

A Covid-19-világjárvány hatása a kiskereskedelemre

Szerkesztette
Sikos T. Tamás – Molnár Dóra




LUDOVIKA
EGYETEMI KIADÓ

Covid-19-világjárvány hatása a kiskereskedelemre

Covid–19-világjárvány hatása a kiskereskedelemre

Szerkesztette

Sikos T. Tamás – Molnár Dóra



LUDOVIKA
EGYETEMI KIADÓ

Budapest, 2022

A kézirat a TKP2020-NKA-09 számú projekt a Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alapból biztosított támogatással, a Tématerületi Kiválósági Program 2020 pályázati program finanszírozásában készült el, illetve a Magyar Bevásárlóközpontok Szövetsége támogatásával jelent meg.



Szerzők

Agárdi Irma
Bányász Péter
Kovács András
Kovács Csaba

Kozák Ákos
Kozák Tamás
Lipták Katalin
Molnár Dóra

Nyáry Gábor
Papp Vanda
Sikos T. Tamás
Veresné Somosi Mariann

Lektorok:
Beluszky Pál és Tiner Tibor

Kiadja a Nemzeti Közszolgálati Egyetem
Ludovika Egyetemi Kiadó
A kiadásért felel: Deli Gergely rektor

Székhely: 1083 Budapest, Ludovika tér 2.
Kapcsolat: kiadvanyok@uni-nke.hu

Felelős szerkesztő: Varga Zoltán
Olvasószerkesztő: Bujdosó Hajnalka
Korrektor: György László
Tördelőszerkesztő: Tihanyi József

Nyomdai kivitelezés: Pátria Nyomda Zrt.
Felelős vezető: Orgován Katalin vezérigazgató

ISBN 978-963-531-790-5 (nyomtatott)
ISBN 978-963-531-791-2 (elektronikus PDF) | ISBN 978-963-531-792-9 (ePub)

© A szerkesztők, 2022
© A szerzők, 2022
© A kiadó, 2022

Minden jog védve.

Tartalom

A kötet szerzői	7
Előszó	11
Molnár Dóra: Kelet-közép-európai körkép a világjárvány megfékezésére tett szakpolitikai intézkedésekről és a kiskereskedelem helyzetéről	15
Molnár Dóra: A Covid-19 nemzetközi hatása a FMCG-szektorra és a kis- kereskedelemre	43
Sikos T. Tamás – Kovács András: A Covid-19 első hullámának hatása a kiskereskedelemre: a pánikvásárlás	65
Sikos T. Tamás – Kovács Csaba József: Generációk fogyasztási szokásai: az Y generáció és a 60 év fölötti nemzedékek	89
Lipták Katalin: A „home office” hatása a vásárlási és a fogyasztási szoká- sok alakulására	111
Kovács András: A Covid-19 hatása a kiskereskedelmi ellátási láncra	135
Kozák Ákos: A hazai kiskereskedelem kettősége és a Covid-19-járványra adott reakciók	155
Papp Vanda: Kommunikáció a Covid-19 idején a retailszektorban	179
Kozák Tamás: Online vagy offline módon kereskedjünk?	199
Veresné Somosi Mariann: Az ellátási láncok kockázatai a Covid-19 idején	219
Bányász Péter: A kiberbiztonság az FMCG-szektorban és a kiskereskedelemben	241
Agárdi Irma: Új utak a kiskereskedelemben, okoskereskedelem	263
Nyáry Gábor: Mesterséges intelligencia a kiskereskedelemben	285
Sikos T. Tamás: Innovációk és társadalmi elvárások a kiskereskedelemben	313

Vákát

A kötet szerzői

Agárdi Irma PhD okleveles közgazdász, a Budapesti Corvinus Egyetem Marketing Intézetének docense. Szakmai tapasztalatai a kiskereskedelem, CRM területére terjednek ki. Üzleti tanácsadás területén dolgozott a Malév, Magyar Telekom, a Magyar Posta részére. Kutatóként dolgozott a Passaui Egyetem Marketing Tanszékén, illetve az HEC Paris Marketing Intézetében. Vendégelőadóként a Bécsi Közgazdaságtudományi Egyetemen, a Kolozsvári Babeş–Bolyai Tudományegyetemen, illetve a Zürichi Alkalmazott Tudományok Egyetemén (ZHAW) oktatott. Kutatásai a kiskereskedelemben a digitális innovációkra (kiterjesztett valóság, mesterséges intelligencia és önkiszolgáló technológiák) fókuszálnak.

Bányász Péter politológus, a katonai műszaki tudományok doktora, kiberbiztonsági szakértő. A Nemzeti Közszolgálati Egyetem Államtudományi és Nemzetközi Karának oktatója, illetve az Egyetem Eötvös József Kutatóközpont Kiberbiztonsági Kutatóintézetének kutatója. Főbb kutatási témái a kiberbiztonság humán aspektusa, a *social engineering* és a lélektani műveletek. Aktívan részt vesz több tudományos társaság életében, a Magyar Hadtudományi Társaság elnökségi tagja 2016 óta.

Kovács András okleveles közgazdász, a regionális tudományok habilitált doktora. Kutatási területe a kereskedelem és marketing térbeli vonatkozásai, ezen belül az online/offline téri integráció, telephelyválasztás és üzleti vonzaskörzetek elemzése. Jelenleg a Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelem Vendéglátás és Idegenforgalmi Kara Kereskedelem Tanszékének egyetemi docense és tanszékvezető-helyettese. Magyar és angol nyelven oktat marketing, fogyasztói magatartás és geomarketing tárgyakat.

Kovács Csaba József PhD okleveles közgazdász, geográfus. Campus Mundi, OeAD és Szent István Ösztöndíj elismerésekben részesült. Szakmai gyakorlatát a Bécsi Közgazdaságtudományi és Üzleti Egyetemen (Wirtschaftsuniversität Wien) töltötte. Kutatási tématerülete a kereskedelmi térkapcsolatok és a vásárlói térhasználat vizsgálata. Az Agrárközgazdasági Intézet kutatója, ahol mezőgazdasági alapanyagok és élelmiszertermékek kereskedelmével foglalkozik.

Kozák Ákos szociológus és közgazdász. 1989 és 2019 között a GfK Piackutató Vállalat munkatársa volt, az intézetet közel harminc évig vezette. Számos piackutatási szakönyv és cikk szerzője. Mintegy 25 éves felsőoktatásban végzett oktatói tevékenysége

először a kutatómódszertani témákat ölelte fel. Később a fogyasztói tanulmányok terén kutatott, amelyben a fogyasztásszociológiai doktori tanulmányait is végezte. A kereskedelem kutatásához a vásárlói magatartáson keresztül jutott, és a hazai disztribúciós ágazat szinte minden szereplőjével együttműködött az évtizedek során. Minden, a kereskedelemben érintett szakmai szervezetnek elnökségi tagja volt, vagy jelenleg is az. 2019-től az Egyensúly Intézethez csatlakozott, amelynek egyik társtulajdonosa. Emellett szakértői és tanácsadási projekteken vesz részt iparági előrelépések és innovatív kereskedelemtechnológiák bevezetése során.

Kozák Tamás a Budapesti Gazdasági Egyetem docense, a Kereskedelem Tanszék vezetője, Klauzál Gábor-, illetve Baross Gábor-díjas közgazdász. Oktatási tevékenysége alapvetően kereskedelem, stratégia, illetve projektmenedzsment témakörökre terjed ki. Szűkebb kutatási területe az úgynevezett diszruptív technológiák kereskedelemre gyakorolt hatásának vizsgálata, a kereskedelmi vállalatok stratégiájának auditálása, illetve a kereskedelem multiplikátor hatásának elemzése.

Lipták Katalin PhD okleveles közgazdász, okleveles jogász. Kutatási területe a regionális munkaerőpiaci folyamatok elemzése, valamint a szociális és szolidáris gazdaság vizsgálata. Tagja az MTA IX. osztály Regionális Tudományok Bizottságának, a *Tér és Társadalom, Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek* folyóiratok szerkesztőbizottságának. A Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Karának oktatási dékánhelyettese, a Munkaerőpiac és Foglalkoztatáspolitikai Tanszék tanszékvezető egyetemi docense.

Molnár Dóra PhD okleveles biztonság- és védelempolitikai szakértő, szakvizsgázott jogász. A Nemzeti Közszerződési Egyetem Hadtudományi és Honvédtisztképző Karának oktatója, valamint az Egyetem Eötvös József Kutatóközpont Kiberbiztonsági Kutatóintézetének kutatója. Főbb kutatási témái a stratégiai biztonsági kérdések, nemzeti és nemzetközi biztonság, a kiberbiztonság jogi, védelmi, stratégiai aspektusai.

Nyáry Gábor történész, bölcsészettudományi doktor. Gazdaságtörténetet és újkori világrendszer-elméleteket tanított az ELTE bölcsészkarán, majd stratégiai kommunikációs tanácsadóként dolgozott a magánszektorban. Jelenleg a Milton Friedman Egyetem Nemzetközi és Politikatudományi Tanszékének oktatója, digitális diplomáciát és geopolitika történetet tanít. A Nemzeti Közszerződési Egyetem Eötvös József Kutató Központ Kiberbiztonsági Kutatóintézet kutatójaként kiberdiplomáciával, illetve a kibertér geopolitikájával foglalkozik. Munkája fókuszában jelenleg a kibertér emergens fenyegetései, a világűr és a globális hálózatok kiberbiztonságának vizsgálata áll.

Papp Vanda PhD főiskolai docens, magyar–angol szakos bölcész, nyelvész, online-marketing-specialista. Kutatási területe a marketing- és reklámkommunikáció, a reklámszövegek nyelvi aspektusai, a manipuláció nyelvi eszközei, a digitális kommunikáció és a *social media* kommunikáció jellemzői. A Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Karán a Kereskedelem Tanszék oktatója, az angol nyelvű kereskedelem-marketing képzési program vezetője.

Sikos T. Tamás az MTA Doktora, Klauzál Gábor-díjas közgazdász, egyetemi tanár. A marketingföldrajz hazai megalapítója, illetve a kiskereskedelem térbeli kérdéseinek elemzője, a regionális kutatások módszertana, a falu és város problematika kutatója. Szűkebb kutatási területe az élelmiszer-ellátási láncok sérülékenységének kérdése, a fenntartható kereskedelem elemzése. A Miskolci Egyetem Hantos Elemér Gazdálkodás- és Regionális Tudományi Doktori Iskolájának vezetője, a Vezetéstudományi Intézet egyetemi tanára.

Veresné Somosi Mariann CSc okleveles gépészmérnök, a Miskolci Egyetem „érdemes oktatója”, egyetemi tanár. Kutatási területe a társadalmi innováció, kockázatelemzés modellezése és a fenntartható fejlődés kérdéseinek átfogó vizsgálata. Tagja az MTA IX. Osztály Vezetés- és Szervezéstudományi Bizottságának, a Miskolci Akadémiai Bizottságának, a MAB Minőségügyi Albizottságának, az *Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek* és a *Review of Business and Management Theory, Methodology, Practice* folyóiratok szerkesztőbizottságának. A Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Karának dékánja, a Miskolci Egyetem Hantos Elemér Gazdálkodás- és Regionális Tudományi Doktori Iskolájának tisztagja és a Vezetéstudományi Intézet igazgatója.

Vákát

Előszó

A kötet keretei között a Covid–19-világjárvány nemzetközi, magyarországi hatásait vizsgáltuk az FMCG-szektorra (*Fast-Moving Consumer Goods*: gyorsan forgó fogyasztási cikkek). Fontos kérdésnek tartjuk azon sokkhatások elemzését, amelyeket a Covid–19-világjárvány okozott mind vásárlói, mind kereskedői oldalról. Külön kitérünk az egyes generációk vásárlásimagatartás-változásának elemzésére, és megkülönböztetett figyelmet szenteltünk annak, hogyan változtak az Y és az ezüstgeneráció vásárlási szokásai. A vizsgált két generáció digitális érettsége ugyan markánsan eltérő, és más az egyes korcsoportok vásárlói igénye, jövedelmi helyzete és a vírusban való érintettsége is, de éppen ezért fontos kérdés a koronavírus-helyzetre kialakított stratégiáik válaszelemzése.

A Covid–19-járvány úgynevezett első hullámának következménye volt az is, hogy hirtelen és felkészülés nélkül kellett több munkahelyen és munkakörben is átállni a távmunkára vagy a *home office*-ra. A távmunka alkalmazása Magyarországon a koronavírus megjelenéséig jelentősen elmaradt az európai átlagtól, a vírus terjedése miatt viszont sokan „kényszerültek” ebbe a helyzetbe. A távmunka hatására és a kijárási korlátozások következtében egyes munkavállalóknál megszűnt a munka és a magánélet szétválasztása, aminek számos előnye és hátránya is volt.

A munkába járással összefüggő utazások megszűnése, az állandó online jelenlét, a vírustól való félelem, a bezárkózás a vásárlási szokásokat is markánsan átalakította. A kiskereskedelemben egyre jelentősebb szerepet kapott az online vásárlás. A Covid–19-pándémia okozta gazdasági válság a kereskedelemben egyaránt okozott keresleti és kínálati sokkot. Egyrésztől a vevők vásárlói viselkedése változott meg (pánikvásárlások, megváltozó termékpreferenciák, később dühvásárlás), másrésztől a jövedelmi viszonyok változása okán keresletcsökkenés történt stb. A kiskereskedelmi szektor átalakulása már a világjárvány előtt is dinamikus zajlott, új technológiák, üzleti modellek jelentek meg, azonban a digitalizáció, az online és többcsatornás értékesítés, a digitális fizetési technológiák, a házhoz szállítás a pandémia előtt nem ismert mértékben és dinamikával terjedt el a kiskereskedelmi vállalatok között.

A Magyarországon működő nemzetközi kereskedelmi vállalatok meghatározó többsége (még az FMCG-szektoré is) a Covid–19-járvány előtt elindult a digitalizáció útján. A hazai kiskereskedelemben elsősorban a hazai kkv-kereskedőket érte váratlanul és részben felkészületlenül a pandémia és annak üzleti

kihívásai. A második hullám pedig már olyan átalakulásokat indukált, amelyek egy része az egész iparágra ható szerkezeti változásokkal járhat.

Az üzletszám évi ezres nagyságrendű csökkenése csak tetézi az elmaradó forgalomból eredő kényszerű bezárásokat. A folyamat háttérében azonban nem csupán az alacsony hatékonysággal működő vállalkozások állnak: frekventált helyeken, hagyományos városi helyszínek kiskereskedői sem tudják fenntartani a boltjaikat. Az elkövetkező három-öt évben formálódó változásokat csak közvetett módon lehet felvázolni, hiszen ma még nem láthatók támogatáspolitikai intézkedések, és koncentrációs folyamatok mentén rendeződik újra a kereskedelem. Mindeközben technológiai fejlesztések folynak a vállalatoknál, és a vásárlási szokások módosulásai is kihatással vannak az ágazat mozgásterére. Változott a kínálati oldal szereplőinek viselkedése, aminek egyrészt a nyitva tartás szabályozása, az egyes termékek keresletének hirtelen növekedése, a többszoros értékesítés és a digitális fizetés iránti igény előretörése, másrészt megváltozott a vásárlói viselkedés oka. A vásárlások egy része online platformokra terelődött, a fizikai boltban vásárlók pedig rövidebb időt fordítottak a vásárlás lebonyolítására, megváltozott a termékpreferencia.

A digitalizáció soha nem látott fejlődésnek indult, az internetpenetráció közel 90%-os értéket ért el. A jövőbeni nagy kérdés az, hogyan változik az *offline és online kereskedelem* aránya, milyen változások prognosztizálhatók a kereskedelmi vállalatok üzleti modelljeiben. Az értékesítési modellek hogyan tolnak el a *multichannel* értékesítési modelltől az úgynevezett *cross-channel* modellen át az *omnichannel* rendszerekig. A cégeknek szembe kell nézniük azzal az alapvető változással, hogy a mai globális gazdaságban az ellátási láncok egyre hosszabbá és bonyolultabbá válnak, ezért számos új veszély jelenik meg működésükben. Az elmúlt évtizedektől olyan, egyre erőteljesebb jelenségek tanúi lehetünk, amelyek az ellátási láncok sérülékenységét idézik elő.

Az ellátásilánc-menedzsment legnagyobb kihívása, hogy a lánc tagjai miképpen osztják meg a hasznokat és az ehhez kapcsolódó kockázatokat. Egyértelmű, hogy a kockázatok szoros összefüggésben vannak a fenntarthatóság követelményeivel. Ökológiai, ökonómiai és szociális kockázatok nevesíthetők, és megemlítendő továbbá a válságszituációk, a természeti katasztrófák és a terrorfenyegetettség egyaránt. Ezek a változások és a globális járványügyi helyzet új kibebiztonsági kihívások elé állították az állami és piaci szereplőket egyaránt. Sok szervezetnek szinte egyik napról a másikra kellett átállnia távoli munkavégzésre, illetve kialakítania azt a munkakörnyezetet, ahol a megváltozott körülmények között tudják biztosítani az üzletmenet-folytonosságot.

A szervezetek jelentős része azonban nem készült fel megfelelően a digitális transzformációra, ami természetszerűleg magával hozta a kiberbűncselekmények számának megugrását. A megfelelő és elvárt szintű adat- és kiberbiztonság kialakítása nem olcsó, a szervezetek szeretnek ezeken a kiadásokon spórolni, egészen addig, amíg egy kibertámadás következtében jelentős kár nem éri őket.

Mindez olyan nehéz gazdasági körülmények között történt, mint a koronavírus okozta kötelező leállítás, amely új utak kialakítását igényli (*smart retailing*, okos-kiskereskedelem). Sokan a fejlett technológiák egyfajta áttörését, transzformatív pillanatának eljövételét vizionálták 2020-ra. A már jó ideje „emelkedő csillag” egyértelműen a mesterséges intelligencia (vagy pontosabban fogalmazva: a mesterséges intelligencia és az ahhoz ezer szállal kapcsolódó automatizáció, azaz robotika) volt; ezt a folyamatot a Covid-19-világjárvány egyértelműen felgyorsította. A mesterséges intelligencia a nagy adattömegekre, gépi tanuló algoritmusokra és automatizációra alapozva kínál minőségileg magasabb szintű vásárlói élményt, még hozzá a hagyományos vásárlói terekben éppen úgy, mint az e-kereskedelem platformjain. Innovációk, társadalmi elvárások jelentkeznek a kiskereskedelemben, amelyekben jelentős szerepet kap a fenntarthatóság, personalizáció és az online értékesítés térnyerése.

Budapest, 2021. szeptember 28.

A szerkesztők

Vákát

Kelet-közép-európai körkép a világjárvány megfékezésére tett szakpolitikai intézkedésekről és a kiskereskedelem helyzetéről

Bevezetés

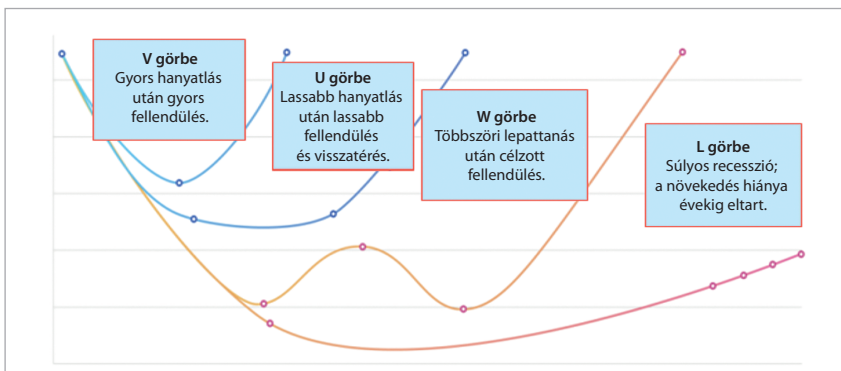
A világjárvány következtében előállt rendkívüli helyzetben kritikus szükség mutatkozott a kiszolgáltatott személyek és vállalatok kormányzati támogatására, ezért valamennyi államnak sürgős és hathatós választ kellett találnia a gazdaság talpon tartása érdekében, valamint azért, hogy a munkavállalók megőrizhessék munkahelyüket és jövedelmüket. Az államok többsége által bejelentett fiskális intézkedések között széles körű adókedvezményeket, bértámogatásokat, munkanélküli-segélyeket, a közüzemi számlák és bérleti díjak fizetésének elhalasztását, jelzáloghitel-könnyítéseket, a háztartásoknak egyösszegű kifizetéseket (azaz úgynevezett „helikopterpénzt”), a vállalkozások számára kedvezményes kölcsönök és hitelgaranciák nyújtását láthatjuk.¹

A kelet-közép-európai államok is szinte valamennyi nevesített intézkedést elrendelték. A vizsgált régiót azzal az eltéréssel azonosítjuk a visegrádi államokkal, hogy Lengyelország helyett Ausztria viszonyaival foglalkozunk. Ennek oka egyrészt az, hogy a lengyel gazdaságra – annak szerkezeti és méretbeli eltérése okán – másképp hatott a világjárvány, és a kormány ennek megfelelően más jellegű, a többi vizsgált államtól eltérő válságkezelésre kényszerült. Másrészt Ausztria beemelését a vizsgált államok közé az indokolja, hogy az ország és gazdaságának mérete könnyen összevethető a magyar, a cseh és a szlovák viszonyokkal, továbbá nem hagyható figyelmen kívül az a tény sem, hogy a járvány kezelése során az osztrák intézkedések Magyarország számára hosszú hónapokon keresztül mintaként szolgáltak. Mindezek alapján ebben a fejezetben a kelet-közép-európai államok közül Ausztria, Szlovákia, Csehország és Magyarország járványkezelési intézkedéseit vizsgáljuk meg, kitérve a külföldi államok kiskereskedelmének alakulására is.

¹ OECD: *Government Support and the COVID-19 Pandemic* (2020. április 14.).

Valamennyi állam számára kérdés volt a járvány kitörésekor (és részben még most is az), hogy milyen gazdasági hatásokkal kell majd számolni, és miként fog a gazdaságuk ismét növekedési pályára állni. Ennek négy lehetséges útja képzelhető el (1. ábra).²

- az első és a legjobb forgatókönyv a V alakú fellendülés, ahol a gazdaság rövid időn belül helyreáll, és a recesszió időszaka után ugyanolyan növekedési ütemben nő;
- a második forgatókönyv az U alakú fellendülés, ahol a gazdaság bár szintén visszatér a járvány előtti szintre, ezt az utat lassabban teszi meg;
- a harmadik forgatókönyv a W alakú fellendülés, ahol a gazdaság a kezdeti kisebb fellendülést követően előbb visszapattan, és ismét recesszióba süllyed, végül növekedni kezd; mindez a fellendülés több hullámához vezet a stabil növekedési szakaszt megelőzően;
- a negyedik és legrosszabb forgatókönyv az L alakú fellendülés, amikor nem beszélhetünk növekedésről, és a gazdaság nagyon hosszú ideig stagnál.



1. ábra: A gazdasági fellendülés négy lehetséges scenáriója

Forrás: Arthur D. Little: *Ensuring Health and Safety while Preparing Recovery and Future Growth*. 2020. április.

A vizsgált államok gazdasága viszonylag nagy ellenálló képességről tett tanúbizonyságot, felülmúlva a 2020-as évre vonatkozó várakozásokat, és a régió növekedése kezd visszaállni a járvány előtti szintre.³ Ennek üteme a vizsgált országok

² COVID-19 Retail Aftermath: 8 Consumer Behavior Trends Here to Stay. *Hypersonix.ai*, é. n.

³ Fitch Ratings: *Visegrad 4 Economies Appear Resilient to COVID-19 Third Waves* (2021. április 13.).

esetében sem egyenletes: míg a szlovák és magyar gazdaság várhatóan már 2021 végére eléri a járvány előtti szintet, addig Csehország esetében ez 2022 közepére, míg Ausztria esetében 2022 végére várható, tehát míg az előbbi esetekben a V alakú, az utóbbiaknál inkább az U alakú görbe látszik megvalósulni.

A továbbiakban országokénti bontásban mutatjuk be a világvárvány kezelésére tett szakpolitikai intézkedéseket, valamint a kiskereskedelem alakulását.

1. Magyarország

A magyar gazdaság a járványt megelőző öt évben átlagosan évi 4,1%-kal bővült, amely nemcsak a szlovák és cseh növekedést múlta felül, hanem az eurózóna átlagos bővülését is. Ezt a növekedést akasztotta meg a világvárvány. 2020 második negyedévében a gazdaság 14,5%-kal esett vissza, amely a többi visegrádi ország gazdasága csökkenésénél is nagyobb mértékű volt.⁴ A harmadik negyedévben elért – és nem várt – 9,8%-os növekedés azonban bizakodásra adhat okot, és valószínűsíthető, hogy a válság lecsengésével Magyarország ismét képes lehet az évi 4% körüli gazdaság bővülésre (külső körülmények változatlansága esetén).⁵ Ehhez azonban szükség van a beruházások további növelésére, a munkaerő fejlesztésére, az innováció ösztönzésére, valamint a támogató intézményi keretek fejlesztésére.⁶ A gazdaság egyik kritikus ágazata a kötet címében is szereplő kiskereskedelem, amely strukturális okokból (hagyományos, kisebb üzletek magasabb részaránya) és az online vásárlás lassabb elterjedése miatt jelentős lemaradásban van a régió (és az eurózóna) országai mögött. S bár a magyar gazdaság 2020-ban 5%-os visszaesést könyvelhetett el, 2021-ben ugyanekkora mértékű növekedés várható,⁷ amely alapján a gazdaság a V alakú, tehát a legkedvezőbb görbét fogja várhatóan bejárni.

Eltérően a régió többi országának vizsgálatától, ebben a fejezetben csak a járványhelyzet kezelésének legfőbb gazdasági intézkedéseit mutatjuk be, és eltekintünk a kiskereskedelem alakulásának részletes vizsgálatától tekintettel arra,

⁴ Eurostat: *GDP and Main Components* (é. n.).

⁵ Hegedűs Orsolya: *Hungary Real Estate Market View. Cushman&Wakefield*, 2021. július 1.

⁶ *Repülőrajt. A magyar gazdaság növekedési pályája 2030-ig.* McKinsey & Company. 2020. november. 9–10.

⁷ Európai Bizottság: *Economic Forecast for Hungary* (2021. május 12.).

hogy a további fejezetek számos, a magyar kiskereskedelmi piaccal kapcsolatos részkérdésről részletesen is szólnak.

Hazánkban az első Covid-fertőzöttet 2020. március 4-én azonosították, és pontosan egy héttel később a kormány kihirdette a veszélyhelyzetet. Soha nem látott korlátozásokat vezettek be, amelynek köszönhetően a járvány első hulláma a lehető legkevesebb emberéletet követelte. Augusztus végén azonban már kezdett begyűrűzni a második hullám, amely novemberben tetőzött, majd 2021 februárjában a harmadik hullám is elérte Magyarországot. Igen szomorú statisztikai adat, hogy ebben az időszakban millió főre vetítve hazánkban szedte legtöbb áldozatát a koronavírus.

A kormány veszélyhelyzeti gazdaságpolitikája fiskális és monetáris intézkedések bevezetését egyaránt tartalmazta.⁸

A *fiskális intézkedések* érintették a költségvetés bevételi és kiadási oldalát is. Az előbbi vonatkozásában döntés született a munkaadók szociális hozzájárulásának megszüntetéséről a leginkább érintett ágazatokban, az egészségügyi hozzájárulás csökkentéséről, mintegy 80 000 kis- és középvállalat (kkv) kisvállalati adó megfizetése alól mentesítéséről (főként a szolgáltatási szektorban), a médiaszolgáltatóknak a reklámbevételek kiesése miatt nyújtandó adókedvezményről, valamint az adótartozások behajtására irányuló eljárások felfüggesztéséről. A kiadási oldalt érintő legjelentősebb intézkedés a GDP 0,6%-át kitevő 245 milliárd forint átcsoportosítása volt az egészségügyi szektorba, de döntés született speciális adócsomag kidolgozásáról is a családok és a vállalkozások számára. Még a járvány első hulláma alatt, 2020. április 8-án felállítottak két új alapot: a Járványelleni Védelmi Alapot és a Gazdaságvédelmi Alapot. Ezek létrehozásának fő céljai között szerepelt a munkahelyek védelme, a munkahelyteremtés összesen 450 milliárd forint értékű beruházások támogatásával, a kiemelt ágazatok (mint például az idegenforgalom, az egészségügy, az élelmiszeripar, a mezőgazdaság) támogatása, valamint kamattámogatott és garantált hitelkonstrukciók biztosítása magyar vállalatok számára. 2020. április 16-án a kormány három új exporttámogatási intézkedést vezetett be az állami Eximbank révén: 800 000 euró támogatás az exportcégek beruházásaihoz, kedvezményes forgótőke kölcsönök, valamint új garancia- és biztosítási rendszer. Április 23-án a Magyar Fejlesztési Bank 1490 milliárd forintos pénzügyi támogatási eszközcsoportot indított el a vállalatok számára, amely három hiteltermékből, két garanciaeszközből és négy tőkeprogramból állt. Május 7-én a kormány bejelentette, hogy a válság idején történő hitelezés támogatása és a pénzügyi stabi-

⁸ IMF: *Policy Responses to COVID-19* (2021. július 2.)

lítás biztosítása érdekében akár 150 milliárd forint (a GDP 0,3%-a) kötvényt vásárol bankok által. Május 20-án a kormány új bérköltség-támogatási programot hirdetett meg új alkalmazottak számára, azzal a feltétellel, hogy egy vállalat legalább kilenc hónapig megtartja a munkavállalóját. A kkv-k számára nyújtott kamatmentes kölcsönök június 12-től állnak rendelkezésre. Ezek fele befektetésekre érhető el (150 millió forintig), míg a másik 50% a likviditás és a működés finanszírozására szolgál (300 millió forintig). A kormány átdolgozott 2021-es és 2022-es költségvetést nyújtott be a parlamentnek, mindkettőnél az eredetileg tervezettnél magasabb hiánycélokkal (a GDP 7,5, illetve a GDP 5,9%-a), azzal a céllal, hogy továbbra is támogassa a gazdaságot a fellendülés szakaszában.

A monetáris és a makro pénzügyi intézkedések körében a jegybank több – alább nem részletezett – intézkedése révén is növelte a likviditáshoz való hozzáférést. Ezekon kívül 2020. április 7-én új kkv-hitelprogramot is meghirdetett, emelt összegekkel és a kamattámogatás emelésével, és a vállalati kötvényvásárlási program is érvényben maradt. Szeptember 22-én a Magyar Nemzeti Bank 750 milliárd forintra emelte a program keretében rendelkezésre álló összeget a korábbi 450 milliárd forintról. November 18-án 2 trillió forintra (a GDP 4,3%-ára) emelte a plafont, miután a program keretében már 793 milliárd forint (a GDP 1,7%-a) kötvényt vásárolt. Fordulatot 2021 júniusa hozott, amikor hosszú évek után a jegybank az irányadó kamatláb emeléséről döntött.

2. Ausztria

Ausztriában az első két fertőzöttet 2020. február 25-én regisztrálták Tirolban, amelyet szinte azonnal követett az első lezárási hullám 2020. március 13. és április 14. között. Ennek keretében 2020. március 13-án a kormány elrendelte, hogy az éttermek, bárók és kávézók csak délután 3-ig tarthattak nyitva, az élelmiszerüzletek, posták, gyógyszertárak, bankok és állateledel-boltokon kívül minden más üzletet bezártak, és a légi közlekedést is leállították Spanyolország, Svájc, Franciaország és Ausztria között.⁹ Március 16-án több európai országhoz hasonlóan, az osztrák kormány is az egész országra kiterjedő kijárási korlátozásokat fogadott el (amely alól csak azok jelentettek kivételt, akiknek munkája nem végezhető otthonról, valamint bevásárlás és a másoknak való segítség-

⁹ Joób Sándor: Ausztria újabb kemény övintézkedéseket vezet be. *Index.hu*, 2020. március 13.

nyújtás céljával hagyták el lakhelyüket).¹⁰ Ezt követően a boltzárat fokozatosan feloldották, és megnyitották a környező országokkal közös határokat is. A nyári időszak kedvezőbb adatait és az újraindítást követően azonban augusztus közepén már négy és fél hónapos csúcsot ért el az újonnan regisztrált fertőzöttek száma, s ez már a második hullám előszele volt, így ősszel újabb lezárásokra került sor. Előbb 2020. november 3. és december 6. között vezették be az addigi legszigorúbb korlátozásokat, majd 2020. december 26. és 2021. február 8. között (köztük kijárási tilalmat este 8 óra és reggel 6 óra között, valamennyi rendezvény betiltását, az online oktatásra való áttérést a közép- és felsőfokú oktatásban).

A kialakult helyzetet a kormány elsősorban a részmunkaidő támogatásával kívánta orvosolni, elkerülve a munkanélküliségi ráta megugrását. A gazdasági visszaesés azonban szinte azonnal érződött: 2020 első negyedévében 2,5%-os volt, míg a második negyedévben – még az újraindítás dacára is – 11%-os. Mindez annak ellenére történt így, hogy az osztrák gazdaságot Európa egyik legstabilabb gazdaságának tartják, amely az exportközpontú kis- és közepes vállalkozások erős hálózatára, a magas színvonalú oktatásra és a jelentős kutatás-fejlesztési bevételekre támaszkodik.

2.1. Kormányzati és uniós intézkedések a járvány hatásainak enyhítésére

2020-ban a magyar kormány „laboratóriuma” Ausztria volt, ugyanis a szükséges korlátozásokról szóló döntéseit Magyarország az osztrák intézkedéseket lényegében lemásolva hozta meg pár hét késéssel. Ezért érdemes ezekről részletesebben is szót ejteni.

Ausztria a kedvezőtlen hatásokra reagálva szinte azonnal sürgősségi mentőcsomag létrehozásáról döntött. Az osztrák kormány 2020. március 15-én bejelentette, hogy a gazdasági károk enyhítésére egy 38 milliárd eurós mentőcsomagot létesít, amely összeget júniusban 50 milliárd euróra emeltek.¹¹ Ez a legnagyobb európai csomag, amely eléri a GDP 12,6%-át.¹² Ebből 4 milliárd eurót az egészségügyi rendszerre, az adók mérséklésére, valamint a kisebb vállalkozások kompenzálására szántak, a részmunkaidő támogatására pedig először 3 milliárd eurót szenteltek, majd ezt felemelték 5, majd 10, végül 12 milliárd euróra. A válság által különösen

¹⁰ Presinszky Judit: Több európai ország meglépte már a kijárási tilalmat. *Index.hu*, 2020. március 16.

¹¹ *Unterstützung für Unternehmen*. Digitális és Gazdasági Ügyek Minisztériuma, Ausztria.

¹² IMF (2021): i. m.

sújtott turisztikai ágazat támogatására 1,625 milliárd eurós keretet különítettek el, az áfakulcsot 5%-ra csökkentették, valamint az állami hitelgarancia lehetőségét 2021. június 30-ig kiterjesztették.¹³ Valamennyi osztrák szálláshely állami kompenzációra vált jogosulttá, amennyiben az adott hónapban munkavállalót foglalkoztatott. A kompenzáció mértéke a 2020. novemberi hónapban kimutatott forgalom 80%-a. A kormány intézkedései között szerepelt továbbá egy szükségalap felállítás, állami garanciavállalás áthidaló hitelek felvétele esetén, korona-segélyalap létrehozása, valamint vissza nem térítendő támogatások nyújtása. Az egyik ilyen, már meglévő támogatás a „bevétel-kiegészítés” volt, amelynek mértéke az előző év azonos időszakának forgalmát veszi alapul, és ágazattól függően, de legfeljebb a bevételkiesés 50%-os pótlását jelenti a teljes zárlat miatt bezárni kényszerült vállalkozásoknak. A másik igényelhető támogatás az úgynevezett „állandó költségekhez nyújtott támogatás”, amely a bezárt cégek meglévő fix költségeinek maximum 75%-át fedezte. Ezeken túlmenően 2020 februárjától igényelhető lett egy úgynevezett „veszteségbónusz” támogatás, amelyre már nemcsak a bezárt vállalatok, hanem a velük indirekt módon gazdasági tevékenységet folytató, és ezáltal veszteségeket elszenvedő cégek is jelentkezhetnek. Ennek lényege, hogy azon vállalatok, amelyeknek – a 2019-es év adott hónapjához mért – bevételkiesése meghaladja a 40%-ot, likviditási segítséget kérhetnek, amely havi maximális összege nem lépheti át a 60 000 eurót. E célból 230 millió eurót különített el az osztrák kormány.

Ausztria 2021 márciusában újabb, 430 millió eurós (csaknem 158 milliárd forint) pénzügyi támogatási csomagot fogadott el a járvány miatt nehéz helyzetbe került ágazatok, így a turizmus, a vendéglátás, a kultúra és a sport támogatására. A segítség egy részét a már meglévő támogatások keretösszegeinek megemelése, másik részét pedig az újonnan bevezetendő – mind a vállalatokat, mind a munkavállalókat segítő – újfajta támogatások teszik ki. Új elem, hogy azok a vállalatok, amelyek november óta rövidített munkaidőben kénytelenek foglalkoztatni munkavállalóikat, alkalmazottanként 825 euró támogatást kapnak. A járvány miatt ki nem vett, felhalmozódott szabadságok kiadása, illetve a 13. havi fizetés, az úgynevezett „szabadságpénz” kiutalása is könnyebb. Egy másik újdonság, hogy azok a munkavállalók, akik bevételének egy része normál esetben borralalóbból származik, egyszeri támogatásként 175 euró segítséget kapnak. A program keretében 10 millió euróval támogatják azokat a vendéglátóipari egységeket, amelyek kültéri fogadóteret, teraszt létesítenek, vagy a meglévő lehetőségeiket bővítik, valamint a sportegyesületek újraindításához 9 millió euróval járul hozzá az állam

¹³ Az osztrák szállodák átlagosan 230 000 euró kompenzációt kaptak 2020 novemberében.

azzal, hogy átvállalja az éves tagsági díjakat. A művészet és kultúra területét 20 millió euróval támogatják az úgynevezett „újraindítási csomag” keretein belül, és ezt a támogatást elsősorban – de nem kizárólag – szabadtéri rendezvények megszervezéséhez igényelhetik a kulturális intézmények és rendezvényszervezők.

Az Európai Bizottság az elmúlt közel másfél évben több esetben is közvetlen módon támogatta Ausztriát, illetve az osztrák gazdaságot a világjárvány okozta negatív következmények enyhítése céljából.¹⁴ Első alkalommal 2020. április 9-én nyújtott átfogó, egész Ausztriában és valamennyi vállalat számára nyitva álló támogatási lehetőségeket összesen 15 milliárd euró értékben, három formában: közvetlen támogatások és visszatérítendő előlegek és garanciák 800 000 euróig, állami garanciák a kölcsönökre, valamint kedvező kamatlábak mellett nyújtott támogatott hitelek a vállalatoknak. Ezt egészítette ki az április 17-én kifejezetten a kis- és középvállalatok kölcsöneire nyújtott 100%-os garancia legfeljebb 500 000 euró összegig (a mezőgazdaságot és a halászatot kivéve, ahol az összeghatár 100, illetve 120 000 euró). Az ezt meghaladó hitelek esetében a garancia-nyújtás 90%-os, 25 millió euróig. A Bizottság 2020. július 6-án 150 millió eurós, támogatásra konvertálható kölcsönt nyújtott az osztrák légitársaságnak, valamint két millió euró összegben támogatta az Apeptico és a Panoptes mikrobiotechnológiai vállalatokat a koronavírus-kutatási és -fejlesztési projektjeikben. 2021-ben a Bizottság a rendezvény- és utazásszervezőket 300-300 millió eurós támogatásban részesítette. A legújabb intézkedés, a 2021. június 3-án jóváhagyott 95 millió eurós bértámogatási rendszer a koronavírus kitörése által érintett vállalatok támogatására szolgál, bónusz formájában, olyan ágazatokban, amelyeket a korlátozó intézkedések különösen sújtottak, mint például a vendéglátást. A program célja az alkalmazottak támogatása és a munkahelyek megőrzésének elősegítése.

2.2. Az osztrák kiskereskedelmi szektor

Ausztriában az üzletek koncentrátsága a legmagasabb szintűek között van Európában. Hazánkhoz képest harmadannyi, mintegy 5500 élelmiszerüzlet működött a válság előtt.¹⁵ Ausztriát szokás a szupermarketek országának is nevezni, ami nem csoda, hiszen az élelmiszer-kereskedelemben a Billa–Spar–Hofer hármasé volt

¹⁴ European Commission: *Austria – Details of Slovakia's Support Measures to Help Citizens and Companies during the Significant Economic Impact of the Coronavirus Pandemic* (é. n.).

¹⁵ Bajai Ernő: Ausztria: Billa, Spar, Hofer = 87 százalék. *Store Insider*, 2017. július 25.

a piaci részesedés 87%-a válság előtt (35, 31 és 22%-kal), míg a nem élelmiszer-kiskereskedelemben az XXXLutz, a Bauhaus és a Media-Saturn a vezető vállalatok. A válság nagy nyertese a Spar volt, amely a 2020-ban elért 16%-os értékesítési növekedéssel jóval meghaladja az osztrák élelmiszer-kiskereskedelem amúgy sem alacsony, becsült átlagos 10%-os növekedését is, elérve 8,32 milliárd eurós árbevételt, s ezzel az abszolút vezető helyre kerülve. Jók a kilátásai a hazai Hofernek is, köszönhetően annak, hogy Bécsben és környékén már piacvezető, több mint száz üzlettel, s további fejlődési lehetőséget rejt magában az is, hogy a fővárosban a lakosság éves szinten 20 000 fővel növekszik. Ami azonban a tendenciákat illeti, a szupermarketek részesedésének kismértékű csökkenése, és ezzel párhuzamosan a diszkont csatornák (Hofer, Lidl, Penny) és a hipermarketek (Merkur, Maxi-markt) részesedésének növekedése rajzolódik ki. Ugyanakkor fontos jellegzetesége az osztrák piacnak a telítettség és a rögzült szerkezete, amely behatárolja a növekedés lehetőségeit. Az egyik kiugrási lehetőséget éppen az online kereskedelem jelenti, amelybe akár közvetlenül, akár közvetve (mint átvételi pontok) igyekeznek minél szélesebb körben bekapcsolódni az élelmiszer-kiskereskedők is.

A kiskereskedelem színterei Ausztriában egyrészt a híres bevásárlóutcák (Mariahilfer Strasse, Kärntner Strasse, Kohlmarkt, Aranynegyed) Bécsben és olyan nagyvárosokban, mint Graz, Linz és Salzburg, valamint a bevásárlóközpontok és kiskereskedelmi parkok. Az is megfigyelhető, hogy a kiskereskedelem Grazban, Salzburgban, Innsbruckban és Linzben valamivel gyorsabban fejlődik, mint a fővárosban, Bécsben.¹⁶

A válság felemásan érintette a kiskereskedelmi szektort. Míg az élelmiszer-kiskereskedelem esetén konstans bővülést láthatunk, addig a ruházat, a lábbelik és az elektronika területén jelentős volt a visszaesés. Összességében elmondható, hogy 2020. március–április folyamán igen jelentős, 16%-os (mintegy 2 milliárd eurónyi) visszaesés következett be a kiskereskedelmi szektor egészét érintően úgy, hogy közben az élelmiszerüzletek forgalma 12,6%-kal nőtt.¹⁷ Ezt követően folyamatos bővülés mutatkozott egészen októberig, majd az újabb lezárások időszakában közel 20%-os visszaesés következett be. 2021 márciusában azonban az osztrák kiskereskedelmi értékesítés 24,7%-kal, míg áprilisban 20,8%-kal nőtt éves szinten, amely kiemelkedő adat. Optimista előrejelzés szerint 2021 végére a 2019-es szint 78%-át fogja elérni a kiskereskedelem volumene, de

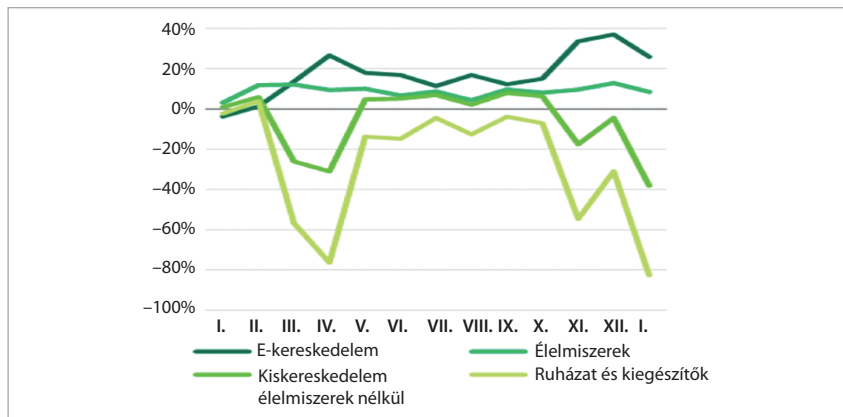
¹⁶ *We Stand for Retail. Retail Market Report Austria 2020 (2020).*

¹⁷ Áldozatokkal járhat az osztrák kiskereskedelem forgalomcsökkenése. *Világgazdaság*, 2020. június 23.

sokan ennél jóval borúlátóbbak. Az azonban már most valószínűsíthető, hogy a V alakú helyreállásra az osztrák kiskereskedelem nem lesz képes, és inkább az U alakú fellendülés prognosztizálható.

2.3. E-kereskedelem Ausztriában

Ausztria e-kereskedelmi piaca a 22. legnagyobb világszinten, amely az ország méretéhez és lakosságához mérten igen előkelő adat.¹⁸ Árbevétele 2018-ban 7 milliárd euró, 2020-ban pedig már 8,5 milliárd euró volt,¹⁹ amely az előző évhez képest 18%-os növekedést jelent, és a teljes kiskereskedelem 4,3%-ának megfelelő forgalom.²⁰ Ez a kiugró adat egyértelműen a világjárvány okozta változások következménye, és a növekedés várhatóan a következő években is el fogja érni az évi 6%-ot. A járvány 2020 eleji kitörése óta töretlenül nőtt az osztrák e-kereskedelmi piac, amely a karácsonyi időszakban rekordnagyságú, közel 40%-os emelkedést mutatott fel (2. ábra).



2. ábra: Az e-kereskedelem bővülése (és a kiskereskedelem alakulása) 2020-ban (a 2019-es adatokat alapul véve)

Forrás: Austria Retail Snapshot Q1 2021 (2021. április 7.).

¹⁸ eCommerceDB: *The eCommerce Market in Austria* (é. n.).

¹⁹ Ecommerce in Austria. *Ecommerce News*, 2021. május.

²⁰ Cushman & Wakefield: *Global Cities Rating Guide, Austria* (2019).

Az osztrák e-kereskedelmi piac legnagyobb szereplője az [amazon.de](https://www.amazon.de). Az üzlet árbevétele 2020-ban 1,2 milliárd dollár volt. Ezt követi a [zalando.at](https://www.zalando.at) 476 millió dolláros bevétellel és a [mediamarkt.at](https://www.mediamarkt.at) 158 millió dolláros bevétellel. Összességében ez az első három üzlet adja Ausztriában az online bevétel 25%-át.

Az osztrák lakosság 66%-a vásárol online, ebből 30% ruhát és kiegészítőket. Ezért nem meglepő, hogy Ausztriában a divat a húzóágazat, az e-kereskedelmi bevételek 31%-át adva. Ezt követi az elektronika és média 27%-kal, a játékok, hobbi és barkácsolás 19%-kal, a bútor és lakberendezés 14%-kal, valamint az élelmiszer és testápolás a maradék 9%-kal.²¹ Egy átlagos osztrák éves szinten 1700 eurót költ el online vásárlásai során, és további érdekesség, hogy az osztrákok 75%-a mielőtt az üzletben megvásárolná a kiszemelt terméket, előbb online megtekinti azt.²²

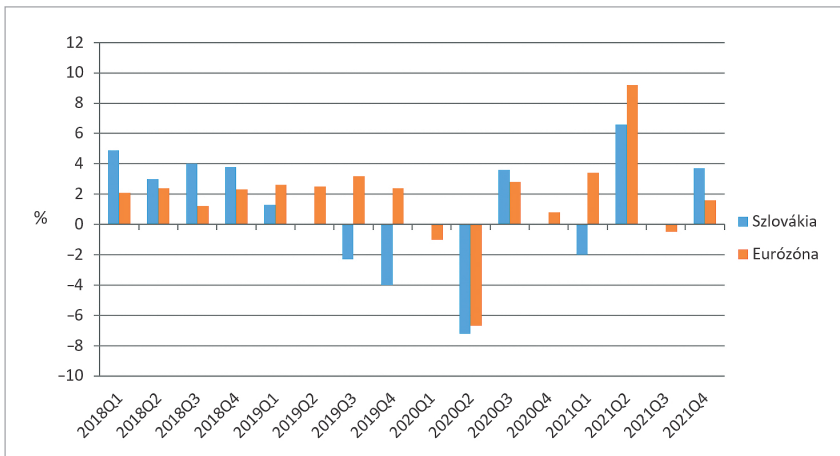
3. Szlovákia

Az első igazolt Covid-fertőzöttről 2020. március 6-án számoltak be Szlovákiában. 2020. március 13-tól a kormány rövid időn belül számos intézkedést hozott a koronavírus-járvány terjedésének megakadályozása érdekében. Többek között bezárták a szállodákat, az éttermeket és az üzletek nagy részét. Csak az élelmiszerüzletek, a gyógyszertárak, a drogériák és a benzinkutak tarthattak nyitva, ami soha nem látott visszaeséshez vezetett a szlovák kiskereskedelemben és a szállodaiparban. A hivatalos adatok szerint 2020 márciusában 4%-os volt a visszaesés mértéke, míg áprilisban már 14%-kal estek vissza a kiskereskedelmi bevételek az egy évvel ezelőtti adatokhoz képest. A legnagyobb veszteségeket a szállodaipar szenvedte el, ahol a bevételek 85%-kal csökkentek. Az autókerekeskedők esetében 57%-os, az éttermeknél 42%-os, míg a benzinkutak esetében 25%-os volt a visszaesés mértéke. Míg a kisebb üzletek többsége rendkívül nehéz helyzetbe került, a nagy üzletláncok a helyzet nyertesei lettek. A járvány kitörésekor észlelt bevásárlási lázban ugyanis a szlovák lakosság a nagy üzletláncok boltjaiban vásárolta meg a szükséges termékeket, amelynek köszönhetően 13%-os bevételnövekedést értek el ezek az üzletláncok 2020 márciusában az egy évvel korábbi adatokhoz képest. 2020 második felében a szlovák kiskereskedelmi szektor magára talált, és az uniós átlagnál is jobban teljesített. A 2021. évi eleji

²¹ *The eCommerce Market in Austria* (é. n.): i. m.

²² Number of Online Stores in Austria has Tripled in Ten Years. *Ecommerce News*, 2018. június 11.

kijárási korlátozás és az újabb boltzár következtében azonban ismét visszaesés következett be az első negyedévben. A második negyedéves adatok viszont bizakodásra adnak okot, mivel a növekedés mértéke elérte a 7%-ot, és az előrejelzések szerint az uniós átlagot jóval meghaladó, 4% körüli növekedés prognosztizálható még az év végén is (3. ábra).



3. ábra: Kiskereskedelmi index (éves összehasonlításban, %-ban)

Forrás: Cushman & Wakefield: Marketbeat Slovakia, Retail Q1 2021.

A Covid-19-járvány 2020-ban mély recesszióba sodorta Szlovákia gazdaságát, azonban a korlátozói intézkedések fokozatos feloldásával 2021-ben és 2022-ben gyors fellendülés várható mind a hazai kiadások, mind a külföldi kereslet hatására. A GDP 2020-ban bekövetkezett 4,8%-os csökkenése után – az előrejelzések szerint – a szlovák gazdaság 2021 végére eléri a pandémiát megelőző kibocsátási szintet, és 2022-ben robusztus, 5,2%-os éves ütemben tovább növekszik majd – a V alakú gazdasági görbét járva be.

3.1. Kormányzati és uniós intézkedések a járvány hatásainak enyhítésére

A szlovák kormány 2020 márciusában átfogó gazdaságélénkítő intézkedéscsomagot fogadott el, amelyet a szlovák történelem eddigi legnagyobb segélycsom-

magjának minősítették – ez nem is meglepő, hiszen az e célra elkülönített összeg az ország GDP-jének 5,1%-át teszi ki.²³

A kormány intézkedéseinek központi elemét képezték a rövidített munkaidőt preferáló foglalkoztatási programok, amelyeknek köszönhetően a válság munkaerőpiaci hatása leginkább a ledolgozott munkaórák csökkenésében mutatkozott meg, miközben a foglalkoztatás védett volt, és csak 1,9%-kal csökkent a foglalkoztatottak száma 2020-ban. Az előrejelzések szerint a foglalkoztatás átlagosan csak 0,6%-kal lesz alacsonyabb 2021-ben az előző évhez képest, a munkanélküliségi ráta pedig 7,4%-ra emelkedik. 2022-től fokozatos javulás várható, a foglalkoztatás 0,8%-os növekedésével és a munkanélküliségi ráta 6,6%-ra csökkenésével. A szlovák kormánynak sikerült megakadályoznia az infláció emelkedését is: 2020-ban mindössze 2%-os volt, 2021-ben pedig várhatóan 1,5% körül alakul az éves inflációs ráta.²⁴

A szlovák kormány számos fiskális és monetáris intézkedést fogadott el a világvárvány gazdasági hatásainak enyhítésére.²⁵ A *fiskális intézkedések* körében említhető az érintett vállalkozások és önálló vállalkozók bérkompenzációja, valamint a jövedelem nélküli magánszemélyek támogatása (amelyet 2021. június 30-ig meghosszabbítottak és mértékét növelték);²⁶ a munkanélküli ellátások, a táppénz és az ápolási ellátások összegének megemelése; a munkaadók társadalombiztosítási járulékfizetési kötelezettségének halasztása vagy elengedése az érintett vállalatok és önálló vállalkozók számára (2021. június 30-ig); a vállalkozások adminisztratív terheinek és a munka törvénykönyvében foglalt egyes követelmények enyhítése; a társaságiadó-fizetési kötelezettség elhalasztása azon vállalkozások esetében, amelyek bevételei több mint 40%-kal csökkentek a járvány miatt; bérleti támogatás nyújtása és az egészségügyi kiadások megemelése. Ezek az intézkedések 2,4 milliárd eurót emésztettek fel 2020-ban, ami a GDP 2,6%-át tette ki.²⁷

²³ EBRD: *Coronavirus Response in 2021: Building Back Better. Update on the Slovak Republic* (2021. június 24.).

²⁴ European Commission: *Spring 2021 eEconomic Forecast for Slovakia* (2021. május 12.).

²⁵ IMF (2021): i. m.

²⁶ A bérkompenzációt sávós rendszerben állapították meg aszerint, hogy a havi bevétel hány százalékkal csökkent. 2020 márciusában a 40%-ot elérő vagy afeletti bevételcsökkenés esetén 270 euróra volt jogosult az önfoglalkoztató, míg áprilisban 20 és 40% közötti bércsökkenés esetén 180 euróra, 80%-ot elérő vagy afeletti csökkenés esetén 540 euróra. Lásd: Slovak Investment and Trade Development Agency: *Contributions to Support Maintaining of Employment* (é. n.). 7.

²⁷ 2021-ben az előrejelzések szerint ezen intézkedések mértéke eléri GDP 2,2%-át.

A közvetlen költségvetési hatással bíró intézkedések mellett Szlovákiában számos állami garanciaprogram is elindult mind a kkv-k, mind a nagyvállalatok számára, összesen 4 milliárd euró értékben, elérve a 2020-as GDP 4,4%-át. A magánszemélyek, az önálló vállalkozók és a kkv-k számára is lehetővé vált a kölcsön-visszafizetések legfeljebb 9 hónapos halasztása (a jelentkezési határidő később 2021. március 31-ig meghosszabbodott), míg a bérletidő-moratóriumot 2021. június 30-ig vezették be. A kormány emellett ideiglenes állami védelmet is bevezetett a hitelezőkkel szemben az érintett vállalkozások számára. A 2021-es felülvizsgált költségvetés a koronavírus-járvány kezelésére elkülönített forrásokat és tartalékokat is tartalmazza, amelyek a GDP 4,2%-át teszik ki.

A Szlovák Nemzeti Bank – az Európai Központi Bankkal és az Európai Bankfelügyeleti Hatósággal összehangoltan – számos monetáris intézkedést hajtott végre, amelyek mind a bankok helyzetének megkönnyítését célozták. A Szlovák Nemzeti Bank továbbá úgy döntött, hogy 2020. augusztus 1-jétől 1,5-ről 1,0%-ra csökkentte a jegybanki kamatot, és hatályon kívül helyezte korábbi, a kamatláb 2%-ra emeléséről szóló döntését is.

Az Európai Bizottság az elmúlt közel másfél évben több esetben is közvetlen módon támogatta Szlovákiát, illetve a szlovák gazdaságot a világvárvány okozta negatív következmények enyhítése céljából.²⁸ Első alkalommal 2020. április 21-én támogatta a Bizottság azt a bértámogatási rendszert, amely lehetővé tette a szlovák hatóságok számára a bérköltségek egy részének finanszírozását (ideértve a munkáltatói társadalombiztosítási járulékokat is) azon vállalkozások esetében, amelyek a koronavírus kitörése miatt egyébként elbocsátották volna a személyzetet. Ez az intézkedés közel 400 000 alkalmazott és 300 000 önálló vállalkozó munkahelyét mentette meg. (Az eredetileg elfogadott 2 milliárd eurós keretet a Bizottság 2021. június 22-én 3 milliárd euróra emelte.) 2020. június 16-án a Bizottság egy 200 millió eurós támogatási programot hagyott jóvá a helyiségeket bérlő vállalatok támogatására, amelyek tevékenységüket a szlovák kormány által a koronavírus kitörése kapcsán bevezetett intézkedések miatt kényszerültek korlátozni. Három nappal később további három támogatási program indult 4 milliárd eurós teljes költségvetéssel a koronavírus kitörése által érintett vállalatok likviditásának biztosítása céljával, ezáltal elősegítve tevékenységük folytatását. 2020. december 22-én 100 millió eurós támogatást hagytak jóvá a koronavírus-járvány által érintett vállalatok támogatására, amely közvetlen támogatás formájában állt rendelkezésre

²⁸ European Commission: *Slovakia – Details of Slovakia's Support Measures to Help Citizens and Companies during the Significant Economic Impact of the Coronavirus Pandemic* (é. n.).

valamennyi ágazatban (a mezőgazdaság, a halászat, valamint a pénzügyi ágazatok kivételével). 2021. május 4-én a Bizottság 90 millió eurós támogatást hagyott jóvá a koronavírus kitörése által érintett turisztikai ágazatban tevékenykedő szolgáltatók támogatására. Ez szintén közvetlen támogatás, és célja a kormány által bevezetett korlátozó intézkedések hatásainak enyhítése. A bizottsági programokon kívül további jelentős uniós források is Szlovákia rendelkezésére állnak a fellendülés előkészítésére. A Szlovák Köztársaság várhatóan 18,6 milliárd eurót fog kapni a 2021–27 közötti többéves pénzügyi keretből, és 7,5 milliárd euró támogatást kap a Covid-19 helyreállítási alapból. Emellett legfeljebb 6,8 milliárd euró összegű kedvezményes hitelt vehet fel, amelyet 2058-ig kell visszafizetni.²⁹

3.2. A szlovák kiskereskedelmi szektor jellemzői

A szlovák gazdaság szerkezete viszonylag szélsőséges: az egyik oldalon a mikro- és vállalkozások és az egyéni vállalkozók állnak, míg a másik oldalon a nagyvállalatok, különösen a külföldi tulajdonban lévő kereskedelmi láncok,³⁰ amelyek már 2008-ra jelentős piaci versenyelőnyre tettek szert a hazai versenytársakkal szemben, és ez a helyzet azóta is változatlan.³¹ A két szélsőség között helyezkedik el a „hiányzó közép”: a 10–249 alkalmazottal rendelkező kis- és középvállalkozások, amelyeknek nemcsak a részesedése van jóval az OECD-átlag alatt, hanem intő jel az is, hogy a szlovák kkv-k az Európán kívüli exportnak csak 15%-át termelik, szemben az Európai Unió országainak átlagos 29%-ával.³² Kiemelt problémát jelent, hogy a kkv-k innovációs és digitalizációs szintje szintén alacsony. Ezért olyan politikákra volna szükség, amelyek lehetővé teszik a meglévő kkv-k számára, hogy új technológiákat alkalmazzanak, munkaerőt és vezetői

²⁹ EU Deal on Recovery Fund: Great News for Slovakia, Says PM Matovic. *The Slovak Spectator*, 2020. július 21.

³⁰ A három legnagyobb kereskedő a Tesco (amely 150 üzletet működtet, 10 000 embert foglalkoztat, árbevétele 1,65 milliárd dollár), a Lidl (amely 135 üzletet működtet, 4000 embert foglalkoztat, árbevétele 1,31 milliárd dollár) és a Kaufland (amely 65 üzletet működtet, 5000 embert foglalkoztat, árbevétele 1,22 milliárd dollár) – 2017-es adatok. Lásd Martina Hlavackova: *Exporter Guide 2019, Slovakia*. U.S. Department of Agriculture Foreign Agricultural Service, 2021. március 18. 7.

³¹ Sikos T. Tamás – Kovács András: Kiskereskedelmi hálózatok, vásárlási szokások, határmentiség Dél-Szlovákiában. *Fórum Társadalomtudományi Szemle*, 10. (2008), 4. 104.

³² OECD: *SME and Entrepreneurship Policy in the Slovak Republic*. OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship, OECD Publishing, Paris, 2021. június 15.

készségeket építsenek, és szélesebb piacokon működjenek. A befelé irányuló befektetési politikáknak pedig olyan belső befektetéseket kell célozniuk és ösztönözniük, amelyek hazai ellátási láncokat hoznak létre.

Bár számos kormányzati dokumentum született, amelyek mind a kkv-szektor erősítését célozzák, a mai napig nincs egységes kkv-stratégia. További probléma, hogy bár a kormányban a Gazdasági Minisztérium átvette az irányítást, külön, a kkv-szektorral foglalkozó irányítási egységet nem alakítottak ki. Egy egységes kkv- és vállalkozáspolitikai stratégia, egy vezető politikai egység, egy tárca-közi koordináló testület és egy tanácsadó testület mind megerősíthetné a kkv-k és a vállalkozáspolitikai menetrendje mögötti prioritásokat és szinergiát.

3.3. E-kereskedelem Szlovákiában

Szlovákiában az e-kereskedelmi piac az elmúlt években látványosan megerősödött, s pozícióján a világválság hatására még tovább tudott javítani. 2020-ban az 56. legnagyobb e-kereskedelmi piaccal rendelkezett világszinten, egymilliárd dollárt elérő bevétellel. Ez az előző évhez képest 22%-os növekedést jelent, és a növekedés a járványt követően is megmaradt, várhatóan elérve az évi 5%-ot.³³ Ha pedig abból indulunk ki, hogy az online áruházak Google hirdetési aktivitása mennyire megugrott 2021 elejétől kezdve, a lezárásokat követően az e-kereskedelem nagyarányú bővülését lehet prognosztizálni (ugyanis a hirdetések száma egyenesen követi a kereslet alakulását).³⁴ Nem véletlen, hogy az ország a külföldi kereskedők egyik célpontja lett, hiszen vonzó mind az online áruházak alacsony fenntartási költsége, mind a piac gyors növekedése miatt, de nem szabad megfeledkezni a Pozsony–Kassa között kiépített logisztikai hálózat és az euró mint fizetőeszköz vonzerejéről sem. Szintén vonzó lehet az e-kereskedelmet használók magas számaránya. 2020-ban 3,2 millió volt a számuk, amely 2021-re várhatóan 3,6 millióra növekszik, reprezentálva a szlovák lakosság 78%-át. A fogyasztók szokásaira jellemző, hogy egy átlagos felhasználó évente mintegy 70 000 Ft-nak megfelelő összeget költ el online vásárlásai során, amely 2021-ben várhatóan 90 000 Ft-ra növekszik.³⁵ A legnagyobb részesedést a divat ágazat tudhatja magá-

³³ eCommerceDB: *The eCommerce Market in Slovakia* (é. n.).

³⁴ Growww Digital: *COVID-19 e-Commerce Trends Report* (2021. május 2.).

³⁵ *U.S. Country Commercial Guides – Slovakia 2020*. U.S. Department of Commerce, International Trade Administration. 2020. október 7.

ének, amely az e-kereskedelmi bevételek 37%-át adja. Ezt követi az elektronika és média 28%-kal, a játékok, a hobbi és a barkácsolás 17%-kal, a bútor és készülékek 10%-kal, valamint az élelmiszer és testápolás a maradék 9%-kal.³⁶

A szlovákiai e-kereskedelmi piac legnagyobb szereplője az alza.sk. Az üzlet árbevétele 2020-ban 367 millió dollár volt. Ezt követi a mall.sk 65 millió dolláros és az itesco.sk 46 millió dolláros bevétellel. Ez a három e-kereskedelmi óriás adja az online bevétel 45%-át Szlovákiában.

Szlovákiában a webáruházakba fektetett bizalom magas. Problémát leginkább az okoz, hogy a vásárlók szeretik személyesen is kipróbálni vagy megfogni a terméket, s ez a legfőbb oka annak, hogy nem vásárolnak még többet vagy többet az online térben. Ennek ellenére is már 2019-ben 10 webáruházi látogatásból 6 tényleges vásárlással zárult.³⁷

A szlovák e-kereskedelmi piac jellegzetessége a mobil eszközök segítségével bonyolított vásárlás (és ezzel párhuzamosan a számítógépek és tabletek használatának háttérbe szorulása), ezért a sikeres szlovákiai terjeszkedés egyik fontos előfeltétele az adott online áruház mobil eszközre való optimalizálása. A 65%-ot elérő telefonos vásárlások másik jellegzetessége, hogy a fogyasztók 90%-a rendszeresen vásárol online és visszatérő vásárlónak számít. Ők azonban igen érzékenyek: 59%-uk esetében az adott termék ára a vásárlásban döntő tényező, ezért is mondható, hogy a szlovák piac sokkal racionálisabb, mint a környező országok piaca. A szlovákok kedvelik az utánvétes fizetést, a vásárlók közel kétharmada ezt a fizetési módot választja, és 83%-uk házhoz szállítással rendel. Ugyanígy arányban vannak azok, akiket a negatív vélemény elriaszt az online vásárlástól.

4. Csehország

A cseh gazdaság már a koronavírus-járvány kitörése előtt a lassulás jeleit mutatta, amelyben elsősorban a brexit, valamint az alacsonyabb német gazdasági növekedés játszott közre, de problémát jelentett az élelmiszerárak emelkedése is, ami az infláció növekedését indukálta (3,3%-ra növe a 2019-es 2,9%-ról).³⁸ Ugyanakkor a Covid-19 foglalkoztatásra gyakorolt hatása más európai országokhoz képest enyhébb volt, és a munkanélküliségi ráta is az uniós átlag alatt maradt.

³⁶ *The eCommerce Market in Slovakia* (é. n.): i. m.

³⁷ Adam Fišer: *A szlovák e-kereskedelem nagy áttekintése a 2020-as évben. Mergado*, 2021. január 15.

³⁸ *The Economic Context of the Czech Republic* (é. n.).

A számos, talán kedvezőbbnek tűnő cseh mutató, valamint a korábban is régiós szinten kiemelkedő online kereskedelem további jelentős bővülése ellenére is Csehországban a GDP 5,6%-kal esett vissza 2020-ban.³⁹ Ugyanakkor az üzleti szolgáltatások a jövőben átalakíthatják Csehországot: hagyományos, olcsó munkaerőt képviselő gazdaságból olyan gazdasággá, amely a magas hozzáadott értéket képviselő modern és innovatív szolgáltatásokra összpontosít.

Csehországról általánosságban elmondható, hogy jól integrálódott a globális értékláncokba. Nyitottságával és stabil makrogazdasági környezetével jelentős mennyiségű közvetlen külföldi befektetést vonzott, és számos nemzetközi vállalat hozott létre termelési egységeket az országban. A helyi kkv-k az ellátási lánc fontos elemét képezik. Csehországban a kkv-k figyelemre méltó munkáltatók, és közvetlenül vagy közvetve támogatják az exporttevékenységet nagyobb cégek ellátásán keresztül.⁴⁰ Ugyanakkor a cseh kkv-k alacsony termelékenységgel rendelkeznek, és keveset fektetnek a kutatás-fejlesztésbe. Ráadásul az idő múlásával nőtt a termelékenységbeli különbség a nagy és a kis cégek között. Sok kkv az alacsonyabb hozzáadott értéket képviselő tevékenységekre szakosodott a gyártásban, a nagyobb multinacionális vállalatok ellátásában vagy a hazai piac kiszolgálásában. A cseh kkv-k lényegesen kevesebbet fektetnek a kutatás-fejlesztésbe, és viszonylag alacsonyabb arányban képviselik az innovatív cégeket, mint sok más fejlett gazdaságban. A K+F-beruházások jelentős részét külföldről származó üzleti befektetések jelentik, elsősorban a nemzetközi vállalatok hazai leányvállalatai révén.

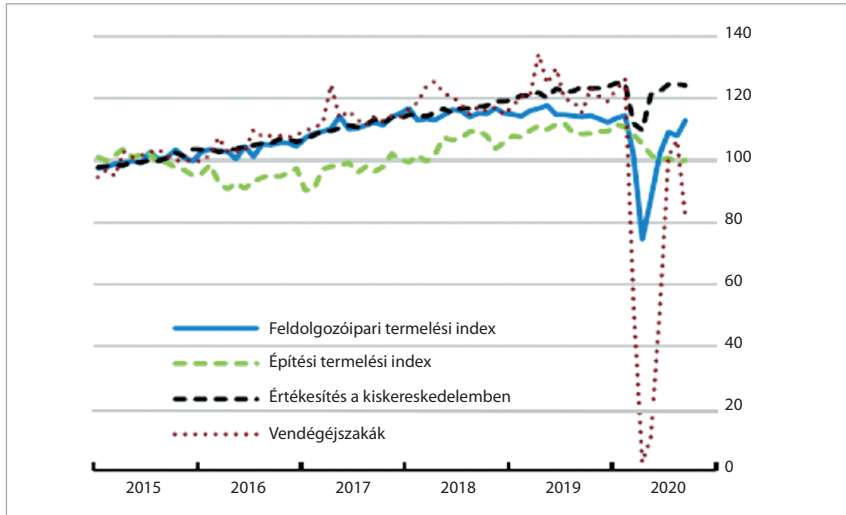
4.1. A koronavírus és közvetlen hatása Csehországban

Csehországban az első koronavírusos beteget 2020. március 1-jén diagnosztizálták. Még két hét sem telt el, amikor március 12-én a kormány előbb rendkívüli állapotot hirdetett, majd március 13-án bejelentette a kiskereskedelmet is érintő első, szigorú korlátozó intézkedéseket. Ennek értelmében valamennyi kiskereskedelmi egységet és vendéglátóhelyet március 14-től kezdve zárva kellett tartani, amely alól csak a benzinkutak, gyógyszertárak, szupermarketek, az újságárusok, valamint az állateledelt és az elektronikai cikkeket árusító boltok jelentettek kivételt. A zárás negatív következményei már a következő hónapban érződtek: 2020 áprilisában a kiskereskedelmi forgalom 10,9%-kal csökkent az egy évvel korábbi adatokhoz

³⁹ IMF (2021): i. m.

⁴⁰ OECD *Economic Surveys – Czech Republic* (2020. december 19.). 41.

képest, valamint 4,8%-kal a 2020. márciusi adatokhoz képest.⁴¹ A legfrissebb adatok szerint 2021 januárjában éves összehasonlításban 6,5%-kal,⁴² míg februárban 3%-kal csökkent a kiskereskedelmi forgalom Csehországban. A visszaesés az üzletek minden típusát érintette, a legnagyobb visszaesést azonban a ruházati cikkeket és cipőket árusító kiskereskedők szenvedték el 69%-os visszaeséssel, de szintén nagy veszteségeket tudhat magáénak a sportszerek és a háztartási berendezések piaca, amelyek 36,5 illetve 15,5%-kal estek vissza.⁴³ A 2021. márciusi kiskereskedelmi bevételek a két évvel korábbi, 2019. márciusi szintnek felelnek meg. A 4. ábra jól mutatja a járvány negatív hatását a kiskereskedelmi értékesítésben.



4. ábra: Értékesítés a kiskereskedelemben, a gépjárművek kivételével, állandó árakon

Forrás: OECD Economic Surveys (2020): i. m.

A járvány Csehországon is több hullámban söpört végig, és a kormány e szakaszok mentén az adott helyzethez igazodva hozta meg az újabb és újabb, a kiskereskedőket megsegítő intézkedéscsomagjait. Átalányösszeg igénylésére

⁴¹ Dobos Zoltán: A cseheknel is beszakadt a kiskereskedelem. *Alfahír*, 2020. június 5.

⁴² Visszaesett a kiskereskedelmi forgalom Csehországban a járvány miatt. *Portfolio.hu*, 2021. március 15.

⁴³ Februárban csökkent a kiskereskedelmi forgalom Csehországban. *Trade Magazin*, 2021. április 7.