Új eredmény az elemzéseim során felismert összefüggés: *azon országokban stabilak a szövetkezeti ágazatok, amelyekben tőkével, pontosabban olcsó hitellel való ellátását valamilyen módon megoldották.*
- Új eredményként kezelhető annak a felismerése, hogy a rendszerváltás után tönkretett, majd *„újraélesztett” szövetkezeti kereskedelmi hálózat jelenleg már nem igazán nevezhető szövetkezeti kereskedelmi hálózatnak.*
- *„Antagonisztikus” érdekelletétek indukálódtak a szövetkezeti hálózaton belül a jelenleg működő szervezeti struktúrákban.*
- *A meglévő szövetkezeti kereskedelmi hálózatot irányító menedzsment szakmai felkészültségi színvonala az új típusú gazdaság kihívásaival a szövetkezetek zömében nem áll azzal összhangban, kivéve néhány nagyobb vidéki integrációt irányító szövetkezeti kereskedelmi szervezetrendszer.*

- Új eredmény annak a felismerése, hogy amennyiben a szövetkezeti kereskedelemben nem történik meg *a szövetkezetiség, a szövetkezeti tagság perdöntő szerepének az újraértékelése* és a megfelelő válaszok kidolgozása, akkor nagy valószínűséggel *prognosztizálható a fogyasztási szövetkezetek piaci pozíciójának folyamatos gyengülése, a vidéki szövetkezeti kereskedelmi hálózat versenyképességének „katasztrofális” leromlása, a vidéki lakosság életminőségének további számottevő mérséklődése*, különösen akkor, ha figyelembe vesszük a 2008 év végére kialakult „subprime” válságból adódó világgazdasági válsággal összefüggő nehézségeket is.
- Új eredmény annak a felismerése, hogy a *jelenlegi gyakorlatban alkalmazott szövetkezeti modell (modell gt-k stb.) nem ad releváns „szövetkezeti” válaszokat az érdekeltégi, hatékonysági, illetve versenyképesség-növelési kérdésekre*. A kulcs a *szövetkezeti tagság* (mint tulajdonosok) *számának igen jelentős növelésében rejlik*, olyan még újabb modell létrehozásával, amely vonzóvá teszi a szövetkezést, és érdekeltté teszi az embereket a szövetkezeti hálózatokba történő belépésben.
- Újszerű eredményként kezelhető a *fogyasztási szövetkezetek térszervező szerepének bizonyítása, a gazdasági és a társadalmi feladatkörök dichotómiájának és összeegyeztetési lehetőségeinek feltárása*.
- Új eredmény az *új, diverzifikált szövetkezeti vállalkozási modell alapjának kidolgozása, a szövetkezeti kiskereskedelem újrapozicionálási szükségességének bizonyítása, a versenyképes szövetkezeti szektor térgazdaságtani összetevőinek bemutatása*.
- *Összességében a kutatásom új eredménye annak a felismerése, hogy a jövőbeni magyar gazdaságpolitikában a makrogazdaság jelenlegi ágazati és tulajdoni szerkezetében kialakult problémákkal szemben a szövetkezésben rejlő potenciális erők biztosíthatják az ország számára a kitörés legbiztosabbnak tűnő lehetőségeit* (agrárium, élelmiszergazdaság, alapanyagtermelés és feldolgozás újraszervezése szövetkezeti szervezetrendszerben „szövetkezeti klaszterek” révén stb.) *Az új szövetkezeti modelleket valóban szövetkezeti modell-ként és nem leszűkített értelemben vett fogyasztási szövetkezeti modell-ként kell kezelni*.

4. TOVÁBBI KUTATÁSI IRÁNYOK

A környezet gyors változása és kiszámíthatatlansága erősíti a fogyasztási szövetkezeti szervezetek stratégiai gondolkodásának szükségességét, a marketingfilozófiájának és eszköztárának alkalmazását.

Az összegyűjtött szekunder és primer információk eredményeként további kutatási irányokat definiálhatok:

- a *fogyasztási szövetkezeti modell és termelésre is kiterjedő szövetkezeti modell összekapcsolása* az egész vidéki társadalmi-gazdasági szövetkezés új tartalommal való megtöltése érdekében egy – a dolgozatban felvázoltnál – még komplexebb integrált egységes klaszter szövetkezetként kezelve, meghatározó szereppel felruházva ebben az agrárszövetkezést és agribizniszt, a további feladatok, kutatási irányok egyikeként.

- a *klaszterszövetkezet továbbgondolása* oly módon, hogy ebben a modellben a szövetkezet játssza azt a szerepet, amit a klaszterben a kulcsvállalat tölt be. A kutatás során fel kell tárnunk, hogy a klasszikus szövetkezeti elvek milyen esetekben helyettesíthetők, pótolhatók, vagy kompenzálhatók az alacsonyabb profitabilitással kapcsolatos hiányosságokat, s hogyan milyen módon teszik lehetővé a külföldi vállalatokétól eltérő marketingstratégia alkalmazását.

- a *hálózatépítés és a kooperatív marketingstratégia* fogyasztási szövetkezeti mozgásformái további lehetséges változatainak kutatása.

- a regionális szövetkezeti klasztermodell struktúra operatív, gyakorlatias kidolgozása felhasználva az ezirányú *nemzetközi szövetkezeti tapasztalatokat*.

- a fogyasztási szövetkezetek szövetkezeti *tag-orientált marketingszemléletének* és alkalmazandó eszközrendszerének kutatása és általános érvényű kidolgozása, célul kitűzve a tagi bázis fejlesztését, vevő-értéket teremtő sajátos szövetkezeti marketingstratégia kialakításával.

- a *média* szerepének vizsgálata a szövetkezeti mozgalom által közvetített értékek szélesebb körű elterjesztésében, az együttműködésben rejlő lehetőségek tudatosításában, az arra való ösztönzésben.

A fogyasztási szövetkezeti kereskedelemnek a jövőbeni versenykörnyezetben egyre erősödő és felgyorsuló új kihívásokra rugalmas, hatékony és gyors válaszokat kell tudni adnia. Ehhez nélkülözhetetlen a már eddig is jól összehangolt érdekérvényesítő tevékenység a szövetkezeti ágazatban működő társszervezetekkel, nemzetközi szervezetekkel, és a velük folytatandó folyamatos stratégiai együttgondolkodás. Vélhetően lassú, buktatókkal tűzdelt út lesz, melyet végig kell járniuk a szövetkezeti mozgalom szereplőinek, a siker pedig nem csak a végrehajtás módjában rejlik, hanem az időtényezőben is .

5. TUDOMÁNYOS PUBLIKÁCIÓK JEGYZÉKE

5.1. A dolgozat témakörében megjelent publikációk

Imre Géro : „ Identifying and better serving your most profitable and loyal customers through effective marketing segmentation.” In : Vision in Business Limited „ Achieving and Maintaining Customer Loyalty in Central and Eastern Europe” Conference : 29th and 30th November 1999. Venue: Budapest Hilton.Conference Studies (pp 44-58.).

Géro Imre: „ Élni és élni hagyni” multinacionális láncok és a hazai kereskedelem c. előadás a Budapesti Gazdasági Főiskola Globalitás és Vállalkozás Tudományos Konferenciasorozat a Magyar Tudomány Napja 2001 tiszteletére Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Kar 2001. november 5., Kisvállalkozások és kereskedelem 4. Szekció. In: Tudományos Évkönyv 2001 BGF (pp. 117-123.) (L)

Géro Imre : „A magyar szövetkezeti kereskedelem fejlődési perspektívái EU csatlakozásunk küszöbén” c. előadás a „Magyarország a gazdasági fejlődés keresztútján” Tudományos konferenciasorozat a Magyar Tudomány Napja 2003 tiszteletére 2003. november 6-7. BGF Budapest. In : BGF Tudományos Évkönyv 2003.(L).

Géro Imre: „Szövetkezés és marketing (I).” Tudástranszfer és információs társadalom MTN BGF Konferencia 2004. In: BGF Tudományos Évkönyv 2004. (pp. 151-171.) (L) ISSN 1558-8401.

Géro Imre: „A magyar fogyasztási szövetkezeti kereskedelem szervezeti innovációjának és versenyképességének főbb sajátosságai a rendszerváltás óta” Környezetvédelem, regionális versenyképesség, fenntartható fejlődés c. Konferencia Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kara Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola Évkönyv 2004-2005 /Pécs 2005./ III. kötet (pp.307-317.) (L) ISSN 1588-5348.

Géro Imre: „Gondolatok a fenntartható fejlődés- és vidékfejlesztésről a fogyasztási szövetkezeti kereskedelem (Coop-üzletlánc) aspektusából”
Tudás és Versenyképesség Pannon szemmel Pannon Gazdaságtudományi Konferencia 2006. 06.02. Veszprém Tanulmánykötet I. A/3. Vidékfejlesztés, vidékszociológia és falusi turizmus szekció, (pp.111-117.) (L).

Géro Imre: „Szövetkezés és Marketing (II.) (A fogyasztási szövetkezeti kereskedelem aspektusából)”
Innováció, társadalmi felelősség, fenntartható fejlődés – marketing megközelítésben.

Magyar Marketing Szövetség – Marketing Oktatók Klubjának 12. Országos Konferenciája. Budapest 2006. augusztus 24-25. CD: Copyright 2006. Kiadja a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Menedzsment és Vállalatgazdaságtan Tanszék ISBN 9634208676.

Géro Imre: „A magyar fogyasztási szövetkezeti kereskedelem szervezeti innovációjának és versenyképességének konvergenciája a rendszerváltás utáni magyar gazdaságpolitika prioritásaival”. BGF KKFK Szakmai Füzetek 16. szám 2006. Budapest.

Géro Imre: „Egy lehetséges jövőkép (új modell) a fogyasztási szövetkezeti kereskedelemben (I)”. BGF KKFK. Szakmai Füzetek 2007. 21. szám (pp. 24-36).

Géro Imre: „Egy lehetséges jövőkép (új modell) a fogyasztási szövetkezeti kereskedelemben (II)”. Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar. VI. Nemzetközi Konferencia. A közgazdász képzés megkezdésének 20. évfordulója alkalmából. Miskolc-Lillafüred, 2007. október 10-11. II. Konferenciakötet (pp.23-35.) (L).

Géro Imre: „Fogyasztási szövetkezeti kereskedelem és gazdaságpolitika tegnap, ma és holnap” MTA Regionális Kutatások Központja folyóirata. TÉR ÉS TÁRSADALOM (L) 2008. XXII. Évf. 2.SZÁM. (pp. 145-167.) (L).

Géro Imre: „A magyar szövetkezeti kereskedelem fejlődési perspektívái EU-csatlakozásunk küszöbén.” EU Working Papers. Gondolatok munka közben. BGF KKFK szakmai folyóirata. VI. Évfolyam, 4. szám 2003. Budapest. (pp. 94-103.) (L).

Géro Imre: „Gondolatok a szövetkezetről” 2004. ACTA OECONOMICA Modern Üzleti Tudományok Főiskolája, 1. kötet, (pp. 47-65.) (L).

Géro Imre: „Szövetkezés és piacgazdaság” 2005. ACTA OECONOMICA Modern Üzleti Tudományok Főiskolája, 2. kötet, (pp. 23-52.) (L).

Géro Imre: „A magyar fogyasztási szövetkezeti kereskedelem versenyképességének regionális sajátosságai” 2006. ACTA PERIODICA Modern Üzleti Tudományok Főiskolája, 3. kötet, (pp.91-111.) (L).

5.2. A dolgozat témakörében megtartott konferencia-előadások

Idegen nyelvű konferencia előadás

Imre Géro : „ Identifying and better serving your most profitable and loyal customers through effective marketing segmentation.” Vision in Business Limited Conference : 29th and 30th November 1999. Venue: Budapest Hilton.

Hazai konferencia előadás

Géro Imre: „ Élni és élni hagyni” multinacionális láncok és a hazai kereskedelem c. előadás a Budapesti Gazdasági Főiskola Globalitás és Vállalkozás Tudományos Konferenciasorozat a Magyar Tudomány Napja 2001 tiszteletére Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Kar 2001. november 5., Kisvállalkozások és kereskedelem 4. Szekció.

Géro Imre: „Életképes-e a szövetkezetek regionális bolti kiskereskedelmi hálózata ? (Bács-Kiskun példáján) „ c. előadás a BGF „Híd kelet és nyugat között” Tudományos konferenciasorozat a Magyar Tudomány Napja 2002 tiszteletére. Idegenforgalom, kereskedelem, vendéglátás szekció 2002. november 7-8 KVIFK 1054 Budapest, Alkotmány u. 9-11. II.em. 224 terem.

Géro Imre: „A szövetkezeti bolti kiskereskedelem piaci pozícióinak többváltozós statisztikai vizsgálata Bács Kiskun megyében”. Modern Üzleti Tudományok Főiskolája (MÜTF) A struktúraváltás évtizede 1992-2002. Jubileumi Tudományos Konferencia”, Tatabánya 2002. szeptember 9-10.

Géro Imre : „A magyar szövetkezeti kereskedelem fejlődési perspektívái EU csatlakozásunk küszöbén” c. előadás a „Magyarország a gazdasági fejlődés keresztútján” Tudományos konferenciasorozat a Magyar Tudomány Napja 2003 tiszteletére 2003. november 6-7. BGF Budapest.

Géro Imre: „Szövetkezés és marketing (I).” “Tudástranszfer és információs társadalom MTN BGF Konferencia”, 2004. Budapest.

Géro Imre: “A magyar fogyasztási szövetkezeti kereskedelem szervezeti innovációjának és versenyképességének konvergenciája a rendszerváltás utáni magyar gazdaságpolitika

prioritásaival”. BGF Magyar Tudomány Napja . “A prioritások és a konvergencia kölcsönhatása a magyar gazdaságban”. Tudományos konferencia, 2005. november 10-11. Budapest.

Géro Imre: „A magyar fogyasztási szövetkezeti kereskedelem szervezeti innovációjának és versenyképességének főbb sajátosságai a rendszerváltás óta” Környezetvédelem, regionális versenyképesség, fenntartható fejlődés c. Konferencia Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kara Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola /Pécs 2005./.

Géro Imre: „Gondolatok a fenntartható fejlődés- és vidékfejlesztésről a fogyasztási szövetkezeti kereskedelem (Coop-üzletlánc) aspektusából”
Tudás és Versenyképesség Pannon szemmel Pannon Gazdaságtudományi Konferencia 2006. 06.02. Veszprém. A/3. Vidékfejlesztés, vidékszociológia és falusi turizmus szekció.

Géro Imre: „Szövetkezés és Marketing (II.) (A fogyasztási szövetkezeti kereskedelem aspektusából)”.
Innováció, társadalmi felelősség, fenntartható fejlődés – marketing megközelítésben.
Magyar Marketing Szövetség – Marketing Oktatók Klubjának 12. Országos Konferenciája. Budapest 2006. augusztus 24-25.

Géro Imre: „Egy lehetséges jövőkép (új modell) a fogyasztási szövetkezeti kereskedelemben (I.)”.
Stratégiák 2007 és 2013 között. BGF Tudományos Konferencia Magyar Tudomány Napja 2006. november 9-10. Kereskedelem és Marketing Szekció. Budapest.

Géro Imre: „Egy lehetséges jövőkép (új modell) a fogyasztási szövetkezeti kereskedelemben (II.)”.
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar. VI. Nemzetközi Konferencia. A közgazdász képzés megkezdésének 20. évfordulója alkalmából. II/B. Szekció. Miskolc-Lillafüred, 2007. október 10-11.(L).

Tudományos előadás (publikációs kiadvány nélkül)

Géro Imre : „ A COOP csoport informatikai programja” c előadás az„ E- commerce, illetve a vonalkód alapú rendszerek” c. tudományos szimpóziumon, a Magyar Közgazdasági Társaság Kereskedelmi Szakosztály szervezésében, TIT Kossuth Klub 2003. június 5. Budapest.

Géro Imre : „E-Commerce (elektronikus kereskedelem)” Az EU házhoz jön Konferencia sorozat Gazdasági és Közlekedési Minisztérium és a Csongrád megyei Kereskedelmi és Iparkamara Konferenciája. **Belgrád**, 2006 október 25.

5.3. Egyéb publikációk

Szakanyagok, jelentések

Géro Imre: „Rugalmas alkalmazkodás a piaci igényekhez az ÁFÉSZ kiskereskedelemben,, /tanulmány/. Kereskedelmi Szemle 1981/3.sz. XXII. Évfolyam

Géro Imre: „ Marketing szemléletű vállalatvezetés és áruforgalom szervezés ,, /tanulmány / . Szövetkezeti Kereskedelem, a SZÖVOSZ Szaklapjában jelent meg az 1984. év októberi számban / 1984/5.sz. /

Géro Imre: „ Törvényszerű-e a szövetkezeti versenyképesség gyengülése ,, / tanulmány / . Szövetkezeti Kereskedelem, a SZÖVOSZ Szaklapjában jelent meg az 1986. év februári számban / 1986/1.sz. /

Géro Imre: „ Érdekeltségi rendszer az ÁFÉSZ-eknél. Mit kell tudni a jövedelemérdekeltségű üzemeltetésről ,, / tanulmány / . Szövetkezeti Élet c. lapban jelent meg / Kecskeméten / 1986. március 20-án.

Géro Imre: „ Javaslatok a HEAVYTEX Újszegedi Szövő RT piacorientált működésének kialakítására,, / tanulmány – eredetileg belső anyagként készült, az országos textilipari szaklapban jelent meg rövidített változatban 1992 május-júniusi számban/.