

Szabolcs-Szatmár-Beregi Szemle 1995/2.

Kókai Sándor

A nyíregyházi, ún. „KGST-piac” nemzetközi vonatkozása

Bevezetés

Több éve foglalkoztat a gondolat, hogy Közép-Európa egyik legnagyobb „KGST piacának” bűvköre mely országok állampolgárait kényszeríti (csábítja) arra, hogy – lakóhelyüket néha több hétre is elhagyva – a nyíregyházi piaci forgatagban próbáljanak emberibb megélhetést teremteni maguk és családjuk számára. Az elképzeléseket tettek követték 1994 tavaszán, amikor is főiskolai hallgatók bevonásával sikerült teljes körű felméréseket készíteni a külföldi állampolgárok lakóhelyéről és az általuk nyújtott áruválasztékról.

A vonzáskörzet-kutatással foglalkozó szakemberek véleménye alaposan eltér abban a kérdésben, hogy a piacvizsgálatok (pl. a szabadpiacok, kiskereskedelmi üzletkötések, nagybani piacok stb.) és ezek súlya hol helyezkedik el a vonzáskörzetet kialakító tényezők sorában. A piacok szerepének vizsgálata a kiskereskedelmi funkciók között kap helyet, és igen nagy jelentőséget tulajdonít több kutató (Beluszky, Bácskai–Nagy, Gyimesi stb.) a piacközpontok vidékre gyakorolt hatásának. Más vélemények szerint a piac hatása elhanyagolható (pl. Papp, Laczkó, Nagy, Mészáros stb.) a vonzáskörzet-kutatásokban. A vonatkozó szakirodalom még jobban megoszlik, ha a piaci forgalom súlyát és helyét keressük a vonzáskörzetet alakító tényezők között. Alig találunk olyan kísérleteket, amelyek a piaci forgalom alapján próbálnak vonzáskörzeteket megrajzolni (pl. Hajdú, Vadász, Bácskai–Nagy), bárfontosságát már Mendöl és Thirring is hangsúlyozta.

Tény, hogy az utóbbi 15 év egyik közép-európai sajátosságával, az ún. „KGST piacok” problematikájával a hazai szakirodalom még nem foglalkozott, így jelen tanulmány is több buktatóval rendelkezhet. Többek között az lehet az egyik, hogy szabad-e a fajlagos vonzásértékek alapján intenzitási zónákat elhatárolni.

A vizsgálati módszer egyszerű megkérdezés alapján történt. Az érkezési hellyel kapcsolatban néhány esetben többszöri érdeklődésre is csak kitérő válaszokat kaptunk (pl. Bulgária, Litvánia). A nagyfokú bizalmatlanság a március 26-i felméréskor csúcsosodott ki, ennek azonban az igazi oka, hogy előtte egy hétig a rendőrség körülzárta a piacot, s mindenkit igazoltatott. Egyrészt ennek tudható be, hogy jó néhány esetben az eladók nem az igazi lakóhelyüket vallották be érkezési helyként, hanem „kitalált” településeket, így Kárpátalján: Anmicsi, Csernoszilváni, Dugos, Jazs, Jutrov, Kalányos, Kiljuh, Pobjanice, Szanyi, Szenna, Szombor, Udliivo, Udvari, Zamojszkij, Zvoleny településeket; Ukrajnában: Kacsinszi, Kolose, Vikaviszkisz településeket; Lengyelországban Kanyint. Ezekezt a településeket az adatok feldolgozása során nem tudtuk azonosítani. A hiba másik forrása a szóbeli felmérésből fakadt, hiszen a félreértések és a félrehallások is szaporították a megtalálhatatlan települések számát. Mindez azonban a felmérést és a megállapításokat nem veszélyezteti, hiszen mindössze az összes település 1,9%-a azonosíthatatlan, az össze eladónak pedig 0,3%-a, mivel ezek kizárólag olyan települések, ahonnan egy eladó érkezett.

A termékek körének felismerése egyszerű szemrevételezéssel történt. Az esetek nagy részében 1-2 termékcsoporthoz (pl. ruhanemű, faáru), de előfordult 5-6 termékcsoporthoz is. Ilyen esetekben csak a három legnagyobb csoportot vettük figyelembe. Ezért táblázataimban az érkezettek száma mindig kevesebb, mint a termékcsoporthoz szerinti összesítés.

Az időpont kiválasztása sem történt véletlenül, egyrészt mindig szombati napra esett, mert ez a legnagyobb forgalmú, másrészt egy kislehetőségű (1994. március 5.), egy közepes forgalmú (1994. február 12.) és egy csúcsforgalmú (1994. március 26.) időpont jól reprezentálja a piac mindennapos életét. A március 5-i gyenge forgalomhoz a hideg időjárás, a

március 26-i csúcsforgalomhoz a húsvét előtti időpont is hozzájárult. A piac elhelyezkedését és az eladók területi elkülönülését az 1. sz. térkép mutatja.

I. A vizsgálat eredményei

A felmérések adatait a kérdőívek alapján táblázatba foglaltam, és külön régiók szerint csoportosítottam (1. táblázat). A táblázat az érkezési hely mellett tartalmazza az öt legfontosabb termékcsoportot (élelmiszer, ruhanemű, üveg-porcelánáru, faáru és műszaki cikkek), amelyekre a vizsgálat kiterjedt, illetve a fenti csoportokba nem sorolható termékeket. A régiók szerinti csoportosításnál az eladók nagy száma miatt külön kiemeltem Kárpátalját, így négy régiót kaptam (1. Kárpátalja, 2. Ukrajna és Oroszország, 3. Lengyelország és Baltikum, 4. Románia, Jugoszlávia és Bulgária). Erdély külön régió szerinti kiemelését a forgalom nagysága nem indokolta.

A felmérések alapján a következő fontosabb vizsgálati tények összegezhetők:

1. Kárpátalja

Mindhárom felmérés alkalmával a legtöbb eladó e területről érkezett a nyíregyházi piacra. (A felmérésekkor a százalékos eredmények mindig az összesen érkezett eladók arányát mutatják.) 1994. február 12-én (a továbbiakban első felmérés) a gépkocsival érkezett eladók száma 260 fő, 56,1%-a, a második felméréskor (1994. márc. 5.) 45,5%-a, míg a harmadik felméréskor (1994. márc. 26.) 61,9%-a.

Hasonló értékeket kapunk az egyéb közlekedési eszközökkel (pl. autóbusz, vonat stb.) érkezett eladók esetében is. Az első felméréskor 63,4%-a, a második felméréskor 44,1%-a, míg a harmadik felméréskor 57%-a érkezett Kárpátalja 12 171 km²-nyi területéről. Szintén hasonló értékeket kapunk, ha a termékcsoportok szerint vizsgáljuk az eladók arányát. Az első felméréskor : az élelmiszer-eladók (36 fő) 74,3%-a, a ruhanemű értékesítők (178 fő) 37,8%-a, az üveg-porcelán termékeket eladni szándékozók (79 fő) 75,6%-a, a faipari termékeket eladók (53 fő) 83,0%-a, a műszaki cikket eladók (175 fő) 70,6%-a és az egyéb termékeket árusítók (182 fő) 68,8%-a. A második felméréskor: az élelmiszer-eladók (10 fő) 60,0%-a, a ruhanemű értékesítők (200 fő) 36,1%-a, az üveg-porcelán termékeket eladni szándékozók (113 fő) 60,5%-a a faipari termékeket eladók (29 fő) 82,7%-a és a műszaki cikket eladók (151 fő) 55,4%-a. A harmadik felméréskor: az élelmiszer-eladók (63 fő) 85,7%-a, a ruhanemű értékesítők (423 fő) 45,4%-a, az üveg-porcelán termékeket eladni szándékozók (159 fő) 69,3%-a a faipari termékeket eladók (88 fő) 87,6%-a és a műszaki cikket eladók (252 fő) 65,7%-a.

A fenti adatokból minimálisan három fontos következtetést vonhatunk le:

1. Az életkörülmények, a szociális helyzet alakulását mutatja, hogy a legtöbb élelmiszer-eladó (69-85%) mindhárom felméréskor Kárpátalja területéről érkezett, mindazok ellenére próbálkoztak élelmiszer-eladással (pl. sajt, cukor, kolbász stb.), hogy az a magyar törvények szerint tilos.

2. A specializációt alig vehetjük észre, hiszen gyakorlatilag mindent árusítanak az e területről érkezők. Az azonban még mindig megfigyelhető, hogy az évszázados hagyományok és a Kárpát-medence nagy régiói közötti munkamegosztás tovább él és funkcionál. Így szinte természetes, hogy a faáru eladóinak több, mint 80%-a (82,7% és 87,6% között változik) és az üveg-porcelán termékeket árusítók 60-75%-a Kárpátalja területéről érkezik. Az viszont meglepő lehet, hogy az egyéb termékek csoportjában is igen magas arányt (65-68%) képviselnek.

Természetesen minőségi különbség van egy lengyelországi és egy kárpátaljai üvegipari vagy porcelánipari termék között, ami az árakban is megmutatkozik.

3. A nyíregyházi piacra kerülő termékek körét és mennyiségét nagymértékben befolyásolja a termék minősége és beszerzési költsége. A ruhaneműk vonatkozásában a kínai termékek megjelenéséig a kárpátaljai és romániai árucikkek olcsóságukkal, míg a lengyelországi és a törökországi ruházati cikkek inkább minőségükkel és divatosságukkal tűntek ki, kiszolgálva a vásárlók különböző szintű igényeit és lehetőségeit.

A kínai termékek megjelenése alapjaiban rendítette meg a Kárpátaljáról származó ruhaneműk piacát, hiszen azok ára majdnem azonos, minőségük viszont jobb, mint az utóbbiaké. A lengyel és török termékek még állják a versenyt, azonban a kárpátaljaiak vagy kiszorultak a piacról (ezzel magyarázható 36-45% közötti arányuk), vagy olyan olcsón kényszerülnek eladni termékeiket, amely már nem gazdaságos, így egyre inkább más termékek (pl. cipő, műszaki cikkek stb.) forgalmazására térnek át.

A műszaki cikkek vonatkozásában teljesen más a helyzet. Ezek egyértelműen a legolcsóbbak, áruk gyakran a magyarországi kiskereskedelmi ár harmada-negyede, ezzel egyértelműen hegemónikus helyzetben vannak a kárpátaljaiak (55-70% között). Náluk lehet vásárolni a legolcsóbban Lada alkatrészeket, Rakéta porszívókat, fűrógépeket, de szeget, kaszát, lapátot, láncot és minden egyebet, amit el lehet képzelni. Igen nagy mennyiséggel jelentkeznek a piacon, amely miatt saját maguk tartják alacsonyan az árakat, de az olcsó beszerzési ár miatt még így is megéri Nyíregyházára hozni ezeket a cikkeket. A műszaki cikkek árusításával kapcsolatosan két érdekesség említhető meg. Egyrészt az ár olcsósága miatt néhány magyarországi viszonteladó is megjelent a piacon, akik rendszerint hétköznap délután összevásárolják a műszaki cikkek egy részét és megpróbálják a hétvégi forgalmasabb napokon drágábban eladni, vagy továbbszállítják a környező kisvárosok (pl. Ibrány, Tiszalök, Hajdúnánás, Újfehértó stb.) piacaira. Másrészt a műszaki cikkek egyre nehezebb beszerzési lehetőségei miatt úgy hírlik, hogy a kárpátaljai eladók is csak egy láncszemet alkotnak. Még pedig úgy, hogy Ukrajna és a FÁK más tagállamaiból a szállítók csak Ungvárig, Munkácsig, esetleg Beregszászig jönnek, itt nagy tételben eladják az árut, majd ennek kisebb mennyiségben Magyarországra történő szállítása és eladása már a kárpátaljaiak feladata.

Az eddigi megállapítások és következtetések tovább finomíthatók és részletesebben alátámaszthatók, ha egyes településeket a részletesebb adatok tükrében is megvizsgálunk.

Az első felmérés idején Kárpátalja 40 településéről 298 fő érkezett. Kiemelkedett közülük 7 olyan település, amelyből az eladóknak 67,7%-a érkezett (208 fő) és több mint 10 eladó érkezett gépkocsival vagy más közlekedési eszközzel egy-egy településről.

A rangsorban az első Ungvár 69 fő (22,4%), majd Munkács 54 fő (17,5%), Nagyszőlős 22 fő (7,1%), Beregszász 20 fő (6,5%), Ilosva 29 fő (9,2%), Szolyva 13 fő (4,2%) és Huszt 10 fő (3,5%) következik.

Az első csoportba sorolt 7 település közül különösen Ungvár és Munkács emelkedik ki, hiszen eladói szinte mindegyik termékcsoporthoz nagy súlyt képviselnek mind számbelileg, mind az áru mennyiségét illetően (különösen a műszaki cikkek és egyéb cikkek vonatkozásában). Nagyszőlős, Beregszász, Ilosva, Szolyva és Huszt esetében még kiegyenlítettebb a termékcsoporthoz aránya.

A második csoportba azt a hat települést soroltam, ahonnan 5-10 fő között volt az érkezett eladók száma (összesen 27 fő, 12,4%). Ide tartozik: Nagydobrony 7 fő (2,3%). Ökörmező 9 fő (3,0%) Salánk 7 fő (2,3%), Visk 5 fő (1,3%) és Técső 6 fő (1,8%). Itt már megfigyelhető, hogy nagyobb a specializálódás- Nem hoznak mindenféle árucikket, csak a gazdaságost, a kifizetődőt, amely miatt megéri „felkerekedni”, és néhány napot távol tölteni az otthontól. Pl. a Salánkról érkezett 7 eladó közül 4 fő üveg-porcelánipari cikket, emellett faárut (4 db) és 3 fő műszaki cikket is árult. A Técsőről érkezett 6 eladó közül 2 fő műszaki, 4 fő egyéb árucikkeket kínált eladásra.

A harmadik csoportba azokat a településeket soroltam, ahonnan ötnél kevesebb eladó érkezett (összesen 61 fő 35 településről). Tehát a Kárpátaljáról érkezett eladók 19,9%-a vagy

magányosan, vagy 1-2 társával érkezett a nyíregyházi piacra. A csoportot alkotó 35 település eladói nagyfokú specializálódást mutatnak, amelynek oka lehet a költségtényező, valamint a helyi beszerzési lehetőségek szűkössége. Erre utal pl., hogy a Fornosról érkezett 2 eladó csak ruhaneműt árult, a Szernyéről érkezett 2 eladó egyike élelmiszert, míg a másik műszaki cikket árult. A második és harmadik felmérés adatai teljes egészében alátámasztják és megerősítik az eddigieket.

A második felmérés adatai alapján az első csoportba Kárpátalja 37 települése közül 3 tartozik. Kiemelkedik Munkács (60 eladó, az összes kárpátaljai eladó 35,5%-a), valamint Ungvár (24 eladó, 14,2%) és Beregszász (16 eladó, 9,5%), melyek együttesen a Kárpátaljáról érkezettek 59,2%-át alkotják. Termékcsoportok szerint hasonló súlypontokkal, mint az első felméréskor.

A második csoportba 4 település tartozik: Nagyszőlős 9 fő (5,3%), Huszt 7 fő (4,1%), Técső 8 fő (4,5%), valamint Salánk 6 fő (3,5%), melyekről együttesen a Kárpátaljáról összesen származók 17,0%-a érkezett.

Termékcsoportok szerint és specializálódás alapján teljes hasonlóságot mutatva az első felméréssel, csakúgy mint a harmadik csoportba tartozók (30 település 40 fő, az összes Kárpátaljáról érkezők 23,8%).

A harmadik felmérés adatait elemezve megállapítható, hogy 498 fő érkezett Kárpátalja 56 településéről a nyíregyházi piacra.

Az első csoportba 10 település került, ahonnan több mint 10 eladó érkezett. A tíz település a következő: Munkács (112 fő, az összes kárpátaljai eladó 22,3%-a), Nagyszőlős (78 fő, 15,6%), Ungvár (63 fő, 12,6%), Beregszász (54 fő, 10,7%), Ilsova (34 fő, 6,8%), Técső (23 fő, 4,6%), Huszt (13 fő, 2,6%), Szolyva, Tiszafehéregyháza és Salánk (11-11 fő, 2,2-2,2,%).

A második csoportba 4 település került, ezek a következők: Nagydobrony és Gejóc (7-7 fő, 1,4-1,4%), Csongor (5 fő, 1%), Rahó (6 fő, 1,2%). A termékcsoportok és specializálódás szerinti vizsgálat teljes hasonlóságot mutat az első két felméréssel, ugyanúgy, mint a harmadik csoportba tartozó 41 település 78 eladója, az összes Kárpátaljáról érkező 15,5%-a.

A kárpátaljai településeket vizsgálva markánsan elkülöníthető a nyíregyházi „KGST piac” vonzáskörzetének két intenzitási zónája (2. sz. térkép). A határt az Ungvár-Szerednye-Munkács-Ilosva-Huszt városokat magába foglaló vonal jelenti. A határvonaltól délnyugatra eső zóna a legintenzívebben vonzott terület. Ebben a sávban találjuk az első csoportba tartozó településeket, Szolyva, Tiszafehéregyháza és Técső kivételével; a második csoportba tartozó településeket, Ökörmező és Rahó kivételével; valamint a harmadik csoportba tartozó települések 59,6%-át. Tehát ez az intenzitási zóna adja a Kárpátaljáról érkező eladók több mint 85%-át, ilyen értelemben az érkező árucikkeknek is biztos, hogy több mint 80%-át. A sokoldalú kapcsolat alapján az árucikkek vonatkozásában mindenféle árucikk érkezik, különösebb specializálódás nélkül, és alig van olyan település, amelyről 1-2 eladó ne keresné fel a nyíregyházi piacot.

A második intenzitási zóna az Ungvár-Szerednye-Munkács-Ilosva-Huszt vonaltól északkeletre, a Kárpátok vízválasztójáig terjedő terület. Az első csoportba tartozó települések közül csak Szolyva, Tiszafehéregyháza és Técső, a második csoportba tartozó települések közül csak Rahó és Ökörmező, míg a harmadik csoportba tartozó településeknek csak 41,4%-a tartozik ide. Ez a terület adja a Kárpátaljáról érkező eladók kb. 15%-át, és az érkező árucikkeknek kb. 15-20%-át. A kapcsolat a nyíregyházi piaccal már nem olyan szoros és sokoldalú, mint az első intenzitási zóna esetében.

A hozott termékek köre specializáltabb (nagyobb súlyt kapnak a tradicionális termékek, pl. faáru, üvegáru) és a szociális körülmények miatt nagyobb súlyt kapnak az élelmiszerek. Ebből a körzetből már csak a nagyobb központok (Técső, Rahó, Szolyva stb.) eladói találhatóak meg nagyobb számban, míg a kisebb települések kapcsolatai csak viszonylagosak

és esetlegesek. A két intenzitási övezet markáns különbségeit tehát valamennyi adatunk jól kifejezi.

2. Ukrajna és Oroszország

Sajnos az adatok elemzése már nem nyújthat olyan széleskörű információkat, mint a kárpátaljai terület vizsgálata. Mindhárom felmérés alkalmával a legkevesebb eladót adta a nyíregyházi piacon ez a régió. Az első felmérés idején a gépkocsival érkezett eladók száma 10 fő (3,8%), 2 fő Oroszországból (Tula, Lipeck) és 8 fő Ukrajnából. A második felmérés idején a gépkocsival érkezett eladók 10,1%-a (16 fő) érkezett e területről, míg a harmadik felméréskor 4,9%-a (13 fő). Hasonló értékeket kapunk, ha az egyéb közlekedési eszközökön érkezettek arányát nézzük. Az első felméréskor 3,5% (10 fő), a második felméréskor 8,1% (18 fő), a harmadik felméréskor 7,2% (40 fő) képviselte a Független Államok Közösségének állampolgárait és árucikkeit. Ha az árucikkeket vizsgáljuk, több érdekes észrevételt tehetünk. Egyrészt élelmiszerek és faárúk szinte alig találhatók hiszen a nagy távolság, a kicsiny érték és a nagy térfogat miatt ezeket nem érdemes Nyíregyházára szállítani. Az adatok értékelése azt is megmutatta, hogy a ruhaneműk és az üveg-porcelán áruk is csak másodlagos (kiegészítő) szerepet játszanak a fő eladási cikkek, a műszaki áruk mellett. Az első felmérés idején az eladók 80%-a műszaki cikket hozott. Hasonló értékeket kaptunk a második felméréskor (az eladók 76,4%-a műszaki cikket árult) és a harmadik felméréskor (az eladók 77,5%-a műszaki cikket árult) is.

A fenti adatok alapján is látható, hogy a több száz kilométeres utat Nyíregyházáig nem akármilyen termékekkel teszik meg az eladók. Úgy látszik, még mindig érdemes fűrógépet hozni és 3500 Ft-ért, vagy Rakéta porszívót 2800 Ft-ért eladni, vagy éppen MTZ-alkatrészeket árusítani. Nem hiányzik azonban a repertoárból a Zenit fényképezőgép és a villanymotor, valamint a rénszarvasbőr sem.

Az első felmérés idején Ukrajna és Oroszország 11 településéről, érkeztek eladók (20 fő). Kiemelkedett közülük 4 olyan település, ahonnan egynél több eladó érkezett. Lember 5 fő (az összes eladó 26,3%-a), Harkov 3 fő (15,8%), Vinnyica és Ivano-Frankovszk 2-2 fő (10,5-10,5%). Ez a 4 település adta az eladók 63,1%-át és az Ukrajnából, valamint Oroszországból érkezett árucikkeknek is több, mint 50%-át. Ebben a csoportban találjuk a legtávolabbról érkezetteket, hiszen Tula és Lipeck várodsából több mint 1000 km-t kellett megtenni, melynek költségei még orosz viszonyok mellett sem elhanyagolhatók, de érkeztek eladók Rovno, Tyernopol, Kovel, Kiev és más városokból is.

A második felmérés idején Ukrajna és Oroszország 16 településéről 34 fő érkezett. Kiemelkedett közülük 4 olyan település, ahonnan 3 vagy több eladó érkezett: Kiev 6 fő (az összes eladó 17,6%-a), Lemberg 5 fő (14,7%), Vinnyica 4 fő (11,7%) és Ivano-Frankovszk 3 fő (8,8%). A második csoportot az a 4 település alkotta, ahonnan egynél több eladó érkezett: Zaproszje 2 fő (5,88%), Harkov 2 fő (5,88%), Belaja Cerkov és Tyernopol szintén 2-2 fő (5,88-5,88%). Az első két csoportba tartozó települések adták az Ukrajnából és Oroszországból érkezett eladók 76,5%-át.

A harmadik csoportba olyan települések tartoznak, amelyek csak 1-1 eladóval képviseltették magukat (pl. Belovodszk, Herszon, Krivo Rog és Szimferopol). Az 1994. március 5-i felmérés tanulsága szerint ezek között található egy Oroszországból (Sztarij Oszkol) érkezett eladó is. A specializálódás magas fokát ez a felmérés is mutatja, hiszen 16b település eladói közül 9 településről csupán egyetlen termékcsoporttal érkeztek (műszaki cikk vagy ruhanemű).

A harmadik felmérés adatai nyújtják a legszélesebb körű információt a Független Államok Közösségéből érkezett eladókról. 1994. március 26-án 20 településről (17 Ukrajna, 3

Oroszország területén található) 53 fő érkezett. A településeket csoportosítva. Az első csoportba 4 település tartozik. Különösen kiemelkedik: Lemberg 11 fő (18,9%) és Vinnyica 9 fő (15,5%), valamint Tyernopol 7 fő (12,0%) és Harkov 5 fő (8,6%), amelyek együttesen a Független Államok Közösségéből érkezett eladók 55%-át alkotják.

A második csoportot az a 6 település képezi, ahonnan 2-3 eladó érkezett: Kiev, Donyeck, Zaproszje és Szentpétervár 3-3 fő (5,2-5,2%), valamint Ivano-Frankovszk 2 fő (3,4%), amelyek együttesen a Független Államok Közösségéből érkezett eladók 13,8%-át alkotják.

A harmadik csoportba az a 10 település tartozik, ahonnan csak 1-1 eladó érkezett (pl. Vogograd, Dnyepropetrovsk, Boriszlav, Melitopol, Kirovskoje stb.).

Az eddigiek alapján az is jól látható, hogy a Nyíregyháza közlebbi településekről származik az élelmiszer, faáru, üveg-porcelán, ruhanemű 99%-a (pl. Lemberg, Vinnyica, Tyernopol, Számbor stb.), míg a távolabbi településekről szinte kizárólag műszaki cikkekkel keresik fel a nyíregyházi piacot (pl. Szentpétervár, Volograd, Kiev, Donyeck stb.).

A három felmérés adatai alapján azt is megfigyelhetjük, hogy az ukrainai települések két csoportba sorolhatók. Az első csoportba az a 8 település (Ivano-Frankovszk, Harkov, Tyernopol, Vinnyica, Lemberg, Kiev, Számbor, Kamenyec Podolszkij) tartozik, amelynek eladói nem csak műszaki cikkekkel jelentek meg a piacon. Ezek azok a települések, amelyeknek eladói rendszeresen megtalálhatók a piacon. Az első csoportba tartozók sokrétűbb és szorosabb kapcsolatokkal tűnnek ki Nyíregyháza vonatkozásában, míg a második csoport 12 települése alkalmi kapcsolódásokkal és műszaki cikkekkel jellemezhető.

3. Románia

Mindhárom felmérés adatai szerint elmarad az eladók száma az előzetesen várt nagyságrendtől. Az első felméréskor a gépkocsival érkezett eladók (260 fő) 14,6%-a, 38 fő érkezett Romániából. A második felméréskor 25,9%-a, 41 fő, míg a harmadik felméréskor 23,5%-a, 55 fő. Közel azonos értékeket kapunk az egyéb közlekedési eszközökkel érkezett eladók vizsgálatokor. Az első felméréskor 26,2%-uk, a második felméréskor 20,2%-uk, míg a harmadik felméréskor 18,1%-uk érkezett Romániából. Ha termékcsoportok szerint vizsgáljuk, legalább olyan heterogén kép fogad bennünket, mint a kárpátaljai eladók esetében, azonban az alapvető különbségek azonnal kiütöknöznek. Egyrészt míg a kárpátaljai termékszerkezetben a műszaki cikkek domináltak, és ezt követték az egyéb árucikkek, addig a romániai termékszerkezetben a ruhaneműk domináltak, és csak ezután következtek az egyéb cikkek, s a műszaki cikkek a harmadik helyre szorultak. Adatokkal érzékeltetve pl. a harmadik felmérés alkalmából a Kárpátaljáról származó áru 25,3%-a műszaki cikk, 20%-a ruhanemű, 17,5%-a egyéb árucikk és csak 11%-a műszaki cikk. Másrészt a termékcsoportokon belül a romániai eladók jobban specializálódtak, mint a kárpátaljaiak, tehát Romániából kevesebb ruhaneműféle érkezik nagyobb mennyiségben, míg Kárpátaljáról többféle ruhanemű kisebb mennyiségben.

A nyíregyházi piacra került termékek fő csoportjait vizsgálva láthatjuk, hogy az élelmiszerek 11-23%-át a romániai eladók kínálták megvételre. A faáru értékei (11,3%, 13,8%, 4,5%) alacsonyabbak, az üveg-porcelán áruk értékei (15,9%, 22,8%, 20%) hasonlóan alakulnak, míg a műszaki áruk (16,1%, 19,3%, 12,7%) alacsonyabb, a ruhaneműk viszont (26,8%, 29,3%, 24%) jelentősebb arányt képviselnek.

Az eddig leírtak alapján nem meglepő a műszaki cikkek alacsony százalékos aránya, az élelmiszerek viszonylag magas százalékos aránya a szociális helyzet figyelembevételével. Érthető az üveg-porcelán áruk 20% körüli aránya, hiszen minőségileg nem jobbak a kárpátaljai termékektől, viszont a lengyelországiaknak nyomába sem érhetnek. A legnagyobb

meglepetést a faárúk alacsony értéke okozta (4-14% között), hiszen magas szakmai képzettséget nem igényel, alapanyag pedig bőségesen áll rendelkezésre. A fő okok tehát az eladhatóság nehézségeiben keresendők.

Az első felmérés adatai alapján a Romániából érkezett eladók települései közül az első csoportba 3 település tartozik. Kiemelkedik: Szatmárnémeti, 41 (az összes Romániából érkezett eladók 37,9%-a), valamint Nagybánya, 23 fővel (12,3%). Ha ehhez hozzászámítjuk Kolozsvár eladóit, 11 fővel (10,2%), akkor 70% körüli értékkel a fenti három város kiemelkedik a regisztrált 17 település közül.

A második csoportba az a 7 települése tartozik, ahonnan több mint egy, de kevesebb mint 10 fő érkezett. Ide tartozik: Beszterce 6 (5,5%), Piatra Neamt 5 (4,56%), Bukaerst 4 (3,7%), Marosvásárhely, Botosani és Nagyvárad 3-3 (2,8-2,8%), Tirgoviste 2 fővel (1,9%). Meglepő, hogy az erdélyi városok háttérbe szorultak a moldovai és havasföldi városokkal szemben.

A harmadik csoportba az a 7 település került (Brassó, Bród, Dés, Kismajtény, Nyáradremete, Szilágysomlyó, Szatmárhegy), ahonnan csak 1-1 eladó érkezett.

A piacra került termékek fő csoportjait vizsgálva: az első csoport településiből specializálódás nélkül mindenféle termék érkezik, míg Erdély más településiről már jórészt csak ruhanemű (pl. Nyáradremete, Dés stb.), vagy faáru (pl. Bród) és műszaki cikk (pl. Marosvásárhely, Brassó) érkezik. Az Erdélyen kívüli területekről túlsúlyba kerülnek a mászaki cikkek (pl. Tirgoviste, Bukarest) és az egyéb értékesebb árucikkek (pl. Bukarest, Piatra Neamt).

A második felmérés adatai alapján az első csoportba 3 település tartozik: Szatmárnémeti 32 (36,7%), Nagybánya 18 (20,7%) és Kolozsvár 12 fővel (13,8%). A második csoportot 5 település alkotja: Beszterce 7 (8%), Piatra Neamt 6 (6,9%), Brassó, Marosvásárhely és Arges 2-2 fővel (2,3-2,3%). Az első két csoport 8 város adta az eladók 93%-át, így a harmadik csoport 6 települése mind az eladók számát tekintve, mind az áruk mennyiségét tekintve elenyésző (pl. Botosani, Bukarest, Pitesti, Tirgoviste, Zilah, Mircea Tivka). A második felmérés nagy meglepetése, hogy az eladók érkezési helyét tekintve Erdélyre csak 50% (7 település) esik. A harmadik felmérés szerint az első csoportba 2 település tartozik: szatmárnémeti 72 (44,1%) és Nagybánya 42 fővel (25,7%).

A második csoportot 4 település alkotja: Marosvásárhely 9 (5,5%), Kolozsvár 8 (4,9%), Bukarest 7 (4,3%) és Máramarossziget 6 fővel (3,7%). A harmadik csoportba került Beszterce 4 (2,5%), Piatra Neamt 4 (2,5%), Nagyvárad és Tirgoviste 2-2 fővel (1,3-1,3%).

A főbb árucsoportok szerinti tendenciák mind a második, mind a harmadik felméréskor teljesen megegyeznek az első felméréskor kifejtettekkel.

A Romániából érkezett eladókat települések szerint vizsgálva több fontos sajátosság emelhető ki. Először is meglepő, hogy Erdélyből viszonylag kevés eladó érkezik (19-27%), amely a közeledési nehézségekkel magyarázható, valamint az eladható termékek hiányával. Másodsor: viszonylag sok helységről érkezik az eladó a történelmi Románia (Regát) területéről. Érdekes, hogy Moldova északi része szorosabban kapcsolódik Nyíregyházához. Elegendő a településekre pillantást vetni: Piatra Neamt, Botosani és Vaslui, de ugyanezt támasztja alá, hogy a Romániából érkezett eladók kb. 7-8%-a moldovai. Harmadik fontos sajátosság, hogy a romániai eladók 57-70%-a két közeli nagyvárosból (Szatmárnémeti és Nagybánya) érkezik, ami főként a közlekedési feltételek kedvező alakulásával (menetrendszerinti autóbusszjárat) indokolható. Természetesen e két város a főbb árucsoportok alakulására is kihat. A negyedik sajátosság az eddig elmondottakból világosan látható: az intenzitási zónák, övezetek helyzete. A legintenzívebb hatást és a legsokoldalúbb kapcsolatrendszert e két város lakosaira fejt ki a nyíregyházi piac.

A második intenzitási övezetbe az erdélyi települések és Nagyvárad tartoznak, amelyek közül a nagyobbak képviselői rendszeresen jelen vannak a piacon, míg a kisebbek csak

időnként. Ebben az övezetben már kisebb specializálódás is megfigyelhető az egyes árucsoportok és az eladók között.

A harmadik övezetbe a Kárpátok vonulatain túli terület tartozik erősebb specializálódással, főként a műszaki cikkek dominanciájával és egy észak-moldovai markánsabb súlyponttal. Ugyanebbe az övezetbe tartozik kis Jugoszlávia két városából a harmadik felmérés során érkezett 4 eladó (Szabadka 3 fő, Ada 1 fő), valamint a szintén ekkor regisztrált 2 eladó Bulgáriából (Lovecs).

4. Lengyelország és a Baltikum

Mind a három felmérés alkalmával viszonylag nagy létszámmal és árucikkkel szerepeltek a lengyelországi eladók a nyíregyházi piacon. Az első felméréskor a gépkocsival érkezett eladók 25%-a (65 fő), a második felméréskor 18,3%-a (29 fő) és a harmadik alkalommal 9,8%-a (21 fő) érkezett ebből a régióból. Hasonló értékeket kapunk, ha az egyéb közlekedési eszközzel érkezetteket vizsgáljuk. Az első felméréskor az eladók 7%-a (18 fő), a második felméréskor 23,4%-a (52 fő), míg a harmadik alkalommal 17,9%-a (111 fő) érkezett autóbusszal vagy vonattal ebből a régióból. A Baltikumból érkezett 2,3, és 9 fő jelentősen nem befolyásolta a lengyelországi eladók súlyát, tehát a nyíregyházi piacra az összes eladók 15-20%-a érkezik Lengyelországból.

A felmérési eredményeket elemezve (a főbb árucsoportok szerinti adatok figyelembevételével) a következő fontosabb megállapítások tehetők: Egyrészt az élelmiszer és faárú vonatkozásában teljesen jelentéktelen a lengyelországi eladók szerepe (1-2 eladó). Másrészt a műszaki cikkek vonatkozásában is elhanyagolható, hiszen 5-6%-os arányuk ezt mutatja. Itt inkább egy olyan tendencia figyelhető meg, hogy a lengyel eladók, ha Oroszországon és Ukrajnán keresztül érkeznek akkor kiegészítik kínálatukat műszaki cikkekkel, természetesen úgy, hogy a Lengyelországban felpakolt áruk egy részét a Független Államok Közösségének területén el is adják. Harmadrészt az üveg-porcelán termékek vonatkozásában jelentőségük sokkal nagyobb, mint azt százalékos arányuk mutatja (2,3-10,5%), hiszen pl. az összes állólámpa, csillár és jó minőségű világítási berendezés közül vásárolható a kereskedelmi árak feléért, harmadáért. A legnagyobb súlyt és jelentőséget a ruházati cikkek piacán képviselik, hiszen a jó minőségű öltönyök, zakók, blúzok, blézerek náluk szerezhetőek be a legolcsóbban. A lengyelországi eladók igen nagyfokú specializálódást hajtottak végre, két termékcsoporthoz (ruházati cikkek és az üvegipari termékek) vonatkozásában. Valójában ők követik a leggyorsabban és a legjobban a piac változó igényeit.

A fenti megállapításokat teljes egészében alátámasztják a három felmérés részletes eredményei.

Az első felmérés értékei alapján az első csoportba 2 település tartozik: Lódz 34 (40,9%) és Kielce 25 fővel (30,1%). A második csoportba 3 település tartozik: Skarzysko-Kamienna 7 (8,4%), Varsó 6 (7,2%) és Lubin 4 fővel (4,8%).

A harmadik csoportba azok a települések tartoznak, ahonnan csak egy eladó kereste fel a nyíregyházi piacot (pl. Katowice, Stalowa Wola, Timbovic, Tomasowszk, Zseloza Gora). Ide tartozik Litvánia 2 eladója is a műszaki cikkekkel (Tauragé).

A főbb árucsoportok súlya teljes megegyezést mutat az eddig elmondottakkal. A második felmérés adatai alapján az első csoportba 3 település tartozik: Kielce 23 (28,7%), Lódz 20 fő (25%) és Krakkó 12 fővel (25%).

A második csoportba szintén 3 település tartozik: Lublin 7 (8,7%), Varsó és Skarzysko-Kamienna 4-4 fővel (5-5%). A harmadik csoportba 7 település 1-1 eladója tartozik (Bialystok, Czestochowa, Klodawa, Rzeszow, Tarnow, Zamosc és Stakkiwa Wola), illetve Litvánia 3 településének eladója (Kaunas, Zarassi, Tauragé).

A harmadik felmérés alapján az első csoportba 4 lengyelországi város került: Lódz 47 (34,8%), Varsó 27 (20%), Kielce 18 (13,3%) és Krakkó 17 fővel (12,6%), együttesen a lengyelországi eladók 80,7%-át teszi ki. A második csoportba 7 település került: Kaunas (Litvánia) 7 (5,2%), Tomasovszk 5 (3,7%), Skarzysko-Kamienna 3 (2,2%), Lubin, Katowice, Zamosc és Shernyevise 2-2 fővel (1,5-1,5%). A harmadik csoportba az a tíz település került, ahonnan csak egy-egy eladó érkezett (az összes lengyelországi eladók 8,1%-a). Ezek: Biala, Bilograj, Polnatova, Piatrkow, Poznan, Radom, Szczecin, Tarnobzeg, Wroclaw és Zelow.

Az adatok értékelése közben két alapvető sajátosság figyelhető meg. Egyrészt a lengyelországi eladókat és településeket tekintve nem tudunk intenzitási zónákat elkülöníteni. (Tehát Dél-Lengyelországból nem érkezik több eladó, mint Közép-Lengyelországból, sőt inkább fordított tendencia jellemző.) Másrészt az első sajátossághoz kapcsolódóan, az eladók érkezési helye a lengyel textilipar központjaival mutat szoros összefüggést. Ezzel magyarázható, hogy a legtöbb eladó Lódz, Kielce, Krakkó és Varsó városából érkezik, és az összes lengyelországi eladó 70-80%-át adja. A szoros korreláció az eladók száma és a textilipari központok között a specializálódással egyre nyilvánvalóbb, hiszen a Lengyelországból érkezett áruk 68,4%-a is ruházati cikk. Az is elég nyilvánvalónak tűnik, hogy az eladók és a textilipari üzemek bizonyos szintű vezetői között kapcsolatok lehetnek, hiszen mással nem magyarázható, hogy egy-egy lengyel eladó több mint 100 db férfi vagy női nadrágot és öltönyt árul.

A balti államok eladóinak szerepét eddig érdemtelenül elhanyagoltam, hiszen az a tény, hogy egyáltalán a nyíregyházi piacon jelen vannak, már önmagában sem lebecsülendő teljesítmény, különösen akkor nem, ha a sokkal közelebbi Szlovákiából a három felmérés során egyetlen eladó sem érkezett. A Baltikum központjainak (Kaunas, Riga, Daugavpils stb.) helyzete teljesen azonos a Független Államok Közösségében hasonló távolságra lévő központok helyzetével, azaz több mint 90%-ban műszaki cikkeket hoznak a nyíregyházi piacra. A Baltikum (Lengyelországgal együtt) a harmadik intenzitási zónában helyezkedik el, ahol a távolsággal arányosan a kis térfogatú, de értékes műszaki cikkek jelentik a meghatározó árucikkeket, míg Lengyelország sajátos specializálódást mutat a ruhaneműk irányában.

Összegzés

Az 1994. február-márciusi felmérések jórészt igazolták az előzetes várakozásokat. Egyrészt úgy, hogy kézenfekvően bizonyították, a Kárpát-medence makrorégiói között nem szűnt meg a gazdasági munkamegosztás, sőt napjainkban ennek újjáéledését tapasztalhatjuk jó néhány árucikk esetében. Másrészt úgy, hogy bebizonyosodott Nyíregyháza és a nyíregyházi piac erős vonzó hatása a határokon túli területekre, amelyek vonzásintenzitási zónákban jelennek meg.

A következő három vonzásintenzitási övezet különíthető el:

Az első zóna határát a Nagybánya-Szatmárnémeti-Huszt-Ilosva-Munkács-Szerednye-Ungvár városdok vonalánál húzhatjuk meg. Ez a legintenzívebben vonzott zóna, s innen került ki a nyíregyházi piac eladóinak 67-75%-a. Ebben a zónában nincs specializálódás, és a nagyobb központokat rendszeres autóbuszjárat is összekapcsolja a Nyíregyházával. Érdekességként megemlíthető, hogy a határvonal majdnem megegyezik a középkori „vásárvonal” futásával.

A második zóna keleti hatását a Kárpátok vízválasztó gerince jelöli ki. Ebben a zónában figyelhető meg a tradicionális árucikkek legnagyobb súlya, s ezzel párhuzamosan a kezdődő specializálódás is. Természetesen nem egyformán vonzódik az egész zóna, hanem a nagyobb városok (Szolyva, Técső, Rahó, Dész, Kolozsvár, Marosvásárhely stb.) rendszeres gyakorisággal, míg a kisebb települések (pl. Tiszafehéregyháza, Ökörmező) időszakosan.

Ebből a zónából kerül ki a nyíregyházi piacon árusítók 15-25%-a. Az is megfigyelhető, hogy Észak-Erdély intenzívebben kapcsolódik, mint a dél-erdélyi települések.

A harmadik zóna a Kárpátokon kívül eső területek Lengyelországtól Bulgáriáig. Ez a zóna sem egységen vonzódik hiszen a Kárpátok külső előterében jó néhány markánsabb központ (terület) található (pl. Bukarest, Tirgoviste, Piatra Neamt, Botosani, Lemberg, Ivano-Frankovszk, Krakkó, ill Délkelet-Lengyelország 2-3 települése, (pl. Przemysl, Zamosc, Stallowa Wola, esetleg Lublin), míg a távolabb eső területekről egyre csökken az eladók száma (kivételek a lengyelországi központok). Természetesen egy-egy volgográdi, tulai, szentpétervári vagy rigai első megjelenése csak kuriózumnak tekinthető. Mindezek mellett ez a zóna adja az eladók 5-10%-át, az árucikkek tekintetében pedig a műszaki cikkek és a ruházati cikkek vonatkozásában jelentenek nagyobb súlyt.

Több szempontból is részletesebb jövőbeli vizsgálatokat érdemelne a nyíregyházi „KGST-piac”. Egyrészt, hogy megjelennek-e a kelet-szlovákiai eladók a piacon a pácini (bodrogközi) határátkelő és a Dombrád–Cigánd közötti Tisza-híd megnyitása után, másrészt a magyarországi eladók, de különösen a vásárlók lakóhelyének felméréseivel nagy lépést lehetne tenni Nyíregyháza magyarországi vonzaskörzetének elkészítésére, amely majdnem 30 év után már ismét aktuális lenne.

Irodalomjegyzék

Bácskai Vera-Nagy Lajos: Piackörzetek, piacközpontok és városok Magyarországon 1828-ban. Bp., 1984.

Beluszky Pál: Magyarország kiskereskedelmi központjai. Föld. Ért. 1966.

Beluszky Pál: Nyíregyháza komplex vonzaskörzete. Nyíregyháza, 1973.

Gyimesi Sándor: Városok a feudalizmusból a kapitalizmusba való átmenet időszakában 1975. Akadémiai Kiadó.

Hajdú Zoltán: Hegyalja városi jellegű települései központi funkciójának vizsgálata. Földrajzi Értesítő. 1978.

Laczkó László: Települések vonzaskörzetének meghatározása egymáshatási modell segítségével. Földrajzi Értesítő, 1978.

Mendöl Tibor: Általános településföldrajz Bp., 1963.

Mészáros Rezső: A szegedi agglomeráció gazdasági, társadalmi előzményeinek néhány vonása. Alföldi Tanulmányok, 1981.

Nagy Rózsa: Szolnok város vonzásviszonyai 1949-1980. Alföldi Tan. 1988.

Papp Antal: Debrecen vonzaskörzete. Alföldi Tanulmányok, 1981.

Thirring Gusztáv: Városaink népességének alakulása 1787-től 1910-ig. Városi Szemle 1911.

Tóth József: Urbanizáció az Alföldön. MTA RKK. 1986. Pécs.

Vadász István: Kunhegyes vonzaskörzete. Alföldi Tanulmányok, 1987.

A Kárpátaljáról érkezett eladók települések szerint

Honnan érkezett	Érkezők száma	Élelmiszer	Ruhanemű	Üveg-porcelán	Faáru	Műszaki	Egyéb
Aknaszlatina	3	-	2	-	-	2	2
Alexandrivka	3	-	3	-	-	2	-
Bene	1	-	-	1	-	-	1
Beregsom	1	-	1	1	-	-	-
Beregszász	90	7	35	19	26	33	22
Beregtölgyes	3	1	-	-	-	3	1
Barkaszó	1	-	-	1	-	1	-

Bilke	3	-	1	-	2	1	-
Bukovina	1	-	-	-	-	1	-
Bustyaháza	3	-	1	-	-	2	1
Csap	4	-	2	2	-	3	3
Csertész	1	-	-	-	-	1	1
Csetfalva	4	-	1	1	2	1	-
Csongor	5	-	1	-	1	5	2
Dercen	4	-	-	1	2	1	4
Feketepatak	1	-	-	-	1	-	-
Fornos	2	-	2	-	-	-	-
Gát	1	-	-	-	-	1	-
Huszt	30	3	11	4	4	15	8
Ilonca	3	-	1	-	-	3	-
Ilosva	63	12	13	16	6	30	23
Kamenszkoje	4	2	-	-	-	4	4
Királyháza	1	-	-	-	-	-	1
Királymező	2	-	-	-	-	2	2
Kisdobrony	5	-	5	1	1	3	-
Kiskopány	1	-	-	1	-	-	-
Kovászó	1	-	1	-	-	1	-
Kőrösmező	1	-	-	1	-	-	-
Moakkosjánosi	2	-	2	1	-	1	2
MAGyarkomját	1	-	-	1	-	-	-
Mátyfalva	2	-	-	-	1	1	-
Mezőkaszony	1	-	-	-	1	-	-
Munkács	226	6	121	55	29	100	57
Magyábránka	1	-	1	-	1	1	-
Nagybereg	4	-	3	1	2	1	-
Nagyberezne	4	2	1	1	1	-	1
Nagyborzsova	1	-	1	1	-	1	-
Nagydobrony	15	4	4	1	1	8	1
Nagygejőc	9	5	3	1	1	4	2
Nagymuzsaly	1	-	-	1	-	1	-
Nagyszőlős	109	8	47	38	10	40	37
Ökörmező	13	1	4	1	-	5	6
Ötösfalva	1	-	-	-	-	1	-
Perecseny	3	1	-	1	1	2	-
Poljana	1	-	-	-	1	1	-
Puskino	1	-	-	1	-	-	-
Rahó	8	3	1	-	2	5	-
Rahajanújfalu	2	-	-	2	1	1	-
Salánk	24	1	6	19	12	6	6
Sárosoroszi	4	1	1	1	4	-	1
Szalóka	1	-	1	1	1	-	-
Szentmiklós	3	-	2	3	-	1	-
Szerednye	1	-	-	-	-	-	1
Szernye	2	1	-	-	-	1	-
Szolyva	24	4	4	7	4	10	9

Szürte	4	-	1	2	-	2	1
Técső	37	4	6	4	3	23	10
Tiszabökény	1	-	-	-	-	-	1
Tiszafehéregyháza	11	2	1	-	-	5	8
Tiszapéterfalva	3	-	1	1	1	1	-
Tiszaújhely	2	-	-	-	2	1	2
Tiszaújlak	9	-	1	4	2	5	2
Ungvár	156	18	30	33	15	83	61
Vári	7	-	2	3	3	2	3
Visk	8	-	2	2	2	14	1
Volóc	3	-	-	3	-	1	2
Zarécse	2	-	1	-	-	2	-
Összesen	949	86	327	238	146	446	289