



**SZENT ISTVÁN EGYETEM  
GÖDÖLLŐ**

**Magyarország és az Európai Unió közötti  
borkereskedelem elemzése,  
különös tekintettel a versenyképességre**

**Doktori (PhD) értekezés tézisei**

**Készítette:**

**Bozsik Norbert**

**Gödöllő  
2005**

**A doktori iskola**

**megnevezése:                   Gazdálkodás- és Szervezéstudományok  
Doktori Iskola**

**tudományága:                   Gazdálkodás- és Szervezéstudományok**

**vezetője:                        Dr. Szűcs István  
egyetemi tanár, a közgazdaságtudományok  
doktora, tanszékvezető,  
SZIE, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar,  
Gazdaságelemzési Módszertani Intézet**

**Témavezető:                    Dr. Sipos Aladár =  
Kutatóprofesszor,  
Magyar Tudományos Akadémia rendes tagja,  
Magyar Tudományos Akadémia  
Közgazdaságtudományi Intézete**

.....  
**Az iskolavezető jóváhagyása  
Dr. Szűcs István**

.....  
**A témavezető jóváhagyás  
Dr. Sipos Aladár =, Dr. Szűcs István**

„A francia azok ízlése szerint készíti borait kik azt jól megfizetik, mi ehelyett a vevőinket oktatjuk, s mi ízlésünkre vinni akarjuk.”

/Széchenyi István: Hitel/

## 1. A TÉMA AKTUALITÁSA

Magyarország EU-val folytatott csatlakozási tárgyalásai 2002. december 12-13-án zárultak le. Eldőlt, hogy Magyarország mikor, kikkel és milyen feltételekkel csatlakozik az Európai Unióhoz. Magyarország 2004 május elsején az Európai Unió teljes jogú tagjává vált másik kilenc országgal együtt. A csatlakozás a magyar agrárium egészét jelentősen érinti, sok tekintetben új versenyhelyzetet teremt.

A csatlakozás kapcsán sokszor elhangzó kérdés, hogy az új kereskedelmi helyzet és feltételrendszer hogyan hat a hazai termelők, feldolgozók, értékesítők és fogyasztók helyzetére. Ez a változás eltérően érinti a különböző ágazatok szereplőit, ezért a csatlakozás értékelése az ágazatokra, termékekre vonatkozólag alapos és sokoldalú elemzést kíván, különös tekintettel a jövedelmezőségre és a versenyképességre.

Dolgozatom témájául Magyarország és az Európai Unió közötti borkereskedelem elemzését választottam, különös tekintettel a versenyképességre. A téma jelentősége messzire nyúlik vissza az időben. A bor szinte egyedülálló a magyar külkereskedelemben, hiszen már a XIV. századtól, Károly Róbert királyunk uralkodásától meghatározó kiviteli cikkünk és egyben jelentős bevételt hozó termék. Az elmúlt hét évszázadban sem változott a helyzet. Kisebb-nagyobb zökkenőkkel, de az ágazat képes volt tartós külkereskedelmi aktívum elérésére. Az elmúlt évtizedekben is jelentős többletet mutatott az ágazat külkereskedelme.

A rendszerváltozás új helyzetet teremtett. A rendszerváltás után elveszítve a tradicionális keleti fogyasztói partnereket Magyarország megpróbált a nyugati piacok felé orientálódni, ez azonban nem volt könnyű, hiszen a mennyiségi szemléletet fokozatosan fel kellett hogy váltssa a minőségi szemlélet. Az ágazat külkereskedelmét továbbra is az aktívum jellemezte és jellemzi ma is, árbevétele 65-100 millió euro évente. Az ágazat éves szinten 12 milliárd Ft-ot meghaladó befizetést teljesít a költségvetésnek (zömét a 25%-os ÁFA adja). Az éleződő verseny azonban egyre növekvő kihívásokkal jár, különösen a „harmadik országok” beszállítóival szemben.

A hazai szőlő- és borgazdaságban a rendszerváltás utáni viharos évek jelentős átrendeződést eredményeztek. A megváltozott nemzetközi kereskedelmi

feltételrendszer, a piacok és a fogyasztói igények változása indokolja a téma kutatását, különösen a kereskedelem jellegére és versenyképességre vonatkozólag. Az európai uniós csatlakozás, így a Közös Agrárpolitika átvétele a kereskedelem tekintetében új helyzetet teremt, lévén, hogy 2004. május elseje után az EU intra-kereskedelmáramba került boraink körülbelül 80%-a, másrészt az új közös vámok és kvóták is befolyással bírnak külkereskedelmünk alakulására. A versenykörnyezet változása sok izgalommal tölti el az ágazat szereplőit és mindenkit, akire az ágazat közvetlenül vagy közvetve hatást gyakorol.

### **A kitűzött célok**

A dolgozat megírása során több célt tűztem magam elé:

- Céлом Magyarország és az Európai Unió közötti borkereskedelem vizsgálata és értékelése az export- és az importszerkezetének elemzése alapján, vizsgálva az export és az import stabilitását, az exportstruktúra és az importstruktúra dinamikájának változását.
- Az 1990-es évek nemzetközi integrációval foglalkozó elemzőinek munkáiban egyre jobban előtérbe kerültek azok a kutatások, melyek az integrációs alkalmazkodást vizsgálják. Az egységes piacra való belépés átrendezi a nemzetközi viszonyokat; kérdés, hogy az integráció mekkora alkalmazkodási költséggel, illetve kereskedelemteremtéssel vagy kereskedelemeltérítéssel jár-e együtt, különösen akkor, ha az integrációval a többi csatlakozó ország is potenciális piaca Magyarországnak. A kereskedelem egységértékidexekkel és a kereskedelemátfedésével történő értékelése azonosítja a kereskedelem horizontális vagy vertikális, illetve egyirányú vagy kétirányú jellegét. Ezen elemzés alapján választ keresek arra, hogy milyen a kereskedelem jellege Magyarország és az Európai Unió borkereskedelmében, illetve ebből milyen következtetéseket tudok levonni arra vonatkozólag, hogy a csatlakozás (az integráció) jár-e jelentős költséggel és/vagy átrendeződéssel. A kereskedelem ilyen jellegű azonosítása a versenyképességgel való kapcsolatának értékelése szempontjából is fontos.
- Kutatómunkám során választ kerestem arra, hogy a magyar borok mennyire versenyképesek az Európai Unió piacán az árak alapján, illetve az árkülönbség mennyire meghatározója egy magas feldolgozottságú termék (bor) versenyképességének a potenciális piacon. Vizsgáltam, hogy az árelőny komoly jelentőséggel bír-e a bor esetében vagy itt is sokkal inkább más tényezőkre vezethető vissza a termék iránti kereslet változása. Mivel az árak alakulása mellett az értékesített mennyiség is legalább ilyen fontos tényező, ezért összekapcsoltam az árak alakulását a mennyiség változásával és értékeltem az ún. „minőségi versenyképességet”.

- A versenyképesség mutatókkal történő értékelésével a borkategóriák potenciális versenyképességére keresem a választ az Európai Unió piacán.
- A CMS modell alapján kívánom értékelni a bor exportteljesítménye változásának tényezőit. Nevezetesen, hogy a magyar borok kivitelének változása az EU piacon hogyan osztható fel az exportváltozás egyes komponenseire: az általános piacváltozás hatására, a strukturális hatásra és az ún. maradéktagként értelmezett versenyképességi hatásra.
- Célul tűztem ki a különböző módszerek eredményeinek ütköztetését is. Kérdés, hogy az egyes módszerek eredményei alapján lehet-e olyan következtetéseket levonni, illetve megállapításokat tenni, melyek alapján az egyes borkategóriák versenyképességére vonatkozólag határozott képet tudunk kialakítani.
- A magyar borkereskedelem elemzése kapcsán fontosnak tartom a most csatlakozó országokkal történő kereskedelem elemzését, amely azért is különleges jelentőséggel bír, mivel ezen országok zöme kereskedelmi partnerünk volt már 2004 előtt is.
- Végül javaslatokat kívánok tenni, hogy milyen konkrét intézkedéseket kellene tenni - a kutatási eredmények következtetései alapján - a magyar borok külkereskedelmi versenyképessége érdekében.

## 2. ANYAG ÉS MÓDSZER

Az Európai Unió egyben vámuniót is jelent, mely a közös külső vámok alkalmazása mellett a belső piacon az áruk, szolgáltatások szabad áramlását is biztosítja.

Az 1950-ben létrejött és az 1952-től hatályba lépő Váme gyüttműködési Tanács (VET) jelentette az intézményi háttérét a Brüsszelben aláírt egyezménynek: „Egyezmény az áruk osztályozásáról szóló Nómenklatúráról”. A jelenlegi Vámigazgatások Világszervezetének (VVSZ) feladatköre továbbra is tartalmazza a Nómenklatúra egyezmények végrehajtására és egységes értelmezésére vonatkozó ajánlások kidolgozását.

A vám- és a statisztikai nómenklatúráról, valamint a Közös Vámtarifáról szóló rendeletet a Tanács 1987. július 23-i 2658/87/EGK rendelettel hirdette ki, és 1988-tól vezette be. (BENCS 2003)

Az Európai Közösségek Tanácsa elfogadta ezt a rendeletet az alábbiakra tekintettel:

- az Európai Gazdasági Közösség alapja egy olyan vámunió, amely magában foglalja egy közös vámtarifa használatát,
- a Közösség külkereskedelmi, vám és statisztikai adatainak összegyűjtésére és kicserélésére szükséges a Kombinált Nómenklatúra (KN) létrehozása, valamint
- a Közösség, mivel aláírta a HR (Harmonizált Rendszer) egyezményt, ezért a Közösségi Nómenklatúrát ez alapján kell létrehozni.

A Közösségi Nomenklatúra a következőkből áll:

- HR-nómenklatúra,
- HR-hez kapcsolódó közösségi albontások (KN alszámok),
- Bevezető rendelkezések és
- Kiegészítő rendelkezések.

1996. január 1-jétől Magyarországon is bevezetésre került a Harmonizált Rendszerre (HR) épülő Kombinált Nómenklatúra (KN), így létrejött egy olyan adatbázisrendszer, mely alkalmas mélyebb összehasonlító elemzésekre és teljes egészében kompatibilis az EU vámtarifa adatbázisával. Elemzéseim nemzetközi adatai az Európai Bizottság (European Commission) COMEXT adatbázisára épülnek, ahol tíz számjegyű bontásban található meg a termékek kereskedelmére vonatkozó adatok. Jelenleg az összehasonlító kereskedelmi elemzések legrészletesebb adatbázisát a COMEXT jelenti, mely tartalmazza mind a belső (az EU tagok közötti) kereskedelmet, mind a külső kereskedelmet (az EU tagországok és az összes EU-n kívüli országok között). Az adatbázis mind mennyiségi, mind értékalapon tartalmazza az egyes termékek kereskedelmi adatait. Az adatbázis nagy előnye - a részletességén túlmenően -, hogy a kereskedelmi adatok nemcsak országok között, hanem aggregáltan országcsoportok között is lekérdezhetőek (pl.: EU - NAFTA borkereskedelme), illetve a kettő kombinálható is (pl.: Franciaország és a MERCOSUR országai közötti borkereskedelem). Az aggregálás nemcsak

országoként, hanem termékcsopontonként is lekérdezhető (így vált számomra is elvégezhetővé a borkategóriák kialakítása kiserelés, szín, minőség szerint). Megadható a COMEXT rendszerben az is, hogy mennyi legyen az a minimális mennyiség, amely felett adatot szolgáltat a rendszer.

Az elemzés a rajtunk kívül másik 9 országgal folytatott borkereskedelemmel is foglalkozik. Ehhez a Kopint-Datorg és a Gazdasági Minisztérium közös adatbázisa, az ún. WORM (Web Oriented Request Manager) rendszer nyújtott segítséget (mivel a COMEXT csupán az EU-val kapcsolatban szolgáltat adatokat).

Az alkalmazott kutatás során a téma analizálása és szintetizálása egyszerre tette szükségessé a problémamegoldást és megfelelő következtetések levonását.

A kutatómunka típusa szekunderkutatás, melyben szakirodalmi feldolgozáson túlmenően a dokumentált, publikált adatbázisokra támaszkodva történt az ismeretalkotás. A szekunderkutatás során az adatgyűjtést és az irodalmi feldolgozást követően került sor az adatok rendezésére és önálló véleményezésére. Konkrétan az alábbi módszereket alkalmaztam:

- Szakirodalmi feldolgozás, melynek keretében a hazai és nemzetközi szakirodalom feldolgozására került sor, melyben a téma kifejtésén túlmenően az alkalmazott módszerek ismertetése is fontos szerepet játszik, különös tekintettel a külkereskedelem természetére és a versenyképességre vonatkozólag.
- Dokumentumelemzés, mely a magyar és az EU borpiac szabályozását ismerteti. A GATT és WTO egyezmények eredményei, melyekben a kereskedelem szabályozására vonatkozó dokumentumokat dolgoztam fel.
- A Magyarország és az Európai Unió közötti borkereskedelem alakulása és a kereskedelem jellegének elemzése. Ennek megfelelően több módszert alkalmaztam. Megvizsgáltam a kivitel és a behozatal évenkénti stabilitását. Az export és az import koncentrációjának mérésére a Herfindahl-Hirschmann (HI) indexet használtam. Az ágazaton belüli kereskedelem (Intra-Industry Trade, IIT) mérésére elterjedt módszer a Grubel-Lloyd-index alkalmazása, melyet felhasználtam a borkereskedelem elemzésére. A kereskedelem jellegének és természetének vizsgálatára az újabb kereskedelmi elméletek az 1990-es években a kereskedelem ágazaton belüli elemzésére fókuszálnak. Kísérletet tettem a borkereskedelem horizontális és vertikális ágazaton belüli kereskedelmének meghatározására és a kereskedelem irányának meghatározására. Ehhez a Greenaway-Hine-Milner-, a Fontagne-Freudenberg- és a Nilsson-indexet használtam fel, melyek általánosan elterjedt módszerei a kereskedelemelemzésnek.

- A nemzetközi versenyképesség egyik leggyakrabban használt módszere az árak összehasonlítása. Ennek során az export- illetve az importegységértékek felhasználásával értékeltem a kereskedelmet. Az értékelés során az eurót, mint valutát választottam az elemzéshez. Ez nem csupán önkényes választás volt, hanem a COMEXT adatbázis euróban ad meg minden adatot. Fontosnak tartom az exportáraink összevetését a konkurens beszállítók áraival és az intrakereskedelem vezető országainak (Olaszország, Spanyolország, Franciaország) átlagáráival. Az utóbbi azért is fontos, mert az intraborkereskedelem (EU-15) adta a teljes kereskedelem 60%-át. Az exportár változása és a piaci részesedés változása kombinációjaként értékeltem az ún. minőségi versenyképességet. Választ kerestem arra, hogy a bor esetében az árelőny mennyire meghatározója a piacrajutásnak. A relatív exportárváltozás és a relatív piaci részarányváltozás együttes elemzésével értékeltem a magyar borok helyzetét az EU-ban. Versenyképességi mátrixban helyeztem el a borkategóriákat, így az egyes kvadránsokban elhelyezkedő borok minőségi versenyképessége jól értékelhető.
- A versenyképesség mérésének módszere a különböző mutatókkal történő értékelés. A versenyképesség értékelése során a szektorális specializációs index (SSI) mellett a széles körben elterjedt ún. megnyilvánuló komparatív előnymutatókat használtam fel, úgymint relatív exportelőny-indexet (RXA), relatív importelőny-indexet (RMA), relatív kereskedelmielőny-indexet (RTA) és a relatív versenyképességi indexeket (RC). A mutatók a következők.

$$SSI = (X_{ajin} / X_{aj}) / (X_{an} / X_a),$$

ahol,

a = Magyarország

n = Európai Unió

$X_{ajin}$  = Magyarország EU-ba irányuló exportjának értéke j élelmiszerből (euro)

$X_{aj}$  = Magyarország teljes exportjának értéke j élelmiszerből minden piacra (euro)

$X_{an}$  = Magyarország EU-ba irányuló teljes élelmiszerexportjának értéke (euro)

$X_a$  = Magyarország összes élelmiszerexportjának értéke (euro)

A komparatív előny mérésének mutatói:

$$RXA = (x_{ij} / x_{it}) / (x_{nj} / x_{nt}),$$

ahol: x jelenti az exportot, i egy adott országot, j egy meghatározott terméket, t a termékek egy csoportját, valamint n az országok egy adott csoportját.

$$RTA = RXA - RMA, \text{ ahol } RMA = (m_{ij} / m_{it}) / (m_{nj} / m_{nt}),$$

A képletben az  $m$  reprezentálja az importot.

$$RC = \ln R_{XA} - \ln R_{MA}$$

- Az exportváltozás mögöttes okainak azonosítására a közgazdasági szakirodalomból jól ismert és gyakran alkalmazott ún. CMS (constant market share analysis) módszert alkalmaztam az exportváltozás egyes komponenseinek meghatározására, vagyis a piacbővülés, a strukturális hatás és a versenyképességi hatás elkülönítésére. Így jól beazonosítható a kivitel változása mögött valóban a versenyképesség változása áll-e vagy exogén okokra vezethető vissza a kivitel változása.

A dolgozatom megírása során felhasználtam „A magyar mezőgazdaság nemzetközi versenyképességének piaci, szervezési és környezeti összetevői” 3. alprogramjának „A termelési tényezők kihasználásának új szempontjai” NKFP-2001-4-32/OM-00158/2001. számú kutatási projektben publikált eredményeimet is.

### 3. ÚJ ÉS ÚJSZERŰ TUDOMÁNYOS EREDMÉNYEK

1. A magyar borok külkereskedelmi versenyképessége kvantitatív értékelésével a korábbi kutatási munkák meglehetősen aggregált formában elemzik a bor nemzetközi versenyképességét. Tudományos elemzéseimben -a korábbiakon túllépve- kísérletet tettem az elemzéseket olyan kategóriák szerint elvégezni, hogy az praktikus, gyakorlati következtetések levonására is alkalmas legyen. A csoportképzés alapját a szín, a kiserelés és a minőség adta (illetve határozta be), így az elemzés alapját nyolc kategória jelentette.
2. A magyar-EU borkereskedelmi kapcsolatokat alapvetően az egyirányú kereskedelem jellemzi az EU irányába, amiből egyértelműen következik, hogy a bortermelés alapjában véve kiegészítő és nem versenyző jellegű, tehát a csatlakozás utáni helyzet nem vezet a borverseny további kiéleződéséhez.
3. A minőségi versenyképesség alakulását vizsgálva megállapítottam, hogy kizárólag a fehér minőségi palackozott borok minőségileg versenyképesek. A legtöbb borkategória vagy árversenyképtelen (a fehér asztali, táj palackozott és minden hordósbor kategória) vagy minőségileg versenyképtelen (a vörös palackozott minőségi és az asztali, táj kategóriák). Abban az esetben, ha a körülményeken (árpozíció, minőség) nem tudunk változtatni, úgy hosszabb távon is kedvezőtlenül alakul nemzetközi versenyképességünk.
4. Az általam számított szektorális specializációs index és a komparatív előny mutatóinak (RCA-indexek) értékei a borok versenyképességével kapcsolatos eddigi versenyképességi megállapítások értékeitől eltérő eredményeket mutatnak. Megállapítottam, hogy komparatív előnyök csak két kategória esetében mutathatók ki: a fehér asztali, táj palackozott és a teljes kivitel zömét kitevő fehér asztali, táj hordós boroknál. A többi kategóriánál az alapanyagtermelést a mutatók többsége versenyképesebbnek minősíti ugyan, de a feldolgozószféra kevésbé hatékony teljesítménye miatt ezek az előnyök elvesznek.
5. A CMS módszer alapján számított eredményeim a fehér minőségi palackozott borokat minősítik versenyképesnek, a többi kategóriánál nem mutatható ki pozitív versenyképességi hatás.
6. Zavarja a versenyképesség közgazdaságilag egyértelmű megítélését, hogy a különböző versenyképességi mutatókkal (SSI, RXA, RTA, RC) mért versenypozíció több esetben egymásnak ellentmondó helyzetet mutat. Ezért a versenyhelyzet egyértelmű tisztázása érdekében szükség van további mérlegelésre, a mutatók egymáshoz viszonyított minősítésére. Az árversenyképesség alapján látható a magyar borok versenyképességi előnye -a

fehér minőségi palackozott és a vörös asztali, táj hordós borokat kivéve- mind a külső versenytársakkal, mind a belső termelőkkel szemben. A mutatókkal történő versenyképességi elemzés (SSI, RXA, RTA, RC) alapján elvileg a palackos kategóriában a fehér és a vörös asztali, táj kategória a versenyképes, a hordós kategóriában pedig ez egyértelműen a fehér asztali, táj kategóriáról állapítható meg. A mutatók eredménye azonban jelentősen függ a külpiac teljesítményétől, illetve a célpiac megválasztásától, ezért torzíthatja potenciális versenyképességét. Az ún. minőségi versenyképesség alapján egyedül a fehér minőségi palackozott borkategória versenyképes, mivel a relatív exportárak emelkedése ellenére is növelni tudta piaci részesedését, míg a többi nem. A CMS modell szintén rávilágít a magyar fehér minőségi palackozott borok versenyképességi előnyére az Európai Unióban. Véleményem szerint az utóbbi két módszer alapján azonosítható be legjobban a borkategóriák versenyképessége, mivel azok kizárólag hazai adatokból számított eredmények, és függetlenek a célpiac teljesítményétől.

#### 4. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

1. A kutatásaim igazolták, hogy a fehér minőségi palackozott borok egyértelműen versenyképesek az Európai Unióban. Indokolt lenne tehát az egyes borvidékeken az adott borvidékre jellemző vezérfajták és vezértermékek formálása, ez ugyan nem könnyű feladat, de az ágazat további prosperitása szempontjából elengedhetetlen. A kialakítás folyamatába a fogyasztók és a termelők véleményét, elvárásait és preferenciáit is komolyan figyelembe kell venni.
2. Szükséges lenne az egyes borvidékeken olyan bort is termelni, amelyet más nem tud, vagy igen egyedivé teszi a terméket, pl.: biobor vagy speciális termék előállítása, így jelentős hozzáadott érték képződne. A különleges minőségi bornak egyedi terméknek kell lennie. Ehhez azonban nélkülözhetetlen, hogy az adott bor minden évben folyamatosan képviselhesse a borvidéket, a bortermőhelyet tartós volumenben a piacon.
3. Indokolt a fajtaszám csökkentése, telepítés során az adott borvidéken bevált fajták termesztése. Mára bebizonyosodott, hogy az 1990-es évek „telepítési láza” a vörös és az új fajták iránt nem hozta meg a várt eredményeket (ez ma már a felvásárlási árakban és a felvásárolni kívánt mennyiségben is érezhető).
4. A vertikális koordináció döntő jelentőségű versenyképességi és hatékonysági kérdés és így különös jelentőséggel van EU-csatlakozásunk után az egész magyar agráriumra. A szőlőtermesztés és az azt követő fázisok: a feldolgozás, az értékesítés szervezeti integrálásának indokai és motivációi határozottan jellemzőek a szőlő- és borágazatra, mivel az atomizált termelőkkel szemben koncentrált feldolgozóipar áll, a bortermelés magas tőkeigénye pedig számottevő kockázati tényező. Az EU-ban a szövetségi forma több jól működő típusa létezik a borágazatban, melyek Magyarországon is adaptálhatóak lehetnének. Az egyik a pinceszövetkezet, melynek tagjai a termelők. Ezt több tényező indokolja: biztonságos értékesítési lehetőség és kedvező értékesítési ár elérése, az áringadozások csökkentése, a szövetségben alkalmazott speciális marketing. Szakértelem révén a feldolgozó és kereskedő partnerek igényeit kielégítő kínálatkoncentráció teremthető és a termelők egyéni kockázata is csökkenthető. A pinceszövetkezet mellett a másik típusú szövetség lehetne - francia mintára - az ún. SICA (société d'interet collectif agricole), „közös érdekeltségű mezőgazdasági társaság”, mely nem termelő tagokat is bevon a szövetségbe. A közgyűlésen ugyanis jogosultak lehetnek a szavazatok tekintetében a mezőgazdasági hitelszövetkezetek pénztárai vagy olyan szervezetek, magánszemélyek, akik tevékenysége a társaság céljait is erősíti (pl.: kereskedelem).

5. Nélkülözhetetlen az ágazat teljes körű fejlesztését szolgáló K+F rendszer kiépítése, működtetése és fejlesztése, mely jelentősen javítaná az ágazat hatékonyságát (pl.: piaci információ gyűjtése és terjesztése).
  
6. Fontos lenne állami támogatások kialakítása - pl. osztrák mintára - a közösségi támogatások mellett. Indokolt lenne a támogatások arányának emelése az árbevételen belül, pl. nemzeti források igénybevételének lehetősége a termőterülethez kapcsolódó bormárkák erősítése végett. Fontos lenne a közvetett exporttámogatások lehetőségének átgondolása a bor esetében (is). Az Európai Unió agrárpolitikájának exporttámogatási rendszere szigorúan szabályozza az egyes termékek támogatásának mértékét. A GATT Uruguay-i fordulójának egyik fontos határozata volt az exporttámogatások radikális csökkentése, de nem vetette fel az exportfinanszírozás és az exporthitel-biztosítás kérdését. Éppen ezért a tagországok egyre erőteljesebben kezdték erőforrásaikat ebbe az irányba átcsoportosítani. Az Európai Unió országai is egyre nagyobb mértékben alkalmazták ezt a támogatási forrást. Az exportfinanszírozás és exporthitel-biztosítás lehetővé teszi a vállalat számára az adott piacon a versenyképesség megőrzéséhez szükséges pénzügyi fedezetet és csökkenti a vállalati kockázatot. Az intézkedések tehát nemcsak exportösztönzőek, hanem piacmegőrző és piacteremtő hatásuk is van a külpiacon. Az exporthitel-biztosítás azért is fontos exportösztönző, mert különféle kockázati tényezők (pl.: az árfolyamkockázat) a vállalatok számára áthidalhatóak, tervezhető költségtényezővé válnak. A nagy volumenű exportügyletek vagy kockázatos piacokra történő szállítások is létrejöhetnek, amelyekhez a vállalatok biztosítási védelem nélkül nem vállalkoznának.

## **5. A SZERZŐNEK AZ ÉRTEKEZÉS TÉMAKÖRÉHEZ KAPCSOLÓDÓ PUBLIKÁCIÓI**

### **Tudományos publikációk:**

Magyar nyelven megjelent tudományos könyvrészlet:

1. Magda S. - Marselek S. (szerk.) (2004): Észak-Magyarország agrárfejlesztésének lehetőségei, Agroinform Kiadó, Budapest, saját rész: 1.3. fejezet „Az agrártermelés versenyképessége”, p. 39-54 ISBN 963 502 807 5

Idegen nyelven megjelent tanulmánykötet részlet:

2. L. Hajós - N. Bozsik (2004): Price competitiveness of the Hungarian Wines in the European Union; in: Kapital u poljoprivredi, Institut za ekonomiku poljoprivrede Beograd p. 231-239 ISBN 86- 7233- 097-8

### **Tudományos folyóiratban megjelent cikkek:**

Magyar nyelven megjelent tudományos cikkek:

3. Bozsik N. – Marselek S. – Pummer L. (2003): A szőlő- és bortermelés vizsgálata. Gazdálkodás 7. sz. különkiadás, p. 41-59. HU ISSN 0046-5518
4. Bozsik N. (2004): Magyarországi agrártermékek versenyképességének vizsgálata. Gazdálkodás 9. sz. különkiadás, p. 21-34. HU ISSN 0046-5518
5. Bozsik N. (2004): Borászati termékek külkereskedelmének vizsgálata az EU piacán. Gazdálkodás 4. sz. kiadás p. 52-58. HU ISSN 0046-5518
6. Bozsik N. (2004): A magyarországi borok külkereskedelmi versenyképességének értékelése az EU-piacán, Károly Róbert Főiskola Tudományos Közlemények 2004, Gyöngyös p. 89-107. ISBN 963 217 163 2
7. Bozsik N. (2005): A szőlő- és bortermelés helyzetének értékelése az Észak-magyarországi Régióban. Kertgazdaság 4. sz. kiadás p. 64-71 HU ISSN 1419-27 13
8. Bozsik N. (2005): A magyar borok komparatív előnyének és piaci részesedés változásának vizsgálata az EU piacán. Gazdálkodás különkiadás (megjelenés alatt) HU ISSN 0046-5518

Idegen nyelven megjelent tudományos cikkek:

9. Bozsik N. (2005): Investigation of price competitiveness of the Hungarian Wines at the market of European Union. *Gazdálkodás* 12. angol nyelvű különkiadás, p. 79-85. HU ISSN 0046-5518
10. Bozsik N.- Hajós L. (2005): Marketability of the Hungarian Wines at the market of the EU. *Bulletin of Szent István University* p. 205-214  
HU ISSN 1586 4502

**Tudományos konferencián elhangzott előadások konferencia kiadványban megjelentetve:**

Magyar nyelvű:

11. Bozsik N. (1998): Hegyközségek működésének tapasztalatairól. In: VI. Nemzetközi Agrárökonómiai Tudományos Napok, GATE GMFK Gyöngyös, 1. kötet p. 131-136. ISBN 9638140712
12. Bozsik N. (1998): Borgazdaságunk Európai Unió kihívásai. In: XVII. Óvári Tudományos Napok, PATE MTK Mosonmagyaróvár, 2. kötet p. 341-346.
13. Bozsik N. (1998): A szaktanácsadás szerepe a hegyközségek munkájában. In: XI. Georgikon Napok, PATE GMFK Keszthely, p. 374-387.
14. Bozsik N. (1999): Borpiacunk lehetséges fejlődési irányai és nemzetközi integrációjának kérdései. In: Mezőtúri Tudományos Napok, GATE MFK 3. kötet p. 25-31. ISBN 9638140763
15. Bozsik N. (1999): A magyar minőségi borok nemzetközi versenyképességének kérdései. In: XVI. Georgikon Napok „Agrárjövők alapja a minőség”, p. 490-495. ISBN 9639096628
16. Bozsik N. (1999): A magyar borgazdaság helyzete és integrációjának kérdései, in: Tiszántúli Tudományos Napok, DATE MTK Debrecen p. 131-137.
17. Bozsik N. (2000): Az Európai Unió borpiaci szabályozása és hatása a spanyol és portugál borgazdaságra. In: VII. Nemzetközi Agrárökonómiai Tudományos Napok, SZIE GMFK Gyöngyös, 1. kötet p. 155-161. ISBN 9639256102
18. Bozsik N. (2000): Az informatika szerepe a hegyközségek munkájában. VII. Nemzetközi Agrárökonómiai Tudományos Napok, SZIE GMFK Gyöngyös, 1. kötet p. 161-166. ISBN 9639256102

19. Bozsik N. (2002): A CAP borpiaci szabályozásának átvételéből adódó versenyképességi hatások elemzése. In: VIII. Nemzetközi Agrárökonómiai Tudományos Napok, SZIE GMFK Gyöngyös, 1. kötet p. 142-149. ISBN 963 9256 75
20. Bozsik N. (2004): A borászati termékek külkereskedelmének vizsgálata. IX. Nemzetközi Agrárökonómiai Tudományos Napok, Károly Róbert Főiskola Gyöngyös, Összefoglaló p. 174. és CD kiadvány ISBN 963 214 313 2

Idegen nyelvű:

21. N. Bozsik. – K. Tóth – A. Szemjanyinov (1998): The role of counselling in the activities of wine communities. In: Medzinárodné vedecké dni '98, Sekcia Agrárny manazment, marketing a obchodná politika, Slovenska pol'nohospodárska univerzita v Nitre, p. 274-279. ISBN 8071374792
22. N. Bozsik (1999): Thoughts about the Hungarian wine market before joining to the European Union. Miskolci Egyetem Ph.D. conference, p. 31-35. ISBN 963661377x
23. N. Bozsik (1999): Development of the Hungarian wine market after the transition. In: „Europäische Union in Blickpunkt”, Tagungsband des Thüringisch - Ungarischen Symposiums, Jéna p. 19-23. ISBN 3932886011
24. N. Bozsik (1999): Die Rolle der Informatik in der Arbeit der Weinberggenossenschaften. In: „Europäische Union in Blickpunkt” Tagungsband des Thüringisch - Ungarischen Symposiums, Jéna p. 24-33. ISBN 3932886011
25. N. Bozsik (1999): Determinant factors of international competitive superiority of the Hungarian wines. In: Medzidnarodne vedecke dni 1999, Sekcia Manazment a marketing , Slovenska pol'nohospodárska univerzita v Nitre p. 262-266 ISBN 8071376531
26. N. Bozsik (2000): Time series analyses of the Hungarian wine production. In.: Medzidnarodne vedecke dni 2000, Sekcie Rozvoj vidieka a regiónov, Slovenska pol'nohospodárska univerzita v Nitre p. 306-310. ISBN 807137718X
27. N. Bozsik (2001): Profitability and optimal farm size of wine culture in the area of Mátra Wine district. In: Medzinárodná Vedecká Konferencia 2001, „factory podnikovej uspesnosti”, medzidnarodna vedecka konferencia, Nyitra p. 261-266. ISBN 8071379727

### **Egyéb nyomtatásban megjelent publikáció**

Magyarnyelvű jegyzetrészlet:

28. Sipos A .- Dedák I. - Bozsik N. (2001): Világgazdaságtan. Főiskolai jegyzet. SZIE GMFK Gyöngyös, I-II. fejezet p. 1-40.
29. Bozsik N. – Dedák I. – Lőkös L.- Magda R. (2001): Makroökonómia. Főiskolai jegyzet. SZIE GMFK Gyöngyös, IV. fejezet p. 65-89.

### **Egyéb publikációk:**

30. Bozsik N. (2003): Zöldség- és gyümölcstermelés helyzete az Európai Unióban. Eurofarmer p. 6-10.
31. Bozsik N. (2004): Szüret a Mátraalján. Magyar Mezőgazdaság. p. 27 ISSN 0025-018X