



**SZENT ISTVÁN EGYETEM
ENYEDI GYÖRGY REGIONÁLIS TUDOMÁNYOK DOKTORI
ISKOLA**

**Kapcsolódási pontok és térbeliség a műtárgyak és használt
cikkek piacain**

Várnai Ibolya
Gödöllő
2019

A doktori iskola megnevezése:

Enyedi György Regionális Tudományi Doktori Iskola

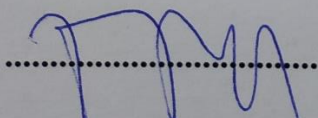
tudományága: regionális tudományok

vezetője:

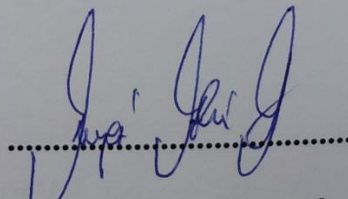
Dr. habil. Hajdú Zoltán
egyetemi tanár, MTA-doktora
Szent István Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet

témavezető:

Dr. Nagyné Dr. Molnár Melinda
egyetemi docens, PhD.
Szent István Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet



Az iskolavető jóváhagyása



A témavezető jóváhagyása

TARTALOMJEGYZÉK

1. BEVEZETÉS	3
1.1. A téma aktualitása	3
1.2. Célkitűzések és kutatási kérdések	3
2. A KUTATÁSBAN ALKALMAZOTT MÓDSZEREK	5
3. A KUTATÁSI EREDMÉNYEK	7
3.1. A műkereskedések és használcikk-kiskereskedések üzlet- és telephelyválasztásának tényezői	7
3.2. A műkereskedések és a használcikk-kiskereskedések térbeli eloszlásának jellemzői Budapesten	8
3.3. A műkereskedelem és a használcikk-kiskereskedelem területi eloszlásának regionális különbségei	10
3.4. A műkereskedések és a használcikk-kiskereskedések integrált tipológiája	13
3.5. A műkereskedelem és a használcikk-kiskereskedelem funkcionális kapcsolatainak térbeli modellje	14
4. KÖVETKEZTETÉSEK	17
4.1. Új és újszerű tudományos eredmények	17
4.2. Összegzés	19
4.3. További kutatási irányok	20
5. FELHASZNÁLT IRODALOM	22
6. A KUTATÁSI TÉMÁHOZ KAPCSOLÓDÓ PUBLIKÁCIÓK JEGYZÉKE	23

1. BEVEZETÉS

Amikor az antikvitások piacának vizsgálata kerül a középpontba, a közgazdászok, művészettörténészek, antropológusok, szociológusok, és más társadalomtudományokat művelők a legkülönbélebb aspektusból közelítik meg a témát. Az antik tárgyak, bútorok egyfajta műalkotásként való értelmezése elsősorban a műtárgypiac jellemző közelítésmódja, azonban, ha az antikvitásokat a régiségekkel rokonítjuk, a vizsgálatok a használtcikk-kereskedelem terepére vezetnek minket. A kutatók legritkább esetben vizsgálják az antikvitásokat e két piaci szegmens metszetének tükrében.

1.1. A téma aktualitása

Holott, egy-egy műtárgy esetenként igen hosszú és izgalmas piaci körforgása arról tanúskodik, hogy a két piac közvetlen vagy közvetett módon kapcsolódik egymáshoz. Időnként ezek az interakciók látványos módon, nagy érdeklődést keltve mutatkoznak meg széles nyilvánosság előtt.

Kiindulópontként Rechnitzer János egyetemi tanár és műgyűjtő gondolatát idézem, a bolhapiacokon, bizonytalan helyeken történő vásárlásról: *„Nem igaz, hogy ezeken a helyeken nagy, értékes dolgokat lehet kapni. Egy-egy kis falat megszerzése lehetséges, de komoly műtárgy vételére egyre kisebb az esély, mondhatni lehetetlen...Mindezek ellenére járjuk a bolhapiacokat, nézzünk be a „gagyi” kereskedőkhöz, mindig akadhat valami érdekes!...Egy-egy kisebb értékű, de érdekes tárgyat megtalálhatunk a bolhapiacokon, a „gagyi” kereskedésekben, vagy egyéb helyeken (általunk feladott ingyenes hirdetésekben, csereklubokban, ismert közvetítők útján, lakáskereskedésekben stb.) is”* (RECHNITZER, 2002, 73-75. pp.).

Doktori kutatásom koncepciójának kidolgozásakor az iménti megállapítást vettem alapul, s mindvégig törekedtem az idézet tanulságát szem előtt tartani. Bár a „bolhapiaci szenzációk” igen ritkának számítanak, felmerül a kérdés, hogy vannak-e egyáltalán közös piaci gyökerek, ahol a műkereskedelem és a használtcikk-kiskereskedelem kínálata „átfedi” egymást.

1.2. Célkitűzések és kutatási kérdések

Tekintve, hogy a téma nemzetközi és hazai szakirodalma különféleképpen jelöli ki a két piaci szegmens határait, megfogalmazódik az első, s egyben

megkerülhetetlen kutatási kérdés. Kiket tekintünk a műtárgypiac és a használcikk-piacok szereplőinek?

Ahogy arra BABBIE (2008) is felhívja a figyelmet nagyívű társadalomtudományi kutatási módszereket összegző munkájában, a kvalitatív terepkutatások során az indukció és dedukció váltakozása adja a sikeres kutatás alapját, vagyis az elméletalkotási folyamat, megfigyelések, általános és tapogatózó jellegű megállapítások megfogalmazása, majd mindezek módosítása a további megfigyelések révén (BABBIE, 2008, 316.p.). Ennek okán doktori értekezésem célmeghatározása során kutatási kérdéseket fogalmaztam meg, és kerültem a formalizált hipotézisek felállítását, melyek verifikálása vagy falszifikálása matematikai-statisztikai alapú nagymintás mintavételre alapul (MALHOTRA–SIMON, 2009), vagyis olyan módszertani eljárásokra, melyeket én – kutatásom feltáró jellege okán – nem alkalmazok.

Összefoglalva, disszertációm az alábbi kutatási kérdésekre keresi a választ:

1. Milyen tényezőkre vezethető vissza a különböző műkereskedések és használcikk-kiskereskedések üzlet- és telephelyválasztása hazánkban?
2. Milyen területi jelleget mutatnak a vizsgált piacok hazánkban? Milyen térbeli eloszlás, térszerveződés jellemzi a különböző piaci szereplőket?
3. Megfigyelhetőek-e regionális különbségek a műkereskedelem és a használcikk-kiskereskedelem vizsgált szereplőinek területi eloszlását illetően?
4. Milyen szempontok alapján tipizálhatók a műkereskedések és a használcikk-kiskereskedések? Milyen profitorientált és/vagy jelentősebb árbevétellel bíró üzleti szereplők határozhatók meg a műkereskedelem és a használcikk-kiskereskedelem kínálati oldalán?
5. Vannak-e funkcionális kapcsolatok a műkereskedelem és a használcikk-kiskereskedelem piacai között Magyarországon? Ha igen, milyen modellel írható le a két piac kapcsolatrendszer?

2. A KUTATÁSBAN ALKALMAZOTT MÓDSZEREK

A dolgozat elméleti részének összeállítása során a nemzetközi és hazai szakirodalmi forrásmunkák tartalomelemzése és összefoglaló szintézise képezi a módszertani alapot.

Az elméleti szintézis során nemcsak a meglévő irodalmi forrásbázis összegző áttekintésére törekedtem, hanem – alapul véve az eddigi külföldi és hazai tudományos eredményeket – önálló modellalkotást is megvalósítottam a műkereskedelem és használcikk-kiskereskedelem struktúrájának és találkozási pontjainak kijelölésével.

Tekintettel a kutatási célokra és a módszertani korlátokra, egyaránt alkalmaztam szekunder adatforrásokra támaszkodó adatgyűjtést és megfigyeléssel egybekötött terepbejárást – különös tekintettel az üzlethálózatok lokációs jellemzőinek összegyűjtése során –, valamint interjúk technikát a műtárgypiac és használcikk-piacok eladóival, ill. különböző szakértőkkel.

A kereskedések lokációját, illetve az üzlethálózat-adatokat internetes kutatási módszerrel, kulcsszókereséssel valósítottam meg 2015 szeptembere és 2017 decembere között több ütemben, melynek keretében olyan meghatározó kulcsszavakra, kifejezésekre kerestem rá Google keresőmotor segítségével, mint a „kereskedelmi galéria”, „aukciósház”, „antikvárium”, „használcikk-üzlet”, „bolhapiac”, „régiségbolt” stb. Ezzel a módszerrel létrehoztam egy saját adatbázist azoknak a magyarországi műkereskedéseknek és használcikk-kiskereskedéseknek az online elérhető információiból, amelyek saját honlappal és/vagy webáruházzal rendelkeznek vagy megjelennek valamilyen internetes cégadatbázisban, hirdetőportálon, közösségi oldalon.

A létrejött adatbázis adatokat tartalmaz az egyes kereskedések nevééről, pontos földrajzi helyéről, illetve további megadott információkról (kínálat, nyitvatartás stb.).

A feltáró kutatás egyik pillérét a terepi megfigyelések képezték, míg a másikat a kereskedőkkel, szakértőkkel készített interjúk. 2016 és 2019 között számos településen terepbejárást során térképeztem fel a műtárgypiac és használcikk-piac értékesítési helyeinek speciális telephelyválasztási sajátosságait, a lokációs jellemzőket: Budapest, Debrecen, Pécs, Győr, Eger, Tatabánya, Tata, Veszprém és további településeken. MALHOTRA–SIMON (2009) kifejti, a strukturálatlan megfigyelések különösen fontosak az ilyen jellegű kutatásokban, mert ezáltal lényeges jelenségeket figyelhetünk meg, elősegítve a folyamatok megértését, áttekintését. A vizsgálati periódusban rendszeresen látogattam meg régiségboltokat, antikváriumokat, országos és helyi jelentőségű

bolhapiacokat (pl.: Ecseri bolhapiac, tatabányai, hévízi bolhapiac), régiségvásárokat (egri, győri régiségvásár).

A „terepi megfigyelés” sajátos formáját képezte számos művészeti aukción (Virág Judit Galéria és Aukciósház, Kieselbach Galéria és Aukciósház, Nagyházi Galéria és Aukciósház, BÁV Bizományi Kereskedőház és Záloghitel Zrt.), továbbá több művészeti vásáron való megjelenésem (pl. Antik & Art Kiállítás és Vásár).

A 2016 és 2019 között megvalósított primer kutatás során alkalmam volt interjút készíteni a hazai művészeti élet több jelentős szereplőjével: Bocskai Péter (BÁV), Pintér Péter (Pintér Galéria és Aukciósház), Martos Gábor (művészti író), Füredi Tamás (regikonyvek.hu), Dobó Zoltán (Központi Antikvárium), Pápai József (Pápai Régiség). Tekintve, hogy a terepkutatások során célravezetőbb strukturálatlan interjúkat készíteni (BABBIE, 2008), ezért ezt a módszert alkalmaztam.

A piacok megismerésének és aktualitásainak nyomkövetését olyan korábbi és napjainkban is kapható offline és online szakfolyóiratok tanulmányozásával értem el, mint a Műgyűjtő, Műértő, MúzeumCafé és az Artmagazin.

A műkereskedelem és használcikk-kiskereskedelem területi sajátosságainak vizsgálata során térinformatikai (GIS-alapú) tematikus térképezést és térképi vizualizációt, valamint penetrációs mutatószámokat (PEX-index) alkalmaztam. A térképi megjelenítés az adatbázisban szereplő kereskedések földrajzi címének geokódolásával történt, melyhez Mapinfo 12.5 szoftvert használtam.

A penetrációs index (PEX-mutató) megmutatja, hogy a különböző kereskedések az egyes méretkategóriába eső települések hány %-ában vannak jelen (TINER, 2010). A településeket állandó lakónépességük (2016. évi TeIR adatok) alapján soroltam öt csoportba, majd Excel-táblázatban egyesítettem, hogy az egyes kategóriákon belül hány településen van jelen a műkereskedések és használcikk-kiskereskedések egy-egy típusa.

3. A KUTATÁSI EREDMÉNYEK

A továbbiakban – tekintettel a tézisfüzet terjedelmi korlátjaira – doktori értekezésem legfontosabbnak ítélt eredményeit ismertetem a teljesség igénye nélkül.

3.1. A műkereskedések és használcikk-kiskereskedések üzlet- és telephelyválasztásának tényezői

A telephelyválasztás irodalma számos gazdasági és azon kívüli tényezőt különít el a kereskedelmi egységek optimális telephelyválasztásának elérése érdekében (SIKOS T., 2000). Kutatásaim eredményei alapján a különböző használcikk-kiskereskedések üzlet- és telephelyválasztását elsősorban a gazdasági és társadalmi természetű szempontok, a közlekedésföldrajzi és infrastrukturális adottságok határozzák meg. A különböző használcikk-kiskereskedelmi elárusítóhelyek térbeliségre vonatkozó döntéseit más-más módon befolyásolhatja az ingatlanárak és a bérleti díjak színvonala, a vásárlóerő, a népesség száma és összetétele, a jó megközelíthetőség és az elérhetőség egyaránt.

A műkereskedelmi vállalkozások olyan speciális kereskedelmi egységeknek tekinthetők, melyek telephelyválasztása során a klasszikus „kemény” (hard), gazdasági és demográfiai tényezőkön túl (népességkoncentráció, vásárlóerő, kulturális intézményi hálózat megléte, stb.) kiemelt jelentőséget kapnak a „puha” (soft) tényezők; elsősorban a kulturális, kultúrpolitikai, művészeti és infrastrukturális adottságok, valamint a genius loci is. (1. táblázat).

1. táblázat: A műkereskedelem telephelyválasztását befolyásoló tényezők dimenziói

földrajzi és infrastrukturális	gazdasági	társadalmi, kulturális	politikai, intézményi
inspiratív természeti környezet	gazdaság szerkezete (tercier, kvaterner szektor súlya)	népességszám nagysága	helyi és állami fejlesztéspolitikai törekvések
a hely szelleme	foglalkoztatottsági színvonal	lakossági támogatottság	kedvező helyi kultúrpolitika
infrastrukturális feltételek (épített környezet jellege, adottságai)	kedvező jövedelmi viszonyok	művészeti-kulturális hagyományok és előzmények helyben	befogadó, támogató intézmények és szervezetek száma, jellege
kedvező településföldrajzi helyzet, megközelíthetőség	turizmus súlya és jellege	spontán kezdeményezés	
kulturális intézmények közelsége	kereskedelmi, piaci központi szerep	társadalom iskolázottsági színvonala	

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

Tapasztalataim szerint a fenti tényezők rendszere minden esetben egyedi módon befolyásolja, illetve alakítja a műkereskedelem fejlődését. A lokális művészeti piacok „evolúciója” térben és időben egyedi, összetett, amelyet az említett tényezők különböző módon és mértékben befolyásolnak.

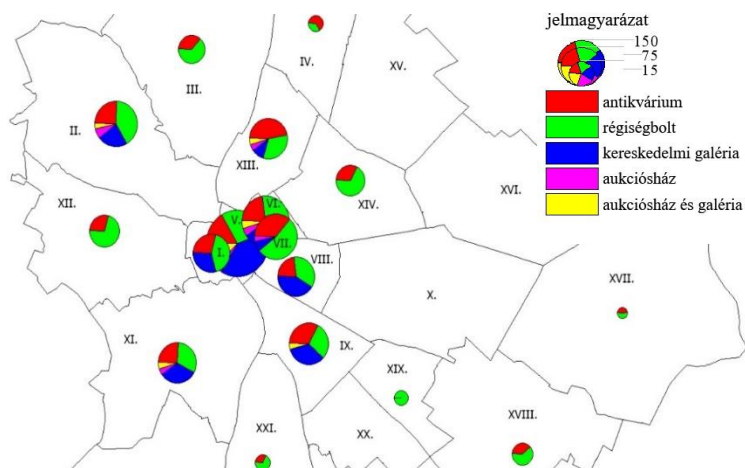
3.2. A műkereskedések és a hasznáلتikk-kiskereskedések térbeli eloszlásának jellemzői Budapesten

A főváros műkereskedései – természetesen – erőteljes belső kerületi koncentrációt mutatnak. A különféle üzlettípusok abszolút száma a pesti belvárosban (V., VI., VII. VIII., IX., XIII. kerületek), valamint Budán, a II., III., XI. és XII. kerületekben a legmagasabb. Sommásan úgy

fogalmazhatjuk meg, hogy Pesten a körúton belül, valamint a magas jövedelmű budai kerületekben magas, míg a külső és peremkerületekben (pl. Csepel, Rákosmente, stb.) alacsony a műkereskedések száma (1. ábra). A legmagasabb koncentráció és üzletszám a műkereskedelem szempontjából tradicionális kereskedelmi zónának számító V. kerületben (Belváros-Lipótváros) azonosítható, itt helyezkedik el a Falk Miksa utca, valamint a Kiskörút számos műkereskedelmi üzlete.

Amíg a fontosabb antikváriumok és régiségboltok szinte minden fővárosi kerületben megtalálhatók, addig a magasabb presztizsű műkereskedések sokkal inkább koncentráltak területileg, és szinte kivétel nélkül a belső pesti és budai kerületekben fordulnak elő; a tradicionális műkereskedelmet koncentráló utcákban, magas jövedelmű, turisták által is intenzíven látogatott kerületekben.

A legerőteljesebb térbeli koncentráció az aukciós házaknál, valamint az aukciós ház és galéria funkciót egyaránt betöltő típusnál figyelhető meg, ezeket a műkereskedelmi cégeket a művészeti negyedekben találjuk. Ilyen a Falk Miksa utca, Terézváros, illetve a Bartók Béla út a XI. kerületben.

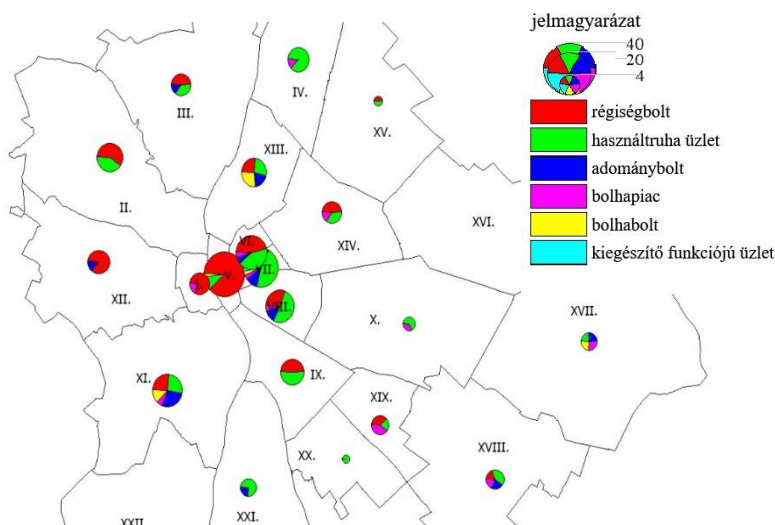


1. ábra: A fővárosi műkereskedelmi üzletek száma és típusainak megoszlása kerületenként 2017-ben (db, %)

Forrás: saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés

Hasonlóan a műkereskedések belvárosi koncentrációjához, a használt cikkek kiskereskedelmének egyik fontos színtere is a belső városrészekben azonosítható (2. ábra). Az ezredforduló környékén a belvárosi üres üzletek száma jelentősen megemelkedett a magas bérleti díjak és az üzletek folyamatos átstrukturálódása miatt (SIKOS, 2000), amely elősegíthette a

használtcikk-szaküzletek, régiségboltok megjelenését és számuk emelkedését ezekben a kerületekben.



2. ábra: A fővárosi használtcikk-elárúsítóhelyek száma és típusainak megoszlása kerületenként 2017-ben (db, %)

Forrás: saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés.

Összetett használtcikk-kiskereskedelmi paletta alakult ki a VI., VIII., a budai oldalon a XI. és a XIII. kerületekben, ahol bolhapiacok, polcos bolhaboltok, adományboltok, hasznátruha-boltok, illetve régiségboltok egyaránt találhatóak. A használtcikk-kiskereskedelmi üzletmix a VII. kerületben a leginkább diverzifikált. Az V. kerület lokális használtcikk-piacának jellegét a régiségboltok nagy aránya határozza meg. A használtcikk-kiskereskedelem kevésbé helyspecifikus jellegét bizonyítja az, hogy a XVII. és a XVIII. kerületekben egyaránt megtalálhatóak az üzletek és piacok különböző típusai. Mindamelllett, hogy a régiségboltok a CBD-ben koncentrálódnak, a hasznátruha-üzletekkel együttvéve általánosan elterjedt típusnak tekinthetők.

3.3. A műkereskedelem és a használtcikk-kiskereskedelem területi eloszlásának regionális különbségei

A PEX-mutatószerint elmondható, hogy a 100 ezer fő fölötti városok esetében az antikváriumok és a régiségboltok PEX értéke eléri a maximumát, tehát mind a hét településen megjelenik legalább egy-egy

ilyen típusú üzlet (2. táblázat). Az antikváriumok nagyobb számmal működnek az egyetemvárosainkban (Debrecen, Szeged).

2. táblázat: A műkereskedések PEX-indexei vidéken (2017)

Település- méret (1000 fő)	Tele- pülések száma	antikvárium		régiségbolt		kereske- delmi galéria		aukciósház	
		db.	PEX	db.	PEX	db.	PEX	db.	PEX
100 felett	7	7	1,000	7	1,000	6	0,857	3	0,428
50-100	11	9-	0,818	7	0,636	8	0,727	0	0,000
50-25	28	16	0,571	17	0,607	10	0,357	0	0,000
25-10	96	9	0,093	15	0,156	6	0,062	0	0,000
10 alatt	3012	8	0,002	17	0,005	12	0,003	0	0,000

Forrás: Saját számítás Tiner (2010) alapján

Ebben a településkategóriában még magasnak tekinthető a kereskedelmi galériák előfordulása is, Miskolc kivételével minden városban található egy vagy több profitorientált galéria. Kiemelhető Győr és Pécs, ahol 6-8 szalon foglalkozik festmények kereskedelmével. A kulturális gazdaság helyspecifikus, nagyvárosi jellegét (ENYEDI, 2002) mutatja, hogy Budapest kivételével galériás aukciósház kizárólag a 100 ezer fő fölötti településeken található. Mindez annak a bizonyítéka, hogy a kereskedelmi galériák, aukciósházak működéséhez elengedhetetlen a városi környezetben elérhető pénztőke, a speciálisan képzett munkaerő, illetve a kellően nagyszámú vásárlói kör (WERCK et al. 2008) megléte.

Az 50-100 ezer fős településeinken még igen színes helyi műtárgypiaci paletta kialakulására is van példa (Zalaegerszeg, Veszprém). A 25-50 ezer lakosú városok kategóriájában egyértelműen az antikváriumok és a régiségboltok dominanciája figyelhető meg. Például említhető Szentendre, Vác, Esztergom és Baja, ahol több műkereskedés, antikvár könyvkereskedés is található.

Tapasztalataim alapján a vidéki műkereskedők körében igen elterjedt a hagyatékelvásárlás, a régiségek készpénzes felvásárlása egyaránt. Épp ezek a vidéken zajló folyamatok játszanak fontos szerepet a használt cikkek, régiségek és a műtárgyak piacának összekapcsolódásában. A vidéki műkereskedelem sajátos megnyilvánulási formái továbbá a térben mozgó kereskedések, amelyek ideiglenes kiállításai keretében értékesítik kínálatukat az ország különböző pontjain (például: Vándorfény Galéria).

A 10 ezer fő alatti településkategóriában már nem szignifikáns egyik típus jelenléte sem, jellemzően egy-két műkereskedés fordul elő településeként.

Ugyanakkor a különböző műkereskedések előfordulásának kedvezhetnek az agglomeratív előnyök (Nagyecenk, Vértesszőlős), a turizmus hatása (Tokaj, Balatonalmádi), illetve a művészeti, kulturális élet korábbi hagyományai, tradíciói (a Dunakanyar települései).

Az adatgyűjtési korlátok ellenére fontos bemutatni a használcikk-elárusítóhelyek területiségének fő sajátosságait, legjellemzőbb vonásait. Elmondható, hogy a használcikk-üzletek és a bolhapiacok már a településhierarchia községi szintjén is megjelenhetnek, továbbá számos ilyen üzlet és piac működik a nagyobb lélekszámú községekben és kisvárosokban egyaránt (pl.: csanádapácai tavaszváró bolhapiac).

A használtruha-üzletek települési megjelenése már nagyobb népességkoncentrációt feltételez. A használtruha-boltok – különösen a láncokhoz nem tartozó független üzletek, turkálók – kisvárosi környezetben már elegendő vásárlóerőt tudnak akumulálni. A kisebb, hátrányosabb helyzetű, városi rangú településeken a viszonylag alacsony vásárlóerő is kedvezhet az ilyen típusú üzletek sikeres működésének (pl.: Kisbér). A nagyobb jelentőségű, láncokhoz tartozó használtruha-butikok már inkább középvárosi környezetben jelennek meg. A nagyobb alapterületű, szélesebb kínálatú rendelkező láncok (pl.: Háda, Humana, Angex) mintegy 15 ezer fős lakónépességszám felett terjedtek el országosan (pl. kisvárdai Háda).

A régiségboltok a magyar közép- és nagyvárosi környezetben képesek profitábilisan működni. Természetszerűleg ezek telephelyválasztását és hosszú távon sikeres működését a helyi kulturális adottságok is nagymértékben befolyásolják, azonban a jellemzően középvárosi településszint alatt alig-alig találhatunk ilyen üzleteket, ahogy azt a PEX-számítások mutatják. Erre kiváló példa, hogy a mintegy 20 ezer fős lakosságszámmal bíró Tatán több régiségbolt is működik, ezzel szemben a 68 ezer fős lélekszámú, bányászati múltú visszatekintő Tatabányán egyetlen régiségbolt sem található.

Az adományboltok és vintage ruhaüzletek már leginkább megye- és régióközpontokban működnek. A sajátos vásárlói szükségleteket kielégítő vintage-, adományüzletek és bolhaboltok sikeres működéséhez jelentős potenciális vásárlóerőre van szükség, mert a termékkínálatból, az üzlet elhelyezéséből és kialakításából, valamint működtetéséből fakadó magasabb költségek fedezéséhez nagyszámú vásárló szükségeltetik (pl.: Engel adománybolt, Győr; Vintage használtruha, Tatabánya, Sárberék; Bolhabolt, Szolnok, Alcsisziget).

3.4. A műkereskedések és a használtcikk-kiskereskedések integrált tipológiája

A műalkotásokhoz, használati tárgyakhoz társított értékek újraértelmezhetősége (THOMPSON, 1979, KOPYTOFF, 1986) lehetővé teszi, hogy az adott tárgy, alkotás térben és időben változó értéket képviselhesen. Ez a folyamat lehetővé teszi, hogy a különböző tárgycsoportok egyidejűleg lehetnek jelen a használtcikk- és műtárgypiacok kínálatában. Megfigyelhető továbbá, hogy a piac egyes szereplői tevékenységük, működésük során kapocs funkciót töltenek be a két vizsgált piac (műtárgypiac, használtcikk piac) között. Ezeket a piaci szereplőket hat szempont alapján jellemeztem (3. táblázat).

3. táblázat: A régiség- és műkereskedések integrált tipológiája

Szempont	Típus	Altípus
Profil	üzlet	régiségbolt
		antikvárium
	vásár	régiségvásár
		művészeti vásár
régiségpiac		
Értékesítési hely	földrajzi térben lokalizálható	
	online	
	többcsatornás	
Árstratégia	rögzített árak	alkuképes árak nem alkuképes árak
	licitlépcsős árstratégia	
	vegyes árstratégia	
Termékkínálat	széleskörű kínálat	
	specializált kínálat	
Nyitva tartás	állandó nyitvatartási rend	
	időszakos	rendszeres időközönként vásárnaptár szerint
	alkalomszerűen	
Működtető	magánszemélyek	magánember
		egyéni vállalkozó
	társas vállalkozások, szövetkezetek	jogi személyiséggel rendelkező társas vállalkozás, szövetkezet
		jogi személyiséggel nem rendelkező társas vállalkozás, szövetkezet
önkormányzati szervezet		

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

Ezek a piaci szereplők profiljuk alapján lehetnek üzletek (régiségbolt, antikvárium), vásárok (régiségvásár, művészeti vásár) és piacok (régiségpiacok). Emellett az értékesítési hely, az alkalmazott árstratégia, a termékkínálat, a nyitvatartás rendje, illetve a működtető alapján más-más sajátosságokkal írhatók le az egyes típusok.

3.5. A műkereskedelem és a használtcikk-kiskereskedelem funkcionális kapcsolatainak térbeli modellje

A használtcikk-kiskereskedések és műkereskedések egységes térbeli homokóra-modellje megmutatja azt, hogy az egyes üzlettípusok milyen települési hierarchiaszinten jelennek meg (3. ábra). Ennek érdekében a településhierarchia négy szintjét különítettem el: az első, legalacsonyabb szinten a nagyobb községek, kisvárosok találhatóak (népesség 10 ezer fő alatt), ahol a kisebb jelentőségű, vagy alacsony értéket képviselő termékek disztribúciója történik.

Ezen a szinten megtalálhatóak a használtcikk-üzletek, bolhapiacok, és régiségpiacok, illetve ide tartoznak a lomizók is.

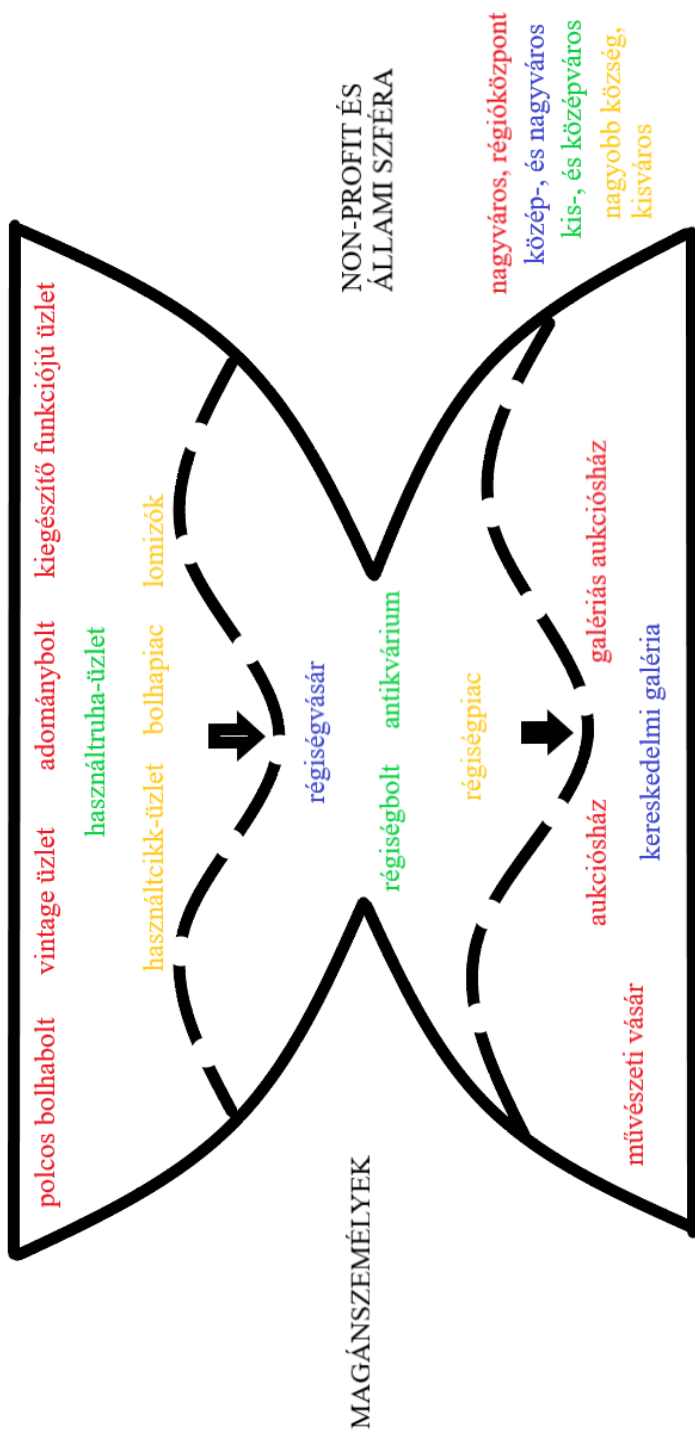
A hierarchia következő szintjén a kisebb és közepes városok helyezkednek el (népesség mintegy 10-30 ezer fő). A régiségboltok, használsruha-üzletek és antikváriumok ekkora településnagyságnál már rentábilisan üzemeltethetők.

A következő szinten rangsorolt közép- és nagyvárosok (mintegy 30-100 ezer fő) piacán már olyan jelentős műkereskedelmi funkciók is megjelenhetnek, mint a kereskedelmi galériák vagy a régiségvásárok. A társadalmi-kulturális háttér jellegétől és a helyi művészeti élet hagyományaitól függően Magyarország közép- és nagyvárosaiban igen eltérő a műkereskedelem lokális jelenléte: egyes városokban jelentős (pl. Veszprém), míg másokban szinte egyáltalán nincs jelen (pl. Tatabánya).

Természetesen a nagyvárosokban, régióközpontokban (mintegy 100 ezer fő felett) a legszélesebb a használtcikk-elárusítóhelyek és műkereskedések jelenléte. Itt már olyan speciális igényeket kielégítő üzletek is megjelennek, mint a vintage üzletek vagy adományboltok, de a legjelentősebb galériás aukciósházak, művészeti vásárok is nagyvárosi kötődésűek. Mindez a kereslet nagyfokú térbeli koncentrációjával magyarázható.

A homokóra-modell rámutat arra, hogy a használtcikk-kiskereskedelem és a műkereskedelem csatornáit összekapcsoló típusok a települési hierarchia legalsó szintjeitől kezdve (régiségpiac) – a kis- és középvárosokat beleértve (régiségbolt, antikvárium) – településhierarchia felső szintjein lévő városokig (régiségvásár) jelen vannak.

A homokóra-modell térbeli kiterjesztése lehetővé teszi nemcsak a műkereskedelem és használcikk-kereskedelem intézményi kapcsolódási pontjainak megértését, hanem mindennek településhierarchiai kapcsolódásait is tisztázza. Rávilágít arra, hogy az egyes üzlettípusok funkcionálisan milyen szerepet játszanak a piacon, valamint arra, hogy mindezek a funkciók jellemzően milyen területi szinten (településtípusban) jelennek meg. A homokóra-modellből kirajzolódnak továbbá a használt cikkek és műtárgyak piacát összekapcsoló elárusítóhelyek térszerveződésének jellemvonásai is.



3. ábra: A homokóra-modell térbeli kiterjesztése.

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

4. KÖVETKEZTETÉSEK

A továbbiakban áttekintem értekezésem legfontosabb, új vagy újszerűnek tekinthető tudományos eredményeit, összegzem doktori kutatásom fontosabb megállapításait, s röviden áttekintem a további kutatási irányokat.

4.1. Új és újszerű tudományos eredmények

Elsőként felsorolom a legfontosabb eredményeket, majd részletesebben leírom mindegyik esetében a saját hozzájárulásom mértékét és jellegzetességeit.

A legfontosabb eredményeim:

1. Elkészítettem a használtcikk-kiskereskedések üzlethálózatának tipológiáját
2. Megalkottam a műkereskedések tipológiáját
3. Jellemeztem a műkereskedelem és a használtcikk-kiskereskedelem „közös” üzlethálózati jellegzetességeit
4. Saját modellt (homokóra-modell) alkottam a használtcikk-elárusítóhelyek és a műkereskedések szerepéről a javak értéktranszformációjában
5. Elvégeztem a hazai használtcikk-kereskedelem és műkereskedelem telephelyválasztásának lokális és regionális vonatkozásainak feltáró elemzését
6. Elemeztem a hazai használtcikk- és műkereskedelem jelenkori területi sajátosságait

Az alábbiakban pedig a fent leírtak részletesebb kifejtése következik:

1. A használtcikk-kiskereskedések tipológiája

A hazai használtcikk-kiskereskedelem egységes rendbe foglalásának az volt a célja, hogy létrejöjjön egy, a használtcikk-kiskereskedelem egészére vonatkozó leírás. A klasszifikációmban számos szempont (működtető, kínálat, árazás, értékesítési csatorna, profit-termelés, stb.) szerint meghatároztam a jellemző típusokat. Ennek eredményeként egy olyan rendszer jött létre, amelybe minden hazai használtcikk-elárusítóhely besorolható. Tudományos szempontból ennek az adja a fontosságát, hogy így egységes rendbe állítható az egyébként igen sokszínű használtcikk-piac, illetve annak egyes szereplői.

2. A műkereskedések tipológiája

Hasonlóan a használcikk-kiskereskedésekhez, itt a műkereskedések egységes rendbe foglalása volt a cél. A műtárgypiac változatos szereplői – legyenek azok galériák, antikváriumok, régiségboltok stb. – a klasszifikációm segítségével egyértelműen besorolhatóvá válnak. Ebben a csoportosítási logikában is a működtető, árazás, forgalmazás, profit és működés jellege adták a fő klasszifikációs dimenziókat.

3. A használcikk-kiskereskedelem és a műkereskedelem közös intézményi jellegzetességeinek feltárása

Doktori értekezésem egyik legfontosabb eredményének azt tekintem, hogy rávilágítottam az első ránézésre egymástól igen távolinak tűnő használcikk-kiskereskedelem és a műkereskedelem közötti átfedések létezésére szervezeti, intézményi szempontból. Rávilágítottam arra, hogy léteznek olyan „közös részek” a használt cikkek és a műtárgyak adásvételében, melyek közös platformját olyan üzletek adják, mint az antikváriumok, régiségboltok, régiségvásárok és a bolhapiacok egy része.

4. A homokóra-modell megalkotása

Az előző pontban már kiemeltem a használcikk-kereskedelem és a műkereskedelem közös bolthálózati vonatkozásait. Ennek felismerésén továbbhaladva megalkottam saját elméleti modelletem, melynek lényege annak bemutatásában rejlik, hogy az egyes üzlettípusok milyen mértékben és szerepben vesznek részt abban az értéktranszformációban, melynek eredményeként a különféle használati tárgyakkól vagy régiségekből hosszú távon is valódi értékkel bíró műtárgy keletkezik. Értekezésem utolsó részében a homokóra-modell térérzékeny változatát is elkészítettem, mely bemutatja a használcikk-kiskereskedések és a műkereskedések településhierarchiai kötődéseit is.

5. A használcikk-kereskedelem és a műkereskedelem telephelyválasztási sajátosságainak összefoglalása

Mivel mind a használcikk-kereskedelem, mind pedig a műkereskedelem sajátos, „nem tipikus” kereskedelmi ágazatok, ezért a telephelyválasztási stratégiájuk is nagyban eltér a klasszikus kereskedelmi telephelymodellekben leírtaktól. Ezekben az esetekben nagy súllyal jelennek meg olyan társadalmi, kulturális, gazdasági, történelmi, téri (regionális és lokális) tényezők, melyek a kereskedelem más szegmenseiben nem, vagy másként gyakorolnak hatást a telephely kiválasztására.

6. A hazai műkereskedelem és használtcikk-kereskedelem területi sajátosságainak elemzése

Ebben a részben a műkereskedések közül a kereskedelmi galériákat, galériás aukciósházákat, antikváriumokat, régiségboltokat és aukciósházákat vizsgáltam. A használtcikk-kiskereskedelem igen heterogén jellege okán doktori dolgozatomban elsősorban az adományboltok, polcos bolhaboltok, bolhapiacok területi sajátosságait tártam fel.

A használtcikk-boltoknak és a bolhapiacoknak mindenhol lokális jelentőségük van. A hasznátruha-üzletek a kis- és középvárosokban, az adományboltok és bolhaboltok a jelentősebb vidéki települések találhatók. A régiségboltok és antikváriumok területi koncentrációja nem olyan erőteljes, mint a művészeti galériáké és az aukciósházaké, hiszen ezek a típusok a vidéki településeken is gyakorta előfordulnak, azonban főként a jelentősebb vidéki közép- és nagyvárosokban találhatóak. A régiségboltok és antikváriumok területi elhelyezkedése is bizonyítja (nemcsak nagyvárosi, hanem középvárosi jelenlét), hogy szerepük nemcsak a műkereskedelmi piacon jelentős, hanem a használtcikk kiskereskedelem szintén fontos résztvevői (v. ö. homokóra-modell).

4.2. Összegzés

Doktori disszertációm a használt cikkek és műtárgyak kiskereskedelmével, illetve annak térbeli aspektusaival foglalkozik regionális tudományi (mint társadalmi tértudomány), földrajzi és üzlettudományi aspektusból.

A használtcikk-kiskereskedelem és a műkereskedelem közös sajátja, hogy az áru minden esetben másodkézből kerül eladásra, újraeladásra, a kínálat részét képező áru nem sokszorosítható. Ebből következik, hogy a két részpiac közötti kapcsolódási pontok azonosítása éppen az éles határok kijelölésének elkerülésével indul, sokkal inkább azon kell, hogy legyen a hangsúly, hogy miként tekintünk az adott tárgyra, és miként próbáljuk eladni. Ez a megközelítés rugalmasabb keretet biztosít az értelmezésnek, bizonyos alkotások mindkét piaci jelenléte (használtcikk- és műkereskedelmi) értelmezhető. Ugyanakkor megfigyelhető bizonyos fokú átjárhatóság is a két piac között, amely azonban nem az összes, hanem csak bizonyos alkotásokra, tárgyakra vonatkozik.

A fenti érvelés logikája mentén haladva a dolgozatom első felében lefektettem a két vizsgált piac fogalmi kereteit, illetve bemutattam azt a közös halmazt, amelyen a használtcikk-kereskedő vállalkozások és a műkereskedők osztoznak. Ez a közös halmaz olyan speciális

üzlettípusokban artikulálódik, mint a régiségboltok, antikváriumok és régiségvásárok, -piacok.

A definíciós és klasszifikációs részeket követően olyan egységes, saját modell megalkotására tettem kísérletet, melyben megjelenik a használtcikk-piacok és a műkereskedelem piacának fluid jellege, valamint a modell rávilágít a használt cikkek és a műtárgyak adásvételében oly fontos idő-dimenzióra is. Ennek eredménye lett a homokóra-modellem, mely éppen azt foglalja egységbe, hogy a különböző használtcikk-elárusítóhelyek és műkereskedések mennyire markánsan és hol (milyen fázisban és települési szinten) vesznek részt a különféle cikkek (használati tárgy, műtárgy) kiskereskedelmében.

A disszertáció gyakorlati részében ennek az összetett és heterogén piacnak a hazai sajátosságait kívántam elemezni.

Kutatásaim során erőteljesen törekedtem a jelenség nemcsak társadalmi, gazdasági, hanem területi aspektusát is megragadni, ezért került kutatásom homlokterébe a penetráció, a területi eloszlás és a lokális piaci jelenlét.

Kutatásaim eredményei hozzájárulhatnak a használtcikk-piacok és a műkereskedelem piaci folyamatainak mélyebb megértéséhez, valamint a két piac közötti kapcsolatok, áru-áramlások viszonyrendszerének feltérképezéséhez.

4.3. További kutatási irányok

A jövőbeni kutatási irányok közül elsőként a használtcikk- és műkereskedelem keresleti oldalának kutatását emelem ki, mert a vásárlói oldal viselkedésének, motivációjának ismerete nélkül a piaci folyamatok nem érthetők meg. Sajnálatos módon – különösen a műkereskedelem területén – annak diszkrét jellege ezt a kutatási célt nagymértékben nehezíti. Ebben a részben kiemelten fontos lesz a használtcikk- és a műtárgypiac vásárlóinak szegmentálása (az egyes szegmensek jellemzése), valamint ezek motivációinak és viselkedésének jobb megértése.

További fontos kutatási cél lehet a használtcikk-kiskereskedelem és a műkereskedelem belső tereinek vizsgálata. Azoknak a kapcsolati hálóknak és hierarchiáknak az elemző feltárása kívánatos, melyek révén még jobban megérthető a használt cikkek és műtárgyak útja a használtcikk- és műtárgypiacokon, illetve a használtcikk- és műtárgypiacok között.

A digitális társadalom és gazdaság komoly nyomot hagy(ott) a használt cikkek és a műtárgyak piacain napjainkra. Kiemelten fontos lesz annak vizsgálata is, hogy az omnicsatornás értékesítés (omnichannel marketing) milyen szemléletben, módokon és eszközökkel valósítható meg

hatékonyan és nyereségesen a használt cikkek, illetve a műtárgyak értékesítésében.

Mivel a használt cikkek és műtárgyak piaci folyamatai jelentős közvetlen és áttételes hatást gyakorolnak a gazdaságra, társadalomra, kultúrára és a városok fejlődésére, fontos feladatommak tekintem ennek a bonyolult és reflexív kapcsolatrendszernek a mélyrehatóbb elemzését és megértését.

A műtárgy- és használtcikk-piacok mechanizmusainak megértése, a piaci szereplők és a külső, társadalmi, gazdasági, kulturális és városalakító hatások leírása messze túlmutat e dolgozat keretein, azonban tudományos szempontból fontosnak és érdekesnek tartom mindezek leírását. Mindezt nemcsak feladatommak, hanem küldetésemnek is tartom az elkövetkező években.

5. FELHASZNÁLT IRODALOM

- BABBIE, E. (2008): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Hatodik, átdolgozott kiadás. Balassi Kiadó, Budapest, 744.p.
- ENYEDI GY. (2002): A városok kulturális gazdasága. In: Földrajzi Értesítő 51(1-2), 19–29.pp.
- KOPYTOFF, I. (1986): The cultural biography of things: Commoditization as process. In: APPADURAI, A. (ed.): The social life of things: commodities in cultural perspective. Cambridge University Press, USA, 64–91.pp.
- MALHOTRA, N.K. – SIMON J.(2009): Marketingkutatás. Akadémiai Kiadó, Budapest, 832.p.
- RECHNITZER J. (2002): (Mű)gyűjteni, de hogyan? Egy csodálatos szenvedély anatómiája és technológiája. Régió Art Kiadó, Győr, 170. p.
- SIKOS T. T. (2000): Marketingföldrajz. VÁTI Kht. Komáromi Nyomda és Kiadó Kft, Komárom, 241.p.
- THOMPSON, M. (1979): Rubbish Theory. The creation and destruction of value. Oxford University Press, Great Britain, 228.p.
- TINER T. (2010): Kereskedelmi nagylétesítmények telephelyválasztási kritériumai Magyarországon In: SIKOS T. T.(ed.): Fenntartható fogyasztás és növekedés határai. Új trendek a kereskedelemben. Selye János Egyetem Kutatóintézete, Gödöllő-Komárom, 69–96.pp.
- WERCK, K. – HEYNDELS, B. – GEYS, B. (2008): The impact of ‘central places’ on spatial spending patterns: evidence from Flemish local government cultural expenditures. In: Journal of Cultural Economics 32, 35–58.pp.

6. A KUTATÁSI TÉMÁHOZ KAPCSOLÓDÓ PUBLIKÁCIÓK JEGYZÉKE

Lektorált szakcikk idegen nyelven

VÁRNAI I. (2018): Flea Markets in the space – Typology and spatial characteristics of second-hand retail in Budapest. In: ***Hungarian Geographical Bulletin*** 67(1), 75–90. pp. ISSN 2064-5031

VÁRNAI I. (2018): Spatial characteristics of art trade in Hungary. In: ***Deturope: Central European Journal of Tourism and Regional Development*** 10(1), 131–142. pp. ISSN 1821-2506

Lektorált szakcikk magyar nyelven

VÁRNAI I. (2017): A hazai műkereskedelem tipológiája és térbeli jellegzetességei Budapest példáján. In: ***Tér és Társadalom*** 31(2), 104–119. pp. ISSN 0237-7683

VÁRNAI I. (2018): A használtruha-üzletláncok területi sajátosságai és a használtruha-vásárlási szokások. In: ***Területi Statisztika*** 58(3), 269–301. pp. ISSN 0018-7828

Konferencia kiadvány idegen nyelven

KOVÁCS A. – VÁRNAI I. (2018): Effect of Temporary Closure of a Hypermarket on the Shopping Behavior – Hungarian Example. In: BUDINSKÁ; SIMONA–HULIAKOVÁ; ZUZANA–MICHALBUDINSKÝ (eds.): *Scientia Iuventa: Proceedings from International Conference of PhD. Students*. Univerzita Mateja Bela, Banská Bystrica (2018.04.19.), 1–11. pp. ISBN 978-80-557-1426-4

VÁRNAI I. (2019): Relationship between economy, culture and art – the Hungarian art market in space. In: *Kárpát-medencei geopolitikai konferencia konferenciakötete*. J. Selye University, Komarno (2019. 06.27-29.) megjelenés alatt

Konferencia kiadvány magyar nyelven

VÁRNAI I. (2016): A fővárosi műkereskedelem funkcionális és területi aspektusainak elemző bemutatása. In: PAJTÓKNÉ TARI I. – TÓTH A. (szerk.): *Magyar Földrajzi Napok 2016: VIII. Magyar Földrajzi Konferencia, XVI. Geográfus Doktoranduszok Országos Konferenciája, és az Oktatás-módszertani és Földrajztanári Konferencia Konferenciakötete*. Eszterházy Károly Egyetem, Eger (2016. 08. 25-27.), 180–188. pp. ISBN 978-615-5297-76-2

VÁRNAI I. (2017): A hazai műkereskedések területi eloszlásának GIS-alapú vizsgálata. In: VIGH L. (szerk.): *Acta Periodica 12. A Magyar Tudomány Ünnepe 2017. Konferenciakötete*. Edutus Főiskola, Tatabánya (2017. 11. 16.), 125–138. pp. ISSN 2063-501XII

VÁRNAI I. (2018): A műkereskedések területi eloszlásának regionális különbségei Magyarországon, főváros-vidék összehasonlításban. In: ANTALÍK I. –HORBULÁK ZS. (szerk.): *Kárpát-medence, mint gazdasági tér. Tanulmányok az I. szlovákiai Magyar Közgazdász Találkozó előadásaiból*. Selye János Egyetem, Komárom (2018. 06.14-15.), 60–71.pp. ISBN 978-80-8122-277-1

Egyéb

VÁRNAI I. (2016): A műkereskedelem térbelisége Budapesten. In: PAJTÓKNÉ TARI I. – TÓTH A. (szerk.): *Magyar Földrajzi Napok 2016: VIII. Magyar Földrajzi Konferencia, XVI. Geográfus Doktoranduszok Országos Konferenciája, és az Oktatás-módszertani és Földrajztanári Konferencia Absztraktkötete*. Eszterházy Károly Egyetem, Eger (2016. 08. 25-27.), 47. p. ISBN 978-615-80307-1-7

VÁRNAI I. (2017): Használtruha-vásárlási szokások Magyarországon. In: FATA I. - GAJZÁGÓ É. - SCHUCHMANN J. (szerk.): *Regionális folyamatok a változó világban és Magyarországon*. Tomori Pál Főiskola Enyedi György Emlékkonferenciájának Program- és absztraktfüzete. Tomori Pál Főiskola, Budapest (2017. 09. 08.), 9-10. pp.

VÁRNAI I. (2018): Beluszky P. (2014): Budapest – zászlóshajó vagy vízfej? recenzió In: *Tér és Társadalom* 32(1), 186-191. pp. ISSN 0237-7683