

**Harsányi Gábor**

**A hazai borágazat versenyképessége a  
nemzetközi piacokon, különös  
tekintettel az Európai Unióra**

**Környezettudományi Intézet**  
**Agrárközgazdasági és Vidékfejlesztési tanszék**

**Témavezető: Dr. Módos Gyula**

**Bíráló bizottság:**

**Budapesti Corvinus Egyetem**  
**Gazdálkodástani Doktori Iskola**  
**Agrárközgazdasági Ph.D. program**



**A HAZAI BORÁGAZAT VERSENYKÉPESSÉGE A NEMZETKÖZI  
PIACOKON, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL AZ EURÓPAI UNIÓRA**

**Ph.D. értekezés**

**HARSÁNYI GÁBOR**

**Budapest, 2007**

## **Tartalom**

<i>Ábrajegyzék</i>	7
<i>Táblázatok jegyzéke</i>	8
<i>Köszönetnyilvánítás</i>	11
<b>1. Bevezetés</b>	<b>12</b>
<b>1.1. Hipotézis</b>	<b>15</b>
<b>2. A világ borpiaca – ágazati elemzés</b>	<b>16</b>
<b>2.1. A világ szoloterülete</b>	<b>16</b>
<b>2.2. A világ bortermelése</b>	<b>18</b>
<b>2.3. A világ borfogyasztása</b>	<b>24</b>
<b>2.4. A világ bor-külkereskedelme</b>	<b>30</b>
<b>2.5. A világ borpiaca 2003-2010 között – a WWM modellje</b>	<b>34</b>
<b>3. Magyarország borpiaca</b>	<b>37</b>
<b>3.1. Magyarország szoloterülete</b>	<b>37</b>
<b>3.2. Magyarország bortermelése és borfogyasztása</b>	<b>40</b>
<b>3.3. Magyarország bor-külkereskedelme</b>	<b>45</b>
<b>4. A versenyképesség értelmezése</b>	<b>49</b>
<b>4.1. A versenyképesség mérése során alkalmazott mutatószámok</b>	<b>60</b>
4.1.1. A versenyképesség kínálati oldalának mutatója	61
4.1.1.1. Standard fedezeti hozzájárulás	61
4.1.2. A versenyképesség keresleti oldala	63
4.1.3. A komparatív elonyök mutatói	64
4.1.3.1. Cserearány-indexek	64
4.1.3.2. A megnyilvánuló komparatív elony	65
4.1.3.3. A relatív kereskedelmi elony	66
4.1.3.4. A relatív versenyképesség	66
4.1.3.5. A megnyilvánuló szimmetrikus komparatív elonyök	67
4.1.3.6. Az ágazati kereskedelem mérése	67
4.1.3.7. Szektorális specializációs mutató	68
4.1.3.8. A Balassa-logikára épülő mutatók kritikája	68
<b>4.2. A bortermelés kínálati versenyképessége</b>	<b>69</b>

<b>5.</b>	<b><i>A bor-külkereskedelem versenyképessége</i></b>	<b>71</b>
<b>6.</b>	<b><i>A piacok koncentrációja</i></b>	<b>79</b>
<b>6.1.</b>	<b><i>A kereskedelmi koncentráció meghatározása</i></b>	<b>79</b>
<b>6.2.</b>	<b><i>A koncentráció indikátorai</i></b>	<b>80</b>
6.2.1.	Koncentrációs arányszám	80
6.2.2.	Lorenz-görbe	81
6.2.3.	Hirschman-Herfindahl index	82
6.2.4.	Gini-koefficiens	82
6.2.5.	Koncentrációs Index	83
6.2.5.1.	A Koncentrációs Index levezetése	84
<b>6.3.</b>	<b><i>A nemzetközi borkereskedelem koncentrációja</i></b>	<b>89</b>
<b>6.4.</b>	<b><i>A hazai bor-belkereskedelem piaci koncentrációja (kereztszeti elemzés)</i></b>	<b>94</b>
<b>7.</b>	<b><i>A hazai szolo- és bortermelo gazdasági társaságok szegmentációja</i></b>	<b>96</b>
<b>7.1.</b>	<b><i>A piacssegmentálás</i></b>	<b>96</b>
7.1.1.	A szervezeti piacok	97
7.1.2.	A szegmentálás követelményei	98
<b>7.2.</b>	<b><i>Kutatási módszertan</i></b>	<b>99</b>
7.2.1.	A kutatás	99
7.2.1.1.	Az adatállomány kialakítása	100
7.2.2.	Az elemzés klaszteranalízis segítségével	101
7.2.3.	Az eredmények interpretálása	105
7.2.3.1.	Alkalmazotti létszám	106
7.2.3.2.	Árbevétel	107
7.2.3.3.	Az alapítás éve	108
7.2.3.4.	Társasági forma	109
7.2.3.5.	Tevékenység	109
7.2.3.6.	Területi elhelyezkedés	110
7.2.4.	A szervezeti szegmensek profilja	112
7.2.4.1.	Egyes klaszter – regisztrált gazdaságok, „bóvli cégek”	112
7.2.4.2.	Kettes klaszter – Nagy múltú szövetkezetek	113
7.2.4.3.	Hármas klaszter – Kis-közepes borászatok	113
7.2.4.4.	Négyes klaszter – Nagyvállalatok	114
<b>7.3.</b>	<b><i>Egy lehetséges összehasonlítás</i></b>	<b>114</b>
7.3.1.	A versenyképesség erősítése, lehetséges lépések	116
7.3.1.1.	Portfólióelemzés a piacssegmentálás alapján	118
<b>8.</b>	<b><i>A borpiac kritikus pontjai – nemzeti borstratégia, uniós borreform, borpiaci jövőkép</i></b>	<b>120</b>

<b>8.1.</b>	<b>A Nemzeti Borstratégia (NBS) kritikája</b>	<b>121</b>
<b>8.2.</b>	<b>A borpiac közös szervezésének (bor-KPSZ) reformja</b>	<b>125</b>
<b>8.3.</b>	<b>Borpiaci jövőkép</b>	<b>128</b>
<b>9.</b>	<b>Összefoglalás</b>	<b>134</b>
	<b>Függelék</b>	<b>140</b>
	<b>Hivatkozások</b>	<b>153</b>
	<b>Internetes források, adatbázisok, egyéb irodalom</b>	<b>157</b>

## Ábrajegyzék

1. ábra:	A disszertáció logikai felépítése	14
2. ábra:	A világ szoloterülete (ha) Forrás: FAO, saját számítás	16
3. ábra:	A világ szoloterületének megoszlása a kontinensek között 2005-ben Forrás: FAO, saját számítás	17
4. ábra:	Az Újvilág és a világ többi része (ROW – Rest of World) szoloterületének megoszlása 1961-2005. között Forrás: FAO, saját számítás	18
5. ábra:	A világ bortermelése Forrás: FAO	18
6. ábra:	A 2000-2004. évek átlagában legnagyobb fajlagos bortermeléssel rendelkező négy ország és Magyarország egy főre eső bortermelése Forrás: FAO, saját számítás	21
7. ábra:	Az Újvilág fajlagos bortermelésének alakulása Forrás: FAO, saját számítás	22
8. ábra:	A világ bortermelésének megoszlása a kontinensek között 2004-ben Forrás: FAO, saját számítás	23
9. ábra:	Az Újvilág és a világ többi része (ROW – Rest of World) bortermelésének megoszlása 1965-2004. között Forrás: FAO, saját számítás	24
10. ábra:	A világ borfogyasztása és bortermelése (millió hl) Forrás: FAO, saját számítás	25
11. ábra:	A világ borfogyasztásának megoszlása a kontinensek között 2003-ban Forrás: FAO, saját számítás	26
12. ábra:	Az Újvilág és a világ többi része (ROW – Rest of World) borfogyasztásának megoszlása 1965-2003. között Forrás: FAO, saját számítás	27
13. ábra:	Néhány kiválasztott ország a legnagyobb fajlagos borfogyasztással rendelkező államok közül, valamint Magyarország egy főre eső borfogyasztása Forrás: FAO, saját számítás	29
14. ábra:	Az Újvilág fajlagos borfogyasztásának alakulása Forrás: FAO, saját számítás	30
15. ábra:	Magyarország szoloterülete és a termőterületek szolohozama Forrás: FAO, saját számítás	37
16. ábra:	Magyarország szoloterületének fajta szerinti megoszlása, Forrás: KSH, Ültetvény-összeírás, 2001	38
17. ábra:	Magyarország szoloterületének életkor szerinti megoszlása, Forrás: KSH, Ültetvény-összeírás, 2001	39
18. ábra:	Magyarország szoloterületének művelési mód szerinti megoszlása, Forrás: KSH, Ültetvény-összeírás, 2001	40
19. ábra:	Magyarország bortermelése, és borfogyasztása az 1970-2002 közötti időszakban, Forrás: KSH, saját számítás	41
20. ábra:	Az egy főre jutó fogyasztás Forrás: KSH, saját számítás	45

21. ábra: Magyarország bor-külkereskedelme Forrás: KSH, saját számítás	46
22. ábra: Magyarország borpiacának önellátottsági foka az 1970-2002 közötti időszakban, Forrás: KSH, saját számítás	48
23. ábra: Magyarország borpiaci exportjának a bortermeléshez viszonyított aránya az 1970-2002 közötti időszakban, Forrás: KSH, saját számítás	49
24. ábra: Porter makrogazdasági versenyképességi modellje (Porter [1990], idézi Hoványi [1999])	56
25. ábra: A „három gyémánt” három szintje és ezek tényezői (Hoványi [1999])	56
26. ábra: A vállalat versenyképességének modellje (Hoványi [1999])	58
27. ábra: Magyarországnak az Európai Unióba irányuló borkiviteli koncentrációs görbéje (Lorenz-görbe) Forrás: COMEXT, saját számítás	86
28. ábra: A függvényillesztések során meghatározott determinációs együtthatók Magyarország borexportjának koncentrációs görbéjére Forrás: COMEXT, saját számítás	87
29. ábra: A kiskereskedelem és néhány alkoholos ital koncentrációja 2005. december-2006. januárban; Forrás: ACNielsen, saját számítás	95
30. ábra: A BCG-mátrix	119

## Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: A világ legnagyobb három bortermelőjének, valamint az EU25 országok részesedése a világ bortermeléséből Forrás: FAO, saját számítás	19
2. táblázat: A fajlagos bortermelés TOP10 rangsora (liter/fo) Forrás: FAO, saját számítás	20
3. táblázat: A fajlagos borfogyasztás TOP10 rangsora (liter/fo) Forrás: FAO, saját számítás	28
4. táblázat: A világ legnagyobb három borexportorének, valamint az EU25 országok részesedése a világ borkiviteléből Forrás: FAO, saját számítás	31
5. táblázat: A fajlagos borexport TOP10 rangsora (liter/fo) Forrás: FAO, saját számítás	32
6. táblázat: A világ legnagyobb három borimportorének részesedése a világ borbehozatalából Forrás: FAO, saját számítás	33
7. táblázat: A bortermelés szín és minőség szerinti megoszlása a borvidékeken Forrás: Radóczné-Györe [2006]	42
8. táblázat: A háztartási kiadások szerkezete (egy fore eso kiadás) Forrás: KSH, saját számítás	44
9. táblázat: A magyar palackozott- és hordósborkivitel a fontosabb célországokba Forrás: Radóczné-Györe [2006], saját számítás	47
10. táblázat: A borszolotermesztés költségei és jövedelme a mezogazdasági társas vállalkozásokban (Ft/ha) Forrás: AKI, saját számítás	70
11. táblázat: Az Európai Unió tagországainak fontosabb versenyképességi mutatói a 2000-2005. évek összességére Forrás: COMEXT, saját számítás	75
12. táblázat: Európai Unió tagországainak fontosabb versenyképességi mutatói alapján meghatározott rangsora a 2000-2005. évek összességére Forrás: COMEXT, saját számítás	77

A hazai borágazat versenyképessége a nemzetközi piacokon, különös tekintettel az Európai Unióra

13. táblázat: Az Európai Unió tagországainak helyezési sorrendje a 2000-2005. évek összességére számított versenyképességi mutatók alapján Forrás: COMEXT, saját számítás	78
14. táblázat: A függvényillesztések során meghatározott determinációs együtthatók az EU25 borexportjának koncentrációs görbéjére Forrás: COMEXT, saját számítás	88
15. táblázat: A függvényillesztések során meghatározott koncentrációs mutatók, valamint azok rangsora az EU25 borexportjának koncentrációs görbéire Forrás: COMEXT, saját számítás	90
16. táblázat: A koncentrációs arányszámok az EU25 borexportjára Forrás: COMEXT, saját számítás	92
17. táblázat: A koncentrációs indexek és determinációs együtthatók Forrás: COMEXT, saját számítás	95
18. táblázat: Az iniciális klaszterközéppontok meghatározásátkövető iterációi Forrás: KSH, saját számítás	103
19. táblázat: A vizsgált változók szignifikancia-szintje Forrás: KSH, saját számítás	104
20. táblázat: Az egyes klaszterek minta-elemszáma Forrás: KSH, saját számítás	105
21. táblázat: : Az alkalmazotti létszám mint klaszterképző ismérv Forrás: KSH, saját számítás	106
22. táblázat: Az árbevétel mint klaszterképző ismérv Forrás: KSH, saját számítás	107
23. táblázat: Az alapítás éve mint klaszterképző ismérv Forrás: KSH, saját számítás	108
24. táblázat: A társasági forma mint klaszterképző ismérv Forrás: KSH, saját számítás	109
25. táblázat: A gazdasági tevékenység mint klaszterképző ismérv Forrás: KSH, saját számítás	110
26. táblázat: A társaságok területi elhelyezkedésének megoszlása Forrás: KSH, saját számítás	111
27. táblázat: A területi elhelyezkedés mint klaszterképző ismérv Forrás: KSH, saját számítás	112
28. táblázat: Az Újvilág és a világ szoloterülete (hektár) Forrás: FAO, saját számítás	141
29. táblázat: Az Újvilág és a világ bortermelése (ezer liter) Forrás: FAO, saját számítás	142
30. táblázat: A világ betakarított szoloterülete jobb területi egységenként (hektár) Forrás: FAO, saját számítás	143
31. táblázat: A világ szolotermelése jobb területi egységenként (tonna) Forrás: FAO, saját számítás	143
32. táblázat: A világ fajlagos bortermelése a jelentősebb országokban (liter/fo) Forrás: FAO, saját számítás	144
33. táblázat: A világ fajlagos borfogyasztása a jelentősebb országokban (liter/fo) Forrás: FAO, saját számítás	145
34. táblázat: A világ borexportja a jelentősebb országokban (liter/fo) Forrás: FAO, saját számítás	146
35. táblázat: A világ borimportja a jelentősebb országokban (liter/fo) Forrás: FAO, saját számítás	147
36. táblázat: Magyarország szolo-borágazatának fontosabb naturális mutatói Forrás: FAO, KSH	148
37. táblázat: Az EU25 országok termékcsopontonkénti exportja és importja 2000-2005 között (euró) Forrás: Comext, saját számítás	149
38. táblázat: Magyarország szoloterületének jobb megoszlási mutatói Forrás: KSH ültetvényösszeírás, 2001	150
39. táblázat: A magyar borszektor 2020-ban Forrás: HNT, Nemzeti borstratégia tézisei	152



*Ajánlom e munkát  
atyai nagyapámnak.*

## **Köszönetnyilvánítás**

Ph.D értekezésem bevezetéseként szeretném hálás és szívből jövő köszönetemet kifejezni mindazoknak, akik e dolgozat elkészítésében segítettek.

Elsoként Dr. Módos Gyulának, aki konzulensemként folyamatosan végigkísérte, építő jellegű javaslataival, kritikáival támogatta munkámat a kezdetektől a végelegességig. Konzulensemmel párhuzamosan tartozom köszönettel Dr. Forgács Csabának, aki a Tanszék Ph.D, programigazgatójaként felkarolta kutatói munkámat, észrevételeivel előrevitte e disszertáció megalkotásának folyamatát.

Köszönettel tartozom a Budapesti Corvinus Egyetem Agrárközgazdasági és Vidékfejlesztési Tanszék összes munkatársának, akik szemléletmódot alakítva folyamatosan biztosították a nélkülözhetetlen segítséget. Szeretném külön kiemelni Dr. Ferenczi Tibor tanár urat, aki lehetőséget nyújtott számomra, hogy több nemzetközi kutatási projekt tevékeny részeseként további információkat gyűjtssek, tapasztalatot nyerjek értekezésem megírásához.

Hálámat szeretném kifejezni az agrárközgazdasági program résztvevőiként megismert hallgatóknak, akikkel közösen, egymást buzdítva jutottunk el a célig. Külön megemlíteném Dr. Kopasz Mihályt, aki atyai gondoskodással, baráti jószívvel kísérte utunkat, Bálint Andrást és Gyórfi Zoltánt, akikkel együttes lelkesedésben vettünk részt a képzésen.

Végül szeretnék személyes érzéseimnek is hangot adni azzal, hogy köszönetet mondok családtagjaimnak, barátaimnak akik folyamatosan életben tartották bennem a tüzet, és legfoképpen őszinte szeretettel megfogalmazott hálámat nyilvánítom ki feleségemnek, Annamáriának, aki támogatott és türelmével biztosított még a kritikus időszakokban is.

## **1. Bevezetés**

A magyar bor helyzete az elmúlt évek sokat vitatott kérdése lett, aminek számos oka közül a legfontosabbakat érdemes megemlíteni. A rendszerváltás során a bor termelése és értékesítése mind hazánkban, mind a nemzetközi piacokon válsághelyzetbe került. Magyarországi viszonylatban ez a gazdasági-társadalmi változásokban gyökerezik, nemzetközi kitekintésben pedig a folyamatosan változó piacok keresletének ingadozásában rejlik. Magyarországon a mezőgazdasági termelés és az agrárágazathoz kapcsolódó feldolgozóipar tulajdonosi struktúrájának átrendeződése, valamint a fogyasztói szokások – gyakran gazdasági eredetű – változása kritikus helyzetbe sorolta azt az agrárágazatot, amely több évszázados hagyományokon alapulva a különböző piacokon piacvezető szerepet játszott. A külföldi értékesítéseink visszaestek egyrészt a keleti piacok beszűkülése, másrészt a nyugati piacok átrendeződése, harmadrészt pedig új versenytársak megjelenése miatt. Természetesen a nemzetközi fogyasztási tendenciák is változtak, aminek eredete részben a fogyasztói magatartás formálódásában érzékelhető.

Érdemes megemlíteni még azt az eseményt, amely tízéves várakozás után 2004. májusában következett be, nagy várakozásokkal és nem kisebb aggodalommal töltve el hazánk lakosságát és gazdálkodó szervezeteit egyaránt. Ez az esemény nem más, mint Magyarország belépése az Európai Unióba. Ez utóbbi tény ugyancsak jelentős hatást gyakorolt a múltban, és erős kihatással lesz a jövőbeni tevékenységekre az agrárgazdaság egészében, így a borászati ágazatban is.

Kutatásom célja többszű. Elsődlegesen feltárni azokat a hazai és nemzetközi tendenciákat, amelyek a bortermelés, -kereskedelem és -fogyasztás jelenlegi állapotának kialakulásához vezettek. Ide tartozik a borpiacok általános leírása, illetve a múltbeli változások nyomonkövetése.

Másodsorban bemutatásra kerülnek azok a tényezők, amelyek a borászat versenyképességét, illetve a lehetséges versenystratégiai lépéseit határozzák meg. Ebben a szakaszban olvashatóak a versenyképességet leíró általános és bor-

specifikus meghatározások, valamint a klasszikus versenystratégiai modellek irányadó alapelvei.

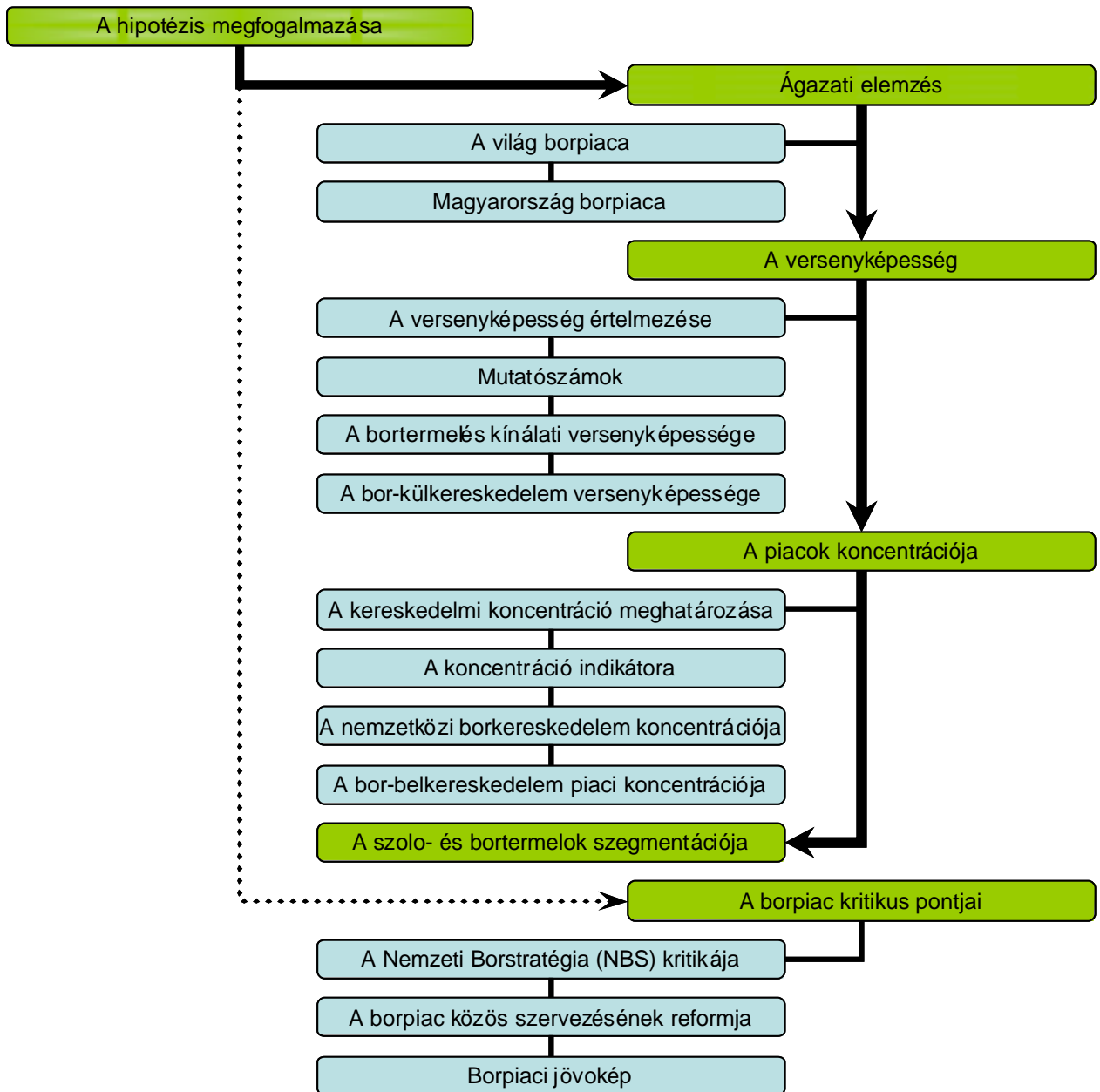
A harmadik és egyben legfontosabb egység az empirikus értékelemzést adja. Ez a szakasz két további részre bontható.

Az első, kvantitatív kutatás gondolkísérlete a versenyképesség elemzésére törekszik, azon belül is a komparatív elonyök mutatóit alkalmazva veti össze a hazai borászatot a külpiacon, különös tekintettel az Európai Unióra. E kutatási fázis célja a komparatív versenyképesség elemzésén túl a piaci koncentráció fogalmának mint a versenyképesség lehetséges méroszámának megítélése is analízis alá esik. A piaci koncentráció indikátoraként bevezetésre kerül egy új mutatószám, amely a jelenlegi koncentrációs indexek mellett egy lehetséges mértéke lehet a piacok telítettségének.

A második empirikus kutatási egység egy – a hazai bortermelő gazdasági társaságok körében végzett – elemzés, melynek során kísérletet teszek arra, hogy különböző, homogén csoportokba soroljam a magyarországi bortermelőket. A homogén csoportok képzése, más néven a szegmentáció egy statisztikai adatelemzés, a klaszteranalízis módszerét használja fel, eredményeképpen pedig meghatározhatók azok a bortermelő cégek, amelyek győztesei vagy éppen vesztesei lehetnek az átalakulásnak, illetve az EU-csatlakozásnak, és ennek megfelelően kalkulálhatóak azok az agrártámogatások, amelyek életben tartják az egyes termelőegységeket, valamint tovább javítanak azok piaci lehetőségein.

A dolgozat zárásaként bemutatásra kerülnek a nemzeti borstratégia megalkotásakor megfogalmazott tézisek, párhuzamba állítva azokat az uniós borreform javaslataival. Ezek szintéziseként olvasható egy, a borpiaci jövőképro, a lehetőségekpro és a fenyegetettségekpro kifejezett jövőképro, mintegy keretet adva a disszertáció fobb gondolatmenetének.

Az értekezés logikai felépítését, gondolatmenetét mutatja be az 1. ábra.



**1. ábra: A disszertáció logikai felépítése**

## **1.1. Hipotézis**

A kutatást egy hipotézis köré építettem, melynek alátámasztásához vagy éppen cáfolatához a versenyképesség indikátorainak megítélésére, a magyarországi bortermelés nemzetközi versenyképességére, illetve a borkereskedelem koncentrációjára hagyatkoztam. Hipotézisem, mely a disszertáció során részletes kifejtésre és magyarázatra kerül, a következő:

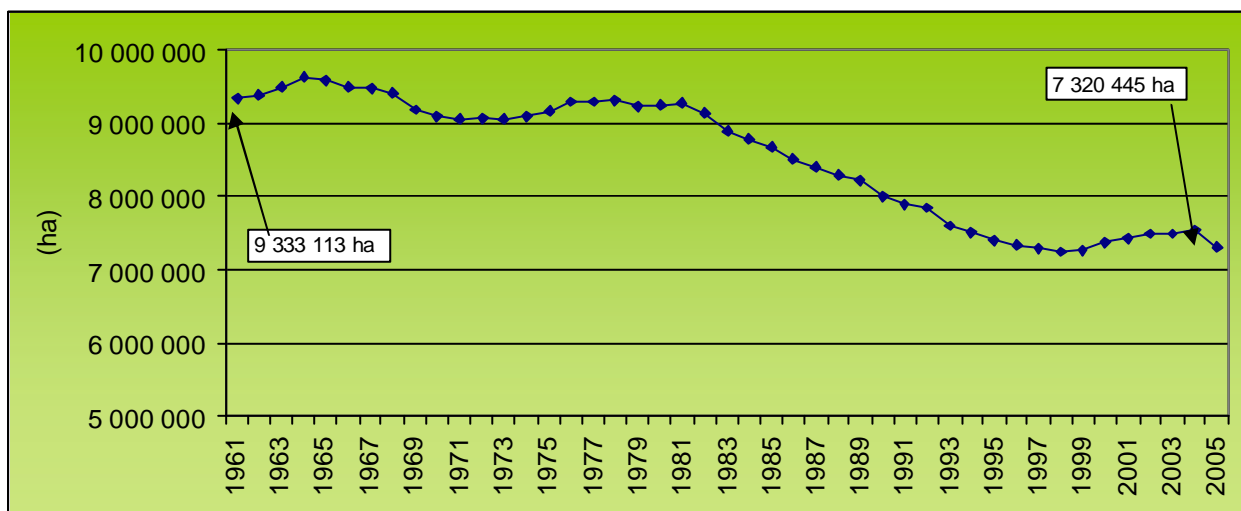
*A magyar borágazat alacsony versenyképességi szinttel küzd mind a kínálati, mind pedig a keresleti oldalt tekintve. A hazai borászat versenyképessége lemaradást tükröz a jövedelmezőségi számítások tekintetében, de a Balassa-logika mentén haladva is.*

A hipotézis felállítása a napi gazdasági hírekben rendszeresen olvasható véleményeken alapszik, melyek szerint a borágazat nem versenyképes nemzetközi viszonylatban. Ezt a hipotézist a kínálati és a keresleti oldalra elvégzett versenyképességi jelzőszámok meghatározásával kívánom alátámasztani. A kínálati versenyképesség során a jövedelemtermelő-képességet, míg a keresleti oldal analíziséhez a külkereskedelmi megközelítésben gyökerező, komparatív elonyökkel kalkulálható versenyképességet elemzem.

## 2. A világ borpiaca – ágazati elemzés

### 2.1. A világ szoloterülete

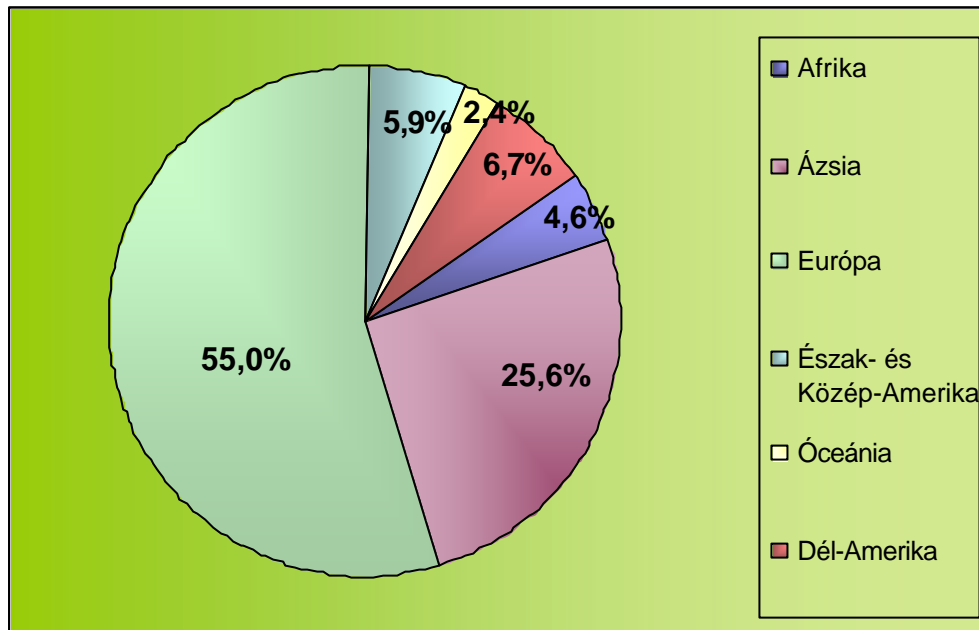
A 2. ábra által bemutatott trendvonal szemlélteti, hogy a világ szoloterülete jelentősen csökkent az elmúlt évtizedekben. Több mint 20%-os visszaesést látunk a 2005. év végére az 1961. év viszonylatában. A tartós termoterület-csökkenés 1980-ban kezdődött és napjainkban is tart: míg 1961-ben mintegy 9,3 millió hektár volt a teljes szoloterület, addig 2005-ben ez az érték már csupán 7,3 millió hektárra volt tehető, tehát a termoterület-csökkenés összesen 2 millió hektár volt. Az 1961-es érték közel azonos volt az 1978-ban mért területnagysággal, viszont ez utóbbi évhez képest 1992-ben már 16%-os csökkenéssel szembesülhetünk. A teljes szoloterület 1992-2005 között 7%-kal zsugorodott. A szoloterület csökkenése egyértelműen az európai ültetvénykivágásoknak tudható be: Európában az összes termoterület 18%-kal esett vissza 1992-ről 2005-re, mialatt a többi kontinensen a szoloterület folyamatos és dinamikus növekedésen ment keresztül.



2. ábra: A világ szoloterülete (ha)

Forrás: FAO, saját számítás

Már a változások arányainak eltéréseiből is látszik, hogy a világ legnagyobb szolotermelő kontinense Európa, összesen 4 millió hektárral (2005-ben), ami a világ összes termőterületének több mint felét jelentette (55%), a 3. ábra tanúsága szerint.



**3. ábra: A világ szolotermőterületének megoszlása a kontinensek között 2005-ben**

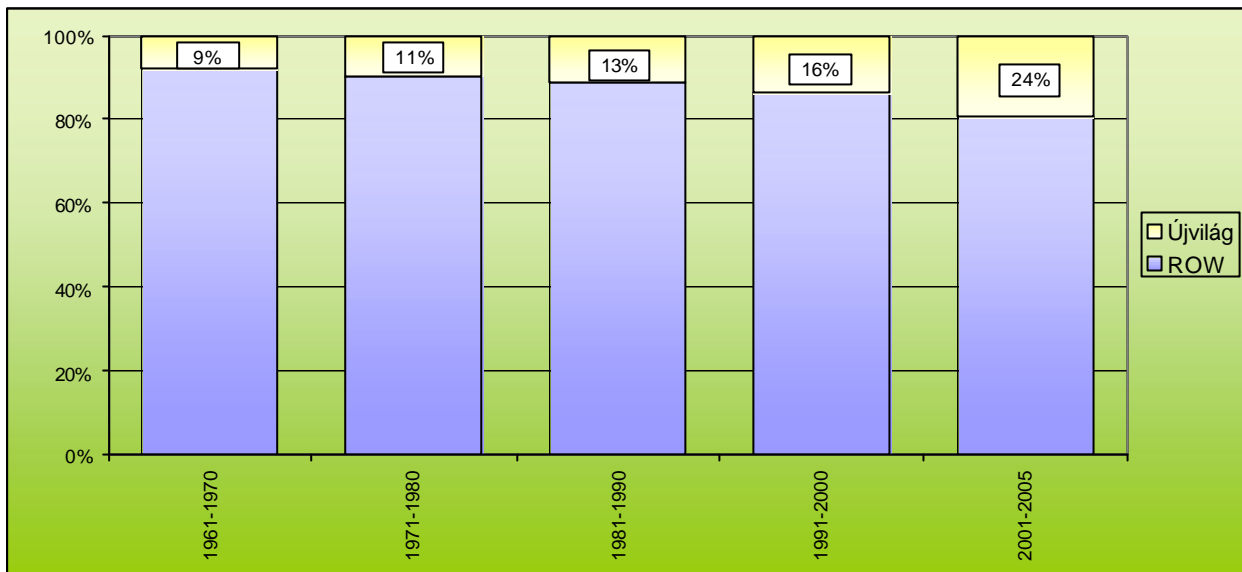
**Forrás: FAO, saját számítás**

Ez a részesedés 1992-ben még magasabb volt, mintegy 63%. Európa tehát folyamatosan veszíti el és számolja fel a termőterületeit, mialatt a „versenytárs” földrészek bővülést mutatnak a termőterületek nagyságát tekintve. A nem hagyományos bortermelő országok között arányaiban és abszolút számokban kifejezve is Kína növekedése volt a legnagyobb 1961-2005 között (10 ezer ha → 453 ezer ha)

A „versenytársak” azonban elsősorban az Újvilág szolo- és bortermelését jelentik. A borszakmában az Újvilág alatt az USA, Ausztrália, Új-Zéland, Chile, Argentína és Dél-Afrika értendő (Radócné-Györe [2006]). A huszadik század hatvanas éveiben az Újvilág szolotermőterülete a világ teljes területének kevesebb, mint tizedét adta, a 2001-2005 közötti időszakban ez az arány már közel egynegyedre nőtt. Ezen országok közül a fajlagos növekedés tekintetében Óceánia, vagyis Ausztrália és Új-Zéland (50 ezer ha → 173 ezer ha) mutatta a legerotéljesebb változást. Argentína (-13%) és az USA (-22%) tekintetében viszont csökkenő termőterületeket látunk. Az utóbbi esetben megemlítendő, hogy az államközösség bír a legnagyobb részesedéssel az



Újvilágon belül: 2005-ben ez 25% volt, ami hat százalékpontos csökkenés 1961-hez képest.

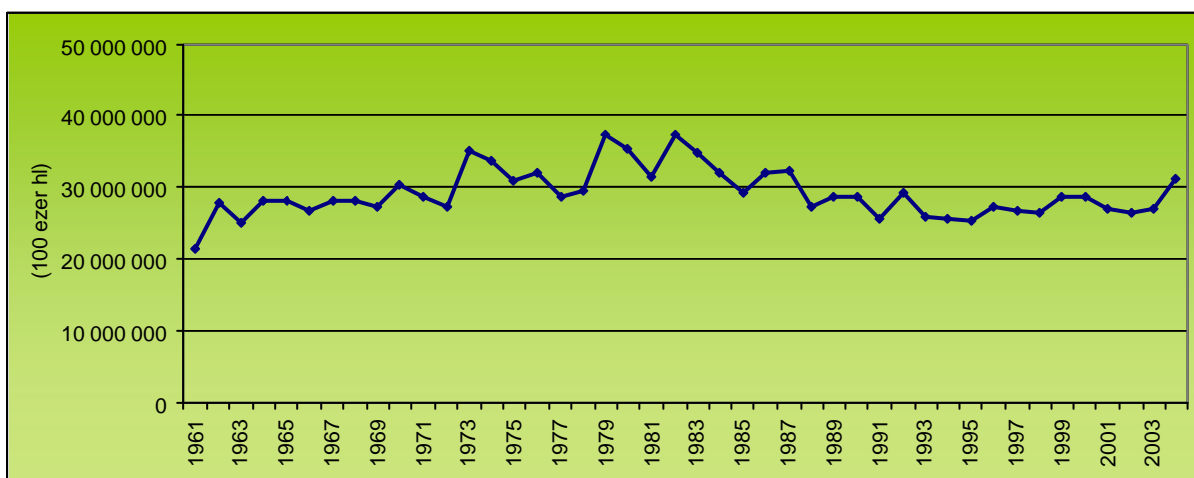


4. ábra: Az Újvilág és a világ többi része (ROW – Rest of World) szoloterületének megoszlása 1961-2005. között

Forrás: FAO, saját számítás

## 2.2. A világ bortermelése

A világ bortermelése nem mutat olyan csökkenést, mint a szoloterület esetében, bizonyos csúcsveket leszámítva, viszonylag stabil, mintegy 275 millió hektoliteres átlagot tett ki a vizsgált években. Ebből egyenesen az következik, hogy a bortermelés hatékonysága, a szolotermelés hozama nőtt az évek során.



5. ábra: A világ bortermelése

Forrás: FAO

A világ legnagyobb bortermelői Franciaország, Olaszország és Spanyolország, a világ teljes bortermelésének több mint felét adják. Ebben a részesedési mutatóban az elmúlt húsz évben nem volt jelentősebb változás, azt azonban az 1. táblázat mégis láttatni engedi, hogy e három ország részesedése – ha kismértékben is, de – folyamatosan csökken. Ez a csökkenés az Újvilág elretörésével magyarázható. A tendencia ugyancsak érzékelhető az EU25 országok esetében is (az EU25 alatt értendo 2004. május elseje előtt az EU15 tagállamok és a később csatlakozó tíz ország). Magyarország részesedése 1,3% körül mozgott a vizsgált években, amivel hazánk a 12-15. helyeket foglalta el a rangsorban.

Ország	1985-1989 évek átlagában	1990-1994 évek átlagában	1995-1999 évek átlagában	2000-2004 évek átlagában
Olaszország	22,45%	22,66%	21,44%	19,08%
Franciaország	22,13%	20,86%	20,90%	17,70%
Spanyolország	10,71%	11,30%	10,98%	14,50%
<b>Összesen</b>	<b>55,29%</b>	<b>54,81%</b>	<b>53,32%</b>	<b>51,28%</b>
EU25	65,51%	66,69%	64,23%	61,96%

**1. táblázat: A világ legnagyobb három bortermelőjének, valamint az EU25 országok részesedése a világ bortermeléséből**

**Forrás: FAO, saját számítás**

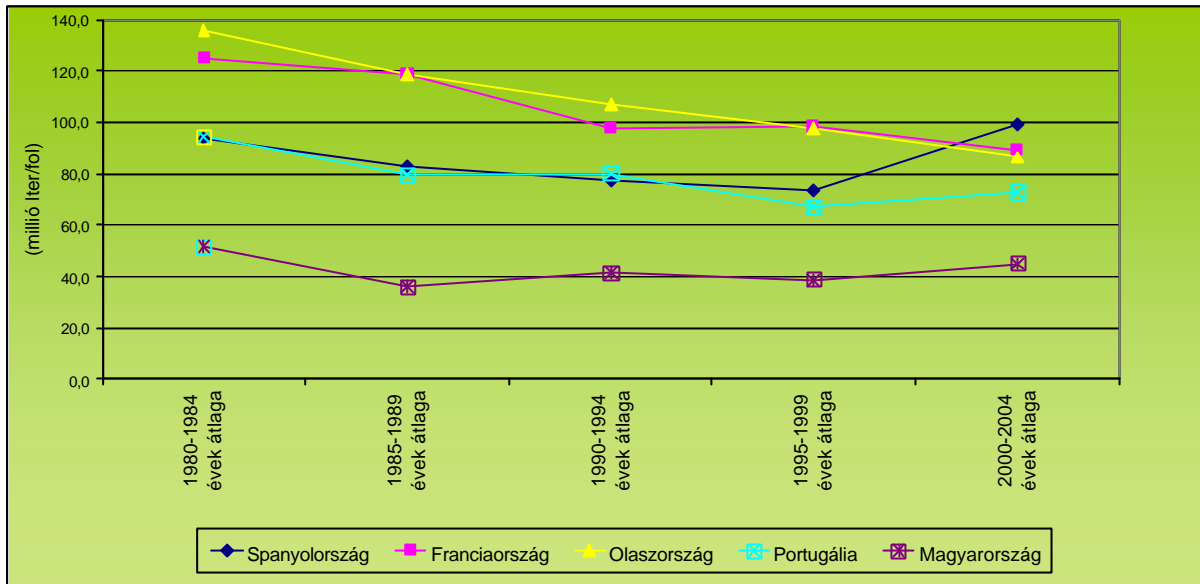
Érdeemes megvizsgálni nem csupán az abszolút számok tekintetében, hanem fajlagos méroszámokkal is összevetve a világ bortermelésének nagyságát. A normalizálást jelen esetben az egy főre eső bortermelés jelenti. Ebben az összehasonlításban már egy kicsit más kép tárul a szemünk elé. A fajlagos bortermelésre normalizált számítások alapján is a legnagyobbak Olaszország és Franciaország, míg Spanyolország helyezése változik. Ebben a viszonyításban a kilencvenes éveket, tehát a rendszerváltás időszakát leszámítva már Magyarország is felkerült a legnagyobbak tízes listájára: hazánk a 7-9. helyeken szerepel. Figyelemreméltó Ausztrália elretörése. A Magyarországhoz hasonló lélekszámú ország a 2000-2004 közötti időszakban az ötödik helyre jutott, holott a korábbi években a listán még csak nem is szerepelt. A részletes eredményeket a 2. táblázat mutatja be.

Rangsor	1980-1984 évek átlagában	1985-1989 évek átlagában	1990-1994 évek átlagában	1995-1999 évek átlagában	2000-2004 évek átlagában
1	Olaszország (135,8)	Olaszország (118,9)	Olaszország (107,2)	Franciaország (98,3)	Spanyolország (99,3)
2	Franciaország (125,1)	Franciaország (118,8)	Franciaország (98,1)	Olaszország (97,8)	Franciaország (89,4)
3	Portugália (94,2)	Ciprus (107,9)	Moldova (98,1)	Ciprus (76,5)	Olaszország (86,4)
4	Spanyolország (94,0)	Spanyolország (82,8)	Ciprus (84,9)	Spanyolország (73,3)	Portugália (72,9)
5	Argentína (78,7)	Portugália (79,5)	Portugália (80,0)	Portugália (67,6)	Ausztrália (55,0)
6	Ciprus (76,6)	Argentína (64,9)	Spanyolország (77,0)	Macedónia (52,39)	Ciprus 852,4)
7	Bulgária (54,7)	Görögország (44,3)	Macedónia (47,3)	Horvátország (46,9)	<b>Magyarország (45,0)</b>
8	<b>Magyarország (51,9)</b>	Bulgária (39,2)	Argentína (45,2)	Moldova (41,1)	Moldova (44,1)
9	Görögország (48,9)	<b>Magyarország (36,2)</b>	Szlovénia (44,2)	Argentína (39,99)	Macedónia (43,4)
10	Chile (46,4)	Chile (31,7)	Horvátország (43,5)	Görögország (39,3)	Horvátország (42,9)

**2. táblázat: A fajlagos bortermelés TOP10 rangsora (liter/fo)**

**Forrás: FAO, saját számítás**

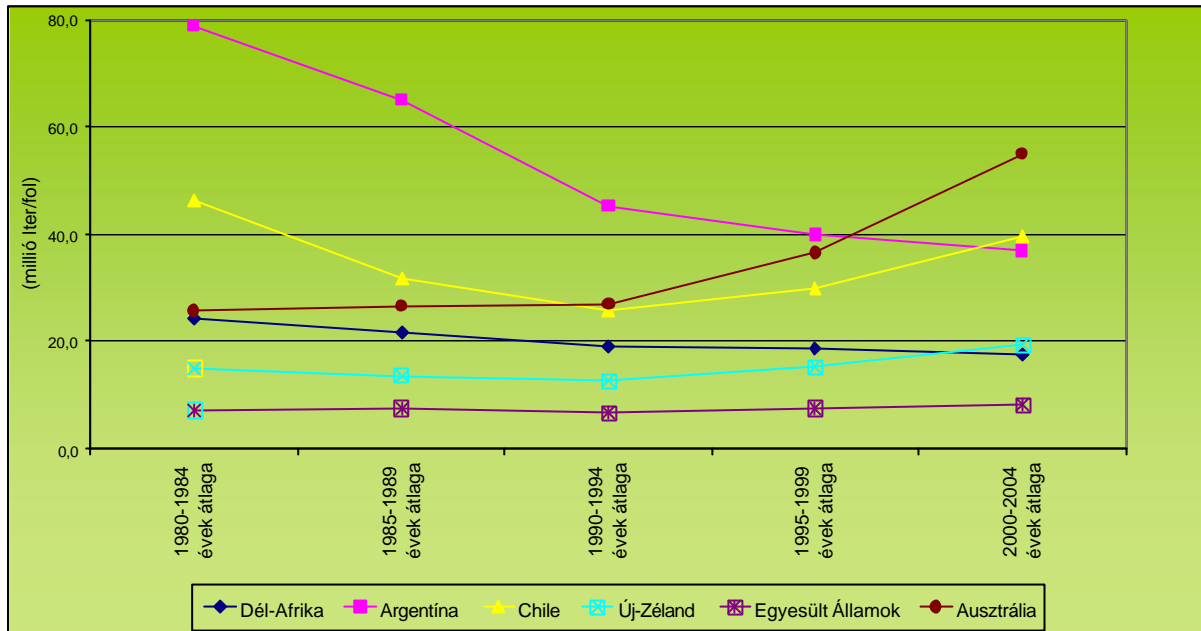
A fajlagos termelést az idohorizonton tekintve Olaszország esetében folyamatos csökkenést látunk, de hasonló a helyzet a francia bortermelésben is, jóllehet, ez utóbbi országnál a visszaesés mértéke csökkent. A vizsgálat utolsó öt évét leszámítva Spanyolországnál is permanensen csökkeno egy fore eso bortermelés mutatható ki, azonban a 2000-2004. évek intervalluma a korábbiaknál jelentosen magasabb eredményt hozott. Portugália esetében a visszaesés kevésbé volt drasztikus, mint akár Olaszországnál, akár Franciaországnál, de itt is tartós csökkenést láthatunk (6. ábra).



**6. ábra: A 2000-2004. évek átlagában legnagyobb fajlagos bortermeléssel rendelkező négy ország és Magyarország egy főre eső bortermelése**

**Forrás: FAO, saját számítás**

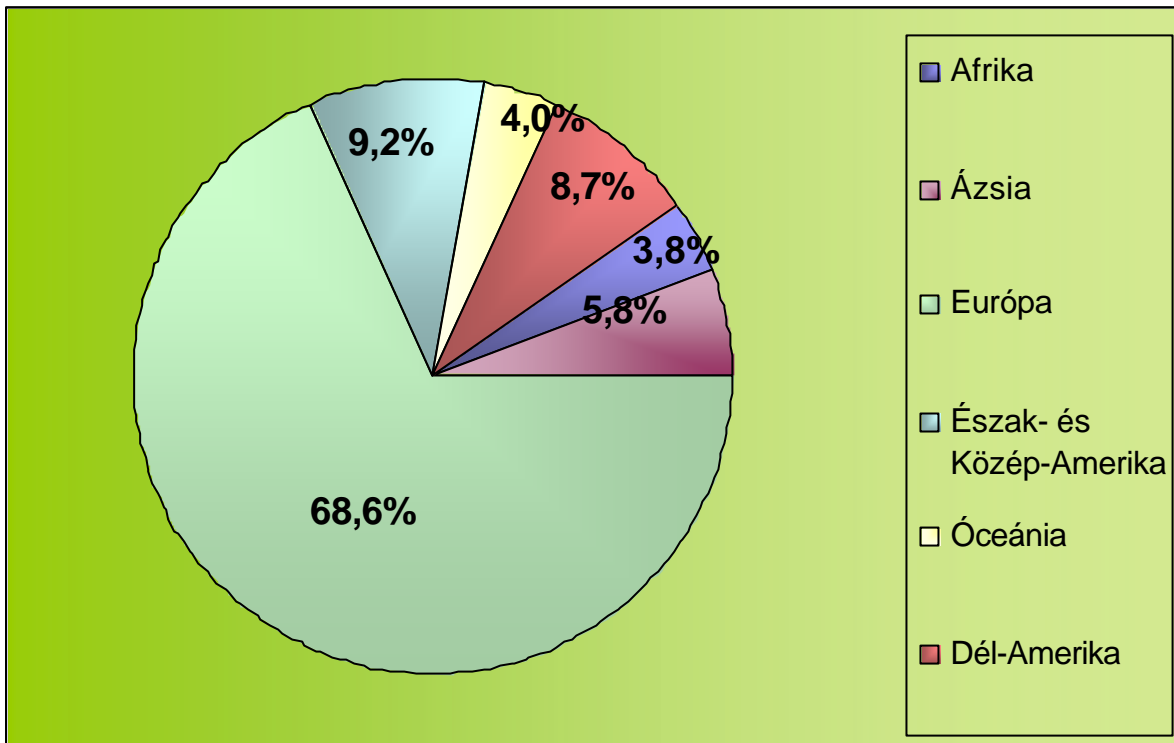
Az Újvilág térnyerése a világ összes bortermelésében vitathatatlan, azonban a fajlagos bortermelést elemezve a kép már sokkal árnyaltabb. Míg Dél-Afrika csekély mértéku, de tartósnak mondható csökkenést mutat, addig Argentína egy lakosra eső termelése az utolsó tizenöt év alatt jelentős mértékben esett vissza (7. ábra). A trend éppen ellentétes Ausztráliánál: itt a záró tízéves periódusokban nagymértéku ugrással szembesülhetünk. Chile egy hullámvölgy után közel elérte az időszak végére a húsz évvel korábbi szintet, amíg Új-Zéland lassú növekedést mutat. Az Egyesült Államok fajlagos bortermelése viszonylag kiegyensúlyozott, stagnáló trendet látat.



**7. ábra: Az Újvilág fajlagos bortermelésének alakulása**

**Forrás: FAO, saját számítás**

A szoloterület megoszlásához hasonlóan, borból is Európa állította elő a legtöbbet 2004-ben, a teljes bortermelésnek több mint kétharmadát. Az amerikai kontinensek a bortermelés 18%-át adták 2004-ben, majd Ázsia, Ausztrália és Új-Zéland következett, végül Afrika zárta a sort, amint azt a 8. ábra is igazolja.

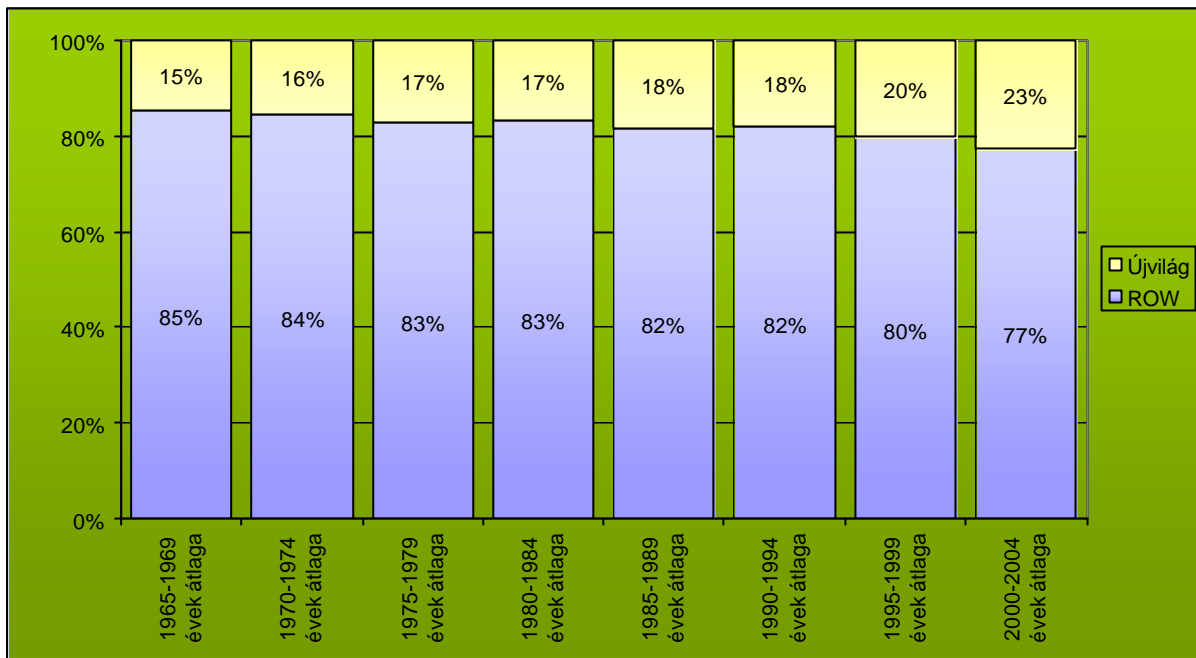


8. ábra: A világ bortermelésének megoszlása a kontinensek között 2004-ben

Forrás: FAO, saját számítás

Összehasonlítva a 2004. évi adatokat az 1992-ben mértekkel, az látható, hogy az elmúlt évtizedben Európa veszített a korábbi, 74%-os részesedéséből, ezzel szemben az összes többi „versenytárs” kontinens egyre nagyobb szeleteket hasított ki a termelésből.

Az Újvilág részesedése az évtizedek alatt folyamatos növekedésen ment keresztül. Míg negyvenöt éve még csupán 15%-os részesedést ért el a világ bortermeléséből, a kilencvenes évekre a részesedésük már elérte a teljes termelés ötödét, a huszonegyedik század elejére viszont már megközelítette a 25%-os piacrészt is.



**9. ábra: Az Újvilág és a világ többi része (ROW – Rest of World) bortermelésének megoszlása 1965-2004. között**

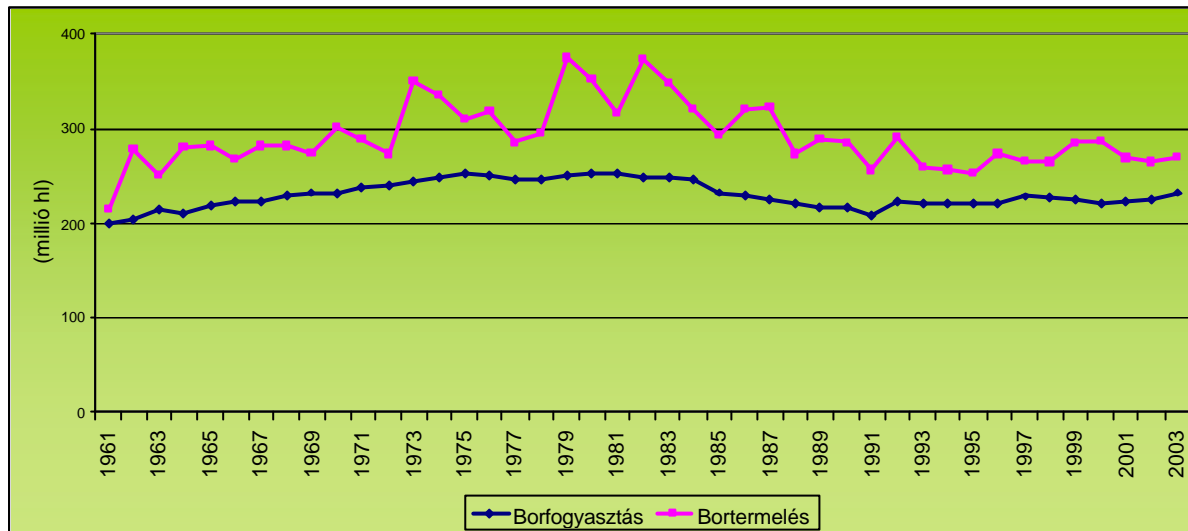
**Forrás: FAO, saját számítás**

### **2.3. A világ borfogyasztása**

A borfogyasztás trendjeinek megismerését megelőzően azt kell különös nyomatékkal hangsúlyozni, hogy a borágazat a világon erőteljesen túlkínálatos piacon működik. Ahogy a 10. ábra szemlélteti, a termelés nagyságrenddel a fogyasztás feletti szinten realizálódik, ami felesleghez vezet. Igaz, hogy az el nem fogyasztott bor egy része tovább-feldolgozás, lepárlás révén az egyéb alkoholos italok termékei között kerülhet értékesítésre, egy más része pedig az ipari felhasználást segítheti elő, azonban ezek a másodlagos alkalmazások nem csökkentik jelentős mértékben a túlzott méretű készleteket. A hetvenes-nyolcvanas években érte el a termelés és a fogyasztás különbsége a csúcspontját, amit a kilencvenes évektől kezdődően sikerült zsugorítani. Érdeemes még megfigyelni azt is, hogy amíg a fogyasztás változása kisebb tartományban ingadozik, a termelés mennyisége sokkal szélsőségesebb intervallumban mozog.

Ha a trendek elemzésére helyezzük a hangsúlyt, azt látjuk, hogy a világ borfogyasztása a nyolcvanas évtized közepétől zuhanórepülésbe kezdett annak ellenére, hogy a bortermelés nem csökkent számottevően. Igaz ugyan, hogy az

1991-es 209 millió liter, ami a század utolsó negyedének mélypontját képviseli, még mindig valamivel nagyobb, mint az 1961. évi 200 millió literes fogyasztás, mégis azt látjuk, hogy a nyolcvanas évek közepéig tartó lassú felfelé tartó ív hirtelen megtorpanva, minőségi visszaesést okozott.



**10. ábra: A világ borfogyasztása és bortermelése (millió hl)**

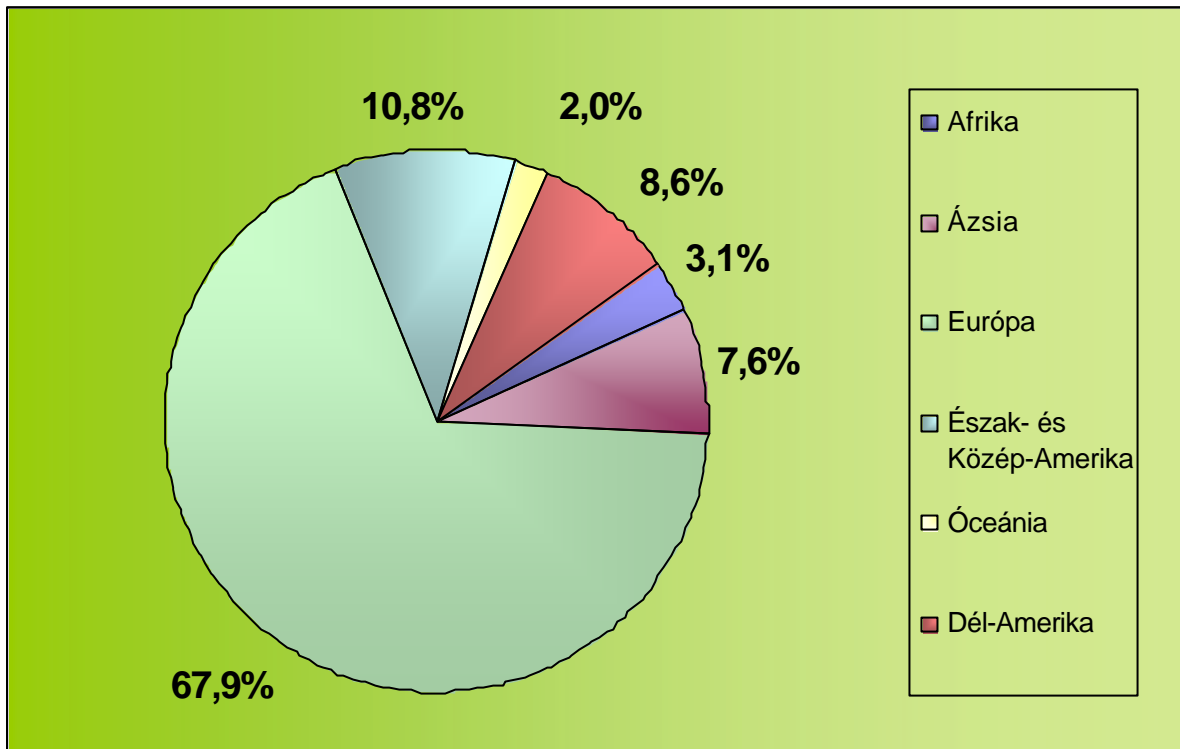
**Forrás: FAO, saját számítás**

Az ezredforduló óta a korábbi tendenciákkal szemben viszont már enyhe emelkedést látunk, aminek Radócné-Györe [2006] szerint az alábbi okai vannak:

- a jövedelmek növekedése;
- az ún. „francia paradoxon”, vagyis a bornak az egészségre gyakorolt kedvező hatása miatt a bor iránti érdeklődés fokozódása;
- a borfogyasztás csökkenésének mérséklődése a nagy bortermelő országokban;
- a kereslet eltolódása a minőségi borok felé;
- a nők körében is érzékelhetően növekvő alkoholfogyasztás;
- a házon kívüli étkezések terjedése, ami annak a következménye, hogy a bor az ünnepek alkalmi italából a mindennapi fogyasztás részévé válik.

A fogyasztás regionális struktúráját tekintve szintén európai dominanciáról beszélhetünk. Kontinensünk lakói a 2003. évben a teljes borfogyasztás több mint kétharmadát realizálták, amit Észak- és Közép-Amerika polgárai 11%-os részesedéssel követtek. Dél-Amerikának és Ázsiának a borfogyasztásban játszott szerepe rendre 8 és 9 százalékot adott (11. ábra).

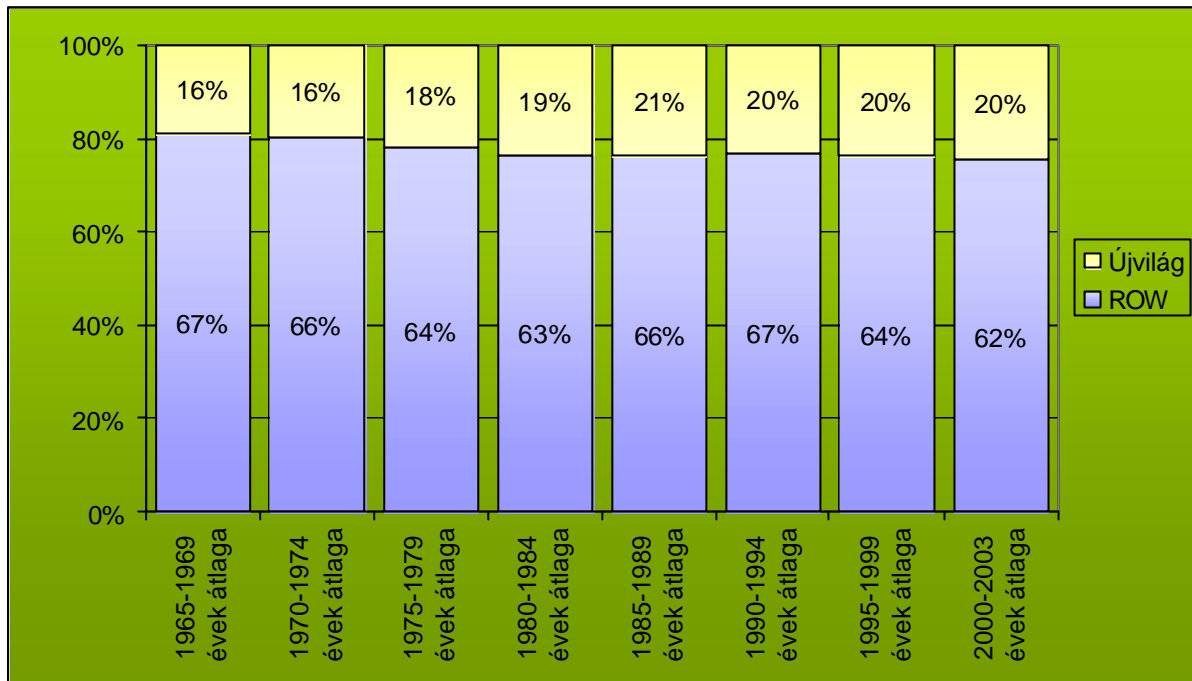




**11. ábra: A világ borfogyasztásának megoszlása a kontinensek között 2003-ban**

**Forrás: FAO, saját számítás**

Az Újvilág borfogyasztása a termeléshez hasonlóan növekvő tendenciát mutatott egészen a nyolcvanas évek végéig, azonban ez az expanzió megtorpanni látszik azóta. A vizsgálat tárgyát képező utolsó tizennégy évben az Újvilág lakosainak borfogyasztása a világ teljes fogyasztásának ötödét tette ki (12. ábra).



**12. ábra: Az Újvilág és a világ többi része (ROW – Rest of World) borfogyasztásának megoszlása 1965-2003. között**

**Forrás: FAO, saját számítás**

Az egy főre jutó borfogyasztás világviszonylatban Franciaország, Olaszország és Portugália esetében a legmagasabb, tehát ezúttal is megerősödik az a köznapi hipotézis, miszerint a nagy bortermelő országok polgárai jelentik a legnagyobb fogyasztókat is. A legnagyobb fajlagos borfogyasztást produkáló államok listáján az első három helyen – változó sorrendiséggel – az imént említett országok szerepelnek, de az Újvilág szegmenséből is látjuk Argentínát és Chilét mint a lakosonkénti legnagyobb fogyasztású nemzeteket. A kilencvenes évektől a listán szerepel már Svájc is, amely ország egyáltalán nem sorolható a borhagyományokkal rendelkező államok közé. Ennek a jelenségnek a hátterében valószínűleg olyan szociológiai, demográfiai és gazdasági okai lehetnek, amelyek a fogyasztói preferenciákon nyugszanak, de vizsgálatuk túlmutat az elemzés hatáskörén.

Magyarország fajlagos borfogyasztása révén szintén felkerült a tízes listára, habár a sereghajtók között. Ezzel a hagyományos bortermelő országra kivetített képzetet erősíti, miszerint a borászattal tradicionálisan foglalkozó nemzetek a fogyasztásban is élen járnak. Ezeket az eredményeket a 3. táblázat hivatott bemutatni.

Rangsor	1980-1984 évek átlagában	1985-1989 évek átlagában	1990-1994 évek átlagában	1995-1999 évek átlagában	2000-2003 évek átlagában
1	Franciaország (89,1)	Franciaország (74,9)	Franciaország (64,6)	Franciaország (60,0)	Olaszország (51,7)
2	Olaszország (84,4)	Olaszország (67,2)	Olaszország (59,3)	Olaszország (56,4)	Franciaország (51,4)
3	Portugália (77,3)	Portugália (62,0)	Portugália (57,6)	Portugália (54,0)	Portugália (49,9)
4	Argentína (71,4)	Argentína (58,0)	Argentína (49,3)	Svájc (41,6)	Svájc (41,5)
5	Spanyolország (53,1)	Spanyolország (45,8)	Svájc (43,4)	Argentína (37,0)	Spanyolország (34,8)
6	Svájc (52,3)	Svájc (45,3)	Spanyolország (41,2)	Spanyolország (36,0)	Argentína (32,3)
7	Chile (43,1)	Ausztria (34,4)	Ausztria (33,0)	Uruguay (32,3)	<b>Magyarország (32,2)</b>
8	Románia (38,6)	Románia (32,9)	<b>Magyarország (29,4)</b>	Ausztria (31,0)	Ausztria (29,6)
9	Ausztria (35,7)	Chile (29,8)	Uruguay (27,4)	<b>Magyarország (30,3)</b>	Uruguay (25,5)
10	<b>Magyarország (31,3)</b>	Uruguay (26,7)	Románia (22,2)	Románia (26,2)	Görögország (25,4)

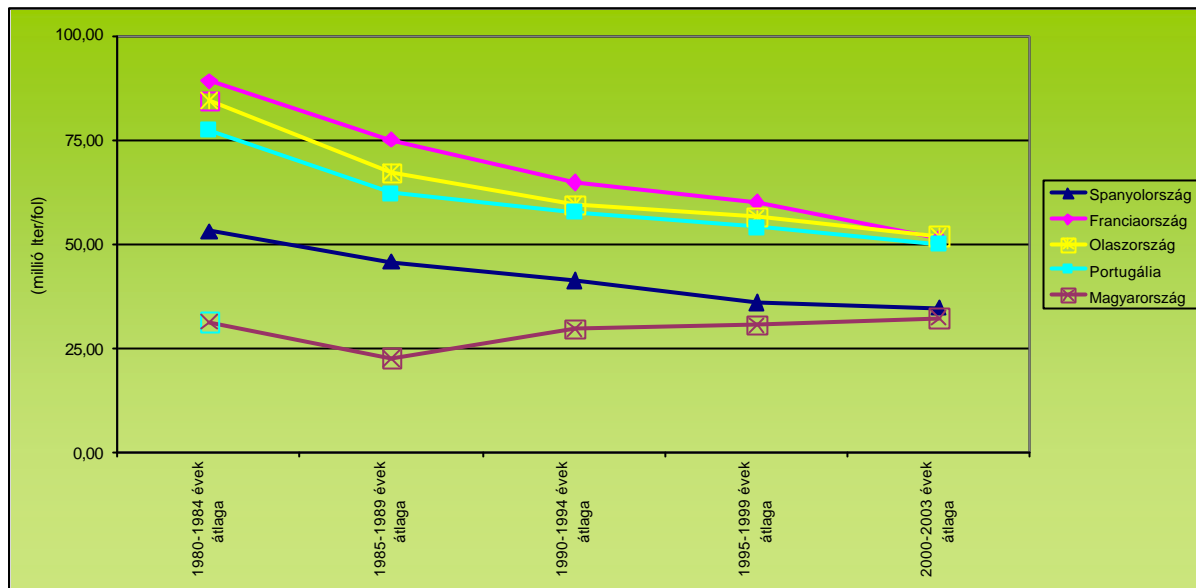
**3. táblázat: A fajlagos borfogyasztás TOP10 rangsora (liter/fo)**

**Forrás: FAO, saját számítás**

Láttuk, hogy a legnagyobb fajlagos bortermeléssel bíró országok relatív termelése csökkenő tendenciát mutat, ezért felmerül a kérdés, hogy ez tükröződik-e a fogyasztásban is, gyakorol-e arra valamilyen hatást. A 13. ábra szerint az egy főre eső borfogyasztás tartósan lefelé ível, amiből az a következtetés vonható le, hogy a lokális piacok szűkülőben vannak. Mivel azonban ezen országok az abszolút számok tekintetében is a legnagyobb termelők és fogyasztók közé tartoznak, ezért a piacok méretének zsugorodását globális szintre is kivetíthetjük. A legfontosabb országok csökkenő fogyasztása nem mutat olyan eltéréseket, mint a termelés: a trendvonalak hasonló meredekséggel tartanak lefelé, nincsenek kiugró változások.

Magyarországon a fentiekkel ellentétben kissé másként alakul a kép. Míg hazánk a rendszerváltást megelőző években ideiglenes visszaesést mutatott, addig az 1989. utáni időszakra már kezdett visszakerülni a korábbi szintre. Ez önmagában természetesen nem hordoz pozitív tartalmat, hiszen tudjuk, hogy a rendszerváltozást

követo években a fogyasztás minősége megkérdőjelezhető volt, de remélhetőleg a az alacsony színvonalú, esetleg hamisított borok fogyasztása leáldozóban van.

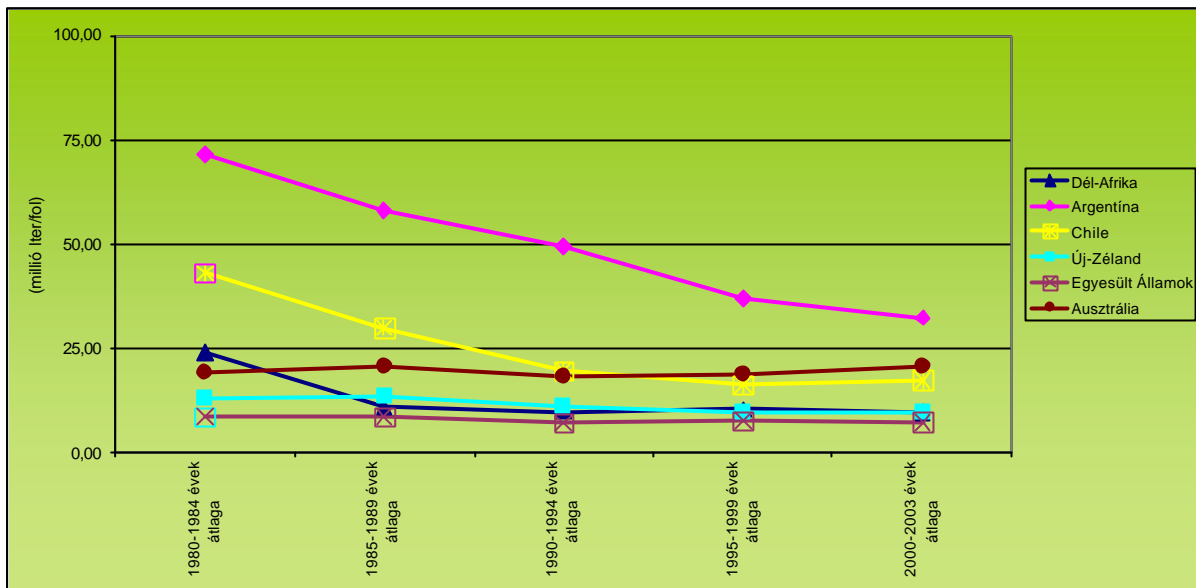


**13. ábra: Néhány kiválasztott ország a legnagyobb fajlagos borfogyasztással rendelkező államok közül, valamint Magyarország egy fore eso borfogyasztása**

**Forrás: FAO, saját számítás**

Az Újvilág egy fore eso borfogyasztását vizsgálva kismértékben beszukült piaccal szembesülhetünk, habár az utolsó évtizedre a fogyasztás már nem mutat visszaesést.

Argentína lakosainak borfogyasztása a fajlagos termeléshez hasonlóan meredek zuhanást mutat, Chile fogyasztási indikátora a kezdeti visszaesés után stabilizálódni látszik, de semmiképpen nem kezdett érzékelhető emelkedésbe – ellentétben a fajlagos termelést mutató jelzőszámmal. Dél-Afrika esetében egy viszonylag nagyobb mértékű visszaesés után már stabil fogyasztási adatokat látunk. Az Egyesült Államok és Óceánia érintett országai a vizsgált időszak egészében – nem jelentős változásokkal – stagnáló képet tárnak a szemünk elé (14. ábra).



14. ábra: Az Újvilág fajlagos borfogyasztásának alakulása

Forrás: FAO, saját számítás

## **2.4. A világ bor-külkereskedelme**

Nemcsak a világ legnagyobb bortermelői, de bor-exporterei is Franciaország, Olaszország és Spanyolország: e három ország az egész világ borexportjának közel hattizedét realizálja (4. táblázat). A bortermelés és a borfogyasztás esetében megfigyelt trendek a bor külföldi értékesítésének esetében is visszaköszönnek, azaz a legnagyobb kivittel bíró országok exportjának részesedése tendenciózusan csökken: húsz év alatt hetven százalékról 58%-ra esett vissza. Ennek hátterében egyrészt a csökkenő termelés és fogyasztás, másrészt az Újvilág piachódítása áll. Magyarország részesedése a borok kivitelében szintén esett a vizsgált húsz év alatt. Míg az 1980-1984 közötti időszakban 5%-os piacrészt tudtunk magunkénak, addig a 2000-2004. évek intervallumára ez az export-részesedés már csupán 1% volt. Ezzel hazánk az exportor országok rangsorában a hetedik helyről a tizenötödik helyre esett vissza.

A tendencia ugyancsak érzékelhető az EU25 országok esetében is (az EU25 alatt továbbra is a 2004. május elseje előtt az EU15 tagállamok és a később csatlakozó tíz ország értendő). Az Unió részesedése a korábbi 87%-ról meredeken zuhant, így a 2004. évvel záródó ötéves ciklusra már csupán 70%-ot ért el. Ha összevetjük a TOP3 tagállamot a teljes Európai Unióval, azt látjuk, hogy az EU25 piacrésze a záró időszakban alacsonyabb volt, mint Franciaország, Olaszország és Spanyolország

együttes részesedése húsz évvel korábban. E három ország és az Unió összesített kivitelét párhuzamba állítva az látszik, hogy a maradék 22 tagállam részesedése nagyobb mértékben esett, vagyis kevésbé volt erős a piacmegtartó képességük.

Ország	1985-1989 évek átlagában	1990-1994 évek átlagában	1995-1999 évek átlagában	2000-2004 évek átlagában
Franciaország	29,29%	25,01%	23,88%	21,99%
Olaszország	29,43%	27,96%	25,10%	21,22%
Spanyolország	11,63%	15,12%	13,42%	14,98%
<b>Összesen</b>	<b>70,35%</b>	<b>68,09%</b>	<b>62,39%</b>	<b>58,19%</b>
EU25	87,82%	84,07%	74,24%	69,79%

**4. táblázat: A világ legnagyobb három borexportorének, valamint az EU25 országok részesedése a világ borkivitelébol**

**Forrás: FAO, saját számítás**

Az egy főre eső borexport már nem tesz lehetővé olyan könnyű, egyértelmű áttekintést, mint a bortermelési vagy éppen a borfogyasztási adatok. A fajlagos borexport viszonylatában azt érdemes kihangsúlyozni, hogy a relatíve kisméretű, agrárspecializálódású országok szerepelnek előkelő helyen. Ciprus és Bulgária korábbi vezető szerepét az újonnan létrejött Moldávia és Macedónia vette át (5. táblázat). Olaszország továbbra is az első tíz között szerepel, míg feltörekvő országnak tekinthető az Újvilágba sorolt Chile, és folyamatos visszaesést látunk Magyarországnál az egy lakosra eső borkivitel tekintetében.

Rangsor	1980-1984 évek átlagában	1985-1989 évek átlagában	1990-1994 évek átlagában	1995-1999 évek átlagában	2000-2004 évek átlagában
1	Ciprus (61,5)	Ciprus (35,4)	Ciprus (67,6)	Macedónia (34,8)	Moldávia (38,3)
2	Bulgária (32,0)	Bulgária (24,0)	Moldávia (30,6)	Moldávia (33,8)	Macedónia (33,9)
3	Olaszország (29,0)	Franciaország (22,7)	Macedónia (25,4)	Olaszország (26,2)	Chile (26,8)
4	<b>Magyarország</b> <b>(22,3)</b>	Olaszország (22,5)	Olaszország (22,6)	Franciaország (24,4)	Olaszország (25,1)
5	Franciaország (17,7)	<b>Magyarország</b> <b>(18,9)</b>	Franciaország (20,1)	Ciprus (23,8)	Franciaország (25,0)
6	Portugália (14,6)	Portugália (15,2)	Portugália (19,7)	Portugália (20,2)	Spanyolország (24,9)
7	Spanyolország (14,4)	Spanyolország (13,0)	Spanyolország (17,6)	Spanyolország (19,9)	Ausztrália (23,9)
8	Algéria (8,42)	Görögország (8,54)	Bulgária (11,7)	Bulgária (19,1)	Portugália (23,3)
9	Albánia (6,76)	Albánia (5,21)	Szlovénia (9,88)	Chile (18,5)	Luxemburg (15,1)
10	Ausztria (6,15)	Németország (3,49)	<b>Magyarország</b> <b>(9,59)</b>	<b>Magyarország</b> <b>(10,4)</b>	Bulgária (10,3)

**5. táblázat: A fajlagos borexport TOP10 rangsora (liter/fo)**

**Forrás: FAO, saját számítás**

A bor exportjának permanens csökkenése értelemszerűen magával vonja az import volumenének esését is. a világ legnagyobb borimporterei Németország, az Egyesült Királyság és az Egyesült Államok a bor behozatalának 40-48%-os részét realizálják. A kép itt tehát már egy kicsit másként fest, ami abban nyilvánul meg, hogy a legnagyobb szereplők közé bekerült az USA is, azonban az országok szintjénél nagyobb régiókban gondolkodva továbbra is az Európai Unió játssza a vezető szerepet. Ha csökkenő mértékben is, de a világ borimportjából több mint hatvan százalékos részesedéssel bír az államközösség. Megfigyelhető, hogy az EU25 borbehozatala nem csökkent olyan mértékben, mint a kivitel, ami ismételten az Unión kívüli országok, de legfőképpen az Újvilág növekvő szerepére utal.

Magyarországról elmondható, hogy nettó exportor országnak számít. A nyolcvanas években még egy százalékot csekély mértékben meghaladó részesedést képviselt a borok importjából, a kilencvenes évektől azonban ez az arány drasztikus visszaesést mutatott. Hazánk az importor országok sorában a 2000-2004. közötti időszakban a hetvenedik helyen szerepelt (6. táblázat).

Ország	1985-1989 évek átlagában	1990-1994 évek átlagában	1995-1999 évek átlagában	2000-2004 évek átlagában
Németország	25,89%	22,90%	19,36%	17,99%
Egyesült Királyság	14,19%	15,03%	14,42%	16,61%
Egyesült Államok	8,43%	5,57%	6,87%	8,45%
<b>Összesen</b>	<b>48,51%</b>	<b>43,50%</b>	<b>40,65%</b>	<b>43,05%</b>
EU25	69,49%	67,91%	62,74%	61,53%

**6. táblázat: A világ legnagyobb három borimportorének részesedése a világ borbehozatalából**

**Forrás: FAO, saját számítás**

Igen életszerű prognózis lehet azonban, hogy az import borok jelentősége a hazai fogyasztásban fellendüloben lesz. Természetesen erre adatok még nem állnak rendelkezésre, ezért a jövőképet inkább csak személyes tapasztalatokon alapuló kutatói intuíciókon nyugszik, mégis bátran vetíthető elő ez a feltételezés. Ezen hipotézisnek egyszerű – racionális és emocionális alapokra helyezett – okai vannak, Ennek a vélelemnek az érvekkel magyarázható hátterét az adja, hogy az uniós csatlakozást követően sokkal szabadabban, kisebb terhekkel áramolhatnak hazánk irányába is az EU-n belüli bortermelő országok termékei. Ennek már most kézzelfogható hatása van: a kiskereskedelemről jelentős részt képviselő nemzetközi kereskedelmi láncok, főként a hipermarket- és diszkontláncok polcain nemcsak megjelentek, de egyre nagyobb teret hódítanak az európai borok. Az öreg kontinensről származó italok mellett már szép számmal képviseltetik magukat az Újvilág különböző borai is. Érzelmileg nyugtató okok közé azt sorolhatjuk, hogy a fogyasztók, különösen az alkalmi eseményekre (születésnap, vendégség) vásárló emberek hajlamosabbak az imázshoz társított kép alapján vásárolni. Ha egy francia bor viszonylag olcsón megvásárolható egy hipermarketben, akkor könnyelműen fordulunk afelé, mint az otthoni borok felé, amelyeket ismerünk, a termelőjében, esetleg az évjáratban megbízunk, de sokkal magasabb áron



juthatnánk hozzá, mint a hangzatos francia, spanyol, olasz, chilei vagy éppen ausztrál borhoz.

A fajlagos borimport nehezen elemezhető ebben a vizsgálati körben, a kép sokkal hektikusabb, mint akár a termelés, akár a fogyasztás vagy éppen az export esetében. Mivel az adatok nem mutatnak egyértelmű konzisztenciát, ezért az egy főre eső borimport nem került az elemzés tárgykörébe.

## **2.5. A világ borpiaca 2003-2010 között – a WWM modellje**

Az *Australian Agribusiness Review* 2005. évi tizenharmadik számában jelent meg egy értekezés, amelyben Wittwer és Rothfield, a Monash Egyetem kutatásának keretében kísérletet tesznek arra, hogy lemodellezzék a világ borpiacának várható legfontosabb tendenciáit a 2003-2010 közötti időszakra (Wittwer-Rothfield [2005]). Wittwer és Rothfield modellje alapvetően az Újvilág borágazatának szempontjából vetíti ki a borpiac jövőképét, de megállapításaik globálisan érvényesnek tekinthetők világviszonylatban is. Modelljük, amely a *World Wine Model* (WWM, a világ bormodellje) néven szerepel elemzéseikben, múltbeli tényadatokra és egy adott feltételrendszerre alapozva elemzi a lehetséges kimeneteket.

A modell háttéréül szolgáló adatbázisok a FAO, az ENSZ, az EU és egyes nemzeti adatállományok, szakmai szervezetek adataiból álltak össze. A modell kiindulásaként a szerzőpáros meghatározott egy feltételrendszert, amelynek keretein belül tekintik érvényesnek az eredményeiket. Ezen feltételrendszer legfontosabb elemei maguk a változók, nevezetesen:

- a makroökonómiai feltételek változása (a népesség és a makrojövedelem változása);
- az egyes régiók borágazatában bekövetkezett változások;
- változások a fogyasztói preferenciákban (a gyengébb minőségű boroktól a prémium kategóriák felé történő elmozdulás);
- a borok eredetének felértékelődése (a származási ország jelentőségének növekedése);
- az amerikai dollár folyamatos leértékelődése.

Alapfeltételezésként azt a nyilvánvalónak tekinthető elméletet tekintették, amely azt mondja ki, hogy a szolo- és bortermelők elsődleges törekvése a költségek minimalizálása, amit alátvetnek a technológiai korlátoknak. Emellett a fogyasztók a hasznosság maximalizálására törekcszenek, amit költségvetési korlátok szabályoznak.

A modell eredményeként a következő megállapításokat teszik:

- a termelés a prémium szegmensek felé mozdul el;
- a gazdasági növekedés pozitív hatást gyakorol mind az árakra, mind pedig a termelésre,
  - a szuper-prémium borok esetében ez a hatás erősebb, mint az alacsonyabb minőségű boroknál, ugyanis az elobbiek jövedelemrugalmassága magasabb;
- a fogyasztói preferenciák elmozdulása a prémium borok felé ugyancsak pozitív hatást gyakorol a termelésre és az árakra;
- az Újvilág termelésének növekvő kínálata csökkenti az egyéb régiók termelői árait, annak ellenére is, hogy esetleg ez utóbbi régiókban a termelés nem nőtt, esetleg éppen csökkent;
- a bor származási országának felértékelődése növeli az ausztrál, új-zélandi és chilei borok iránti keresletet, míg inkább kedvezőtlen hatással van más régiókra;
- a sikeres promóciók létfontosságúak ahhoz, hogy a termelők világszerte megőrizsék versenyképességüket, és a gyorsan fejlődő Újvilág országában megelőzzék az árak esését.

Összességében elmondható, hogy a modell megállapításai nem mondanak ellent a józanész sugallta vélekedésnek, de néhány kritikai észrevétel – a szerzők érdekeit nem vitatva – azonban megfogalmazódik.

Az egyik, és talán a legfontosabb, a dollár árfolyamának tartós esésével szemben merül fel. Mivel a gazdaságok – és nemcsak az Egyesült Államok gazdaságának – növekedése erős oksági viszonyban van a legfontosabb nemzeti valuták, így a dollár árfolyamának változásával is, ezért nem csupán erős feltételezés egy folyamatos

értékvesztést prognosztizálni, de nem zárható ki a modell paramétereit között a multikollinearitás jelensége sem.

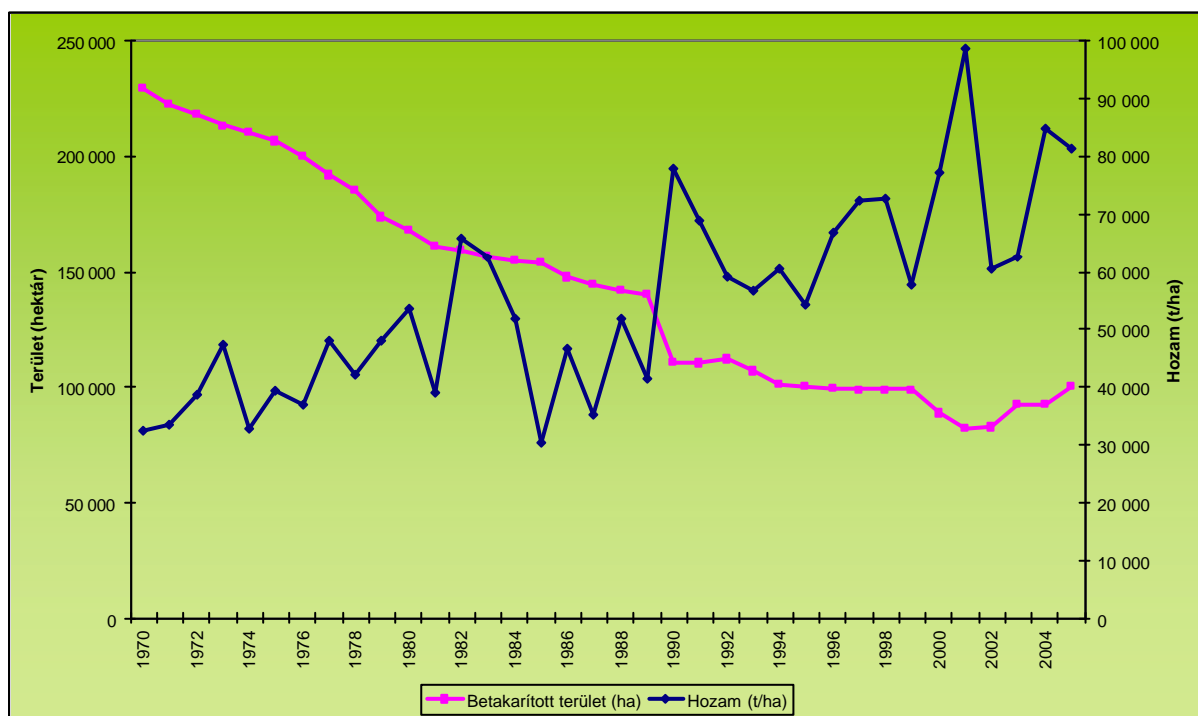
A prémium termékkategóriák felé történő fogyasztói preferencia-átrendeződés szintén erósen korrelálhat a gazdaság fejlettségével, a jólét szintjével. A szerzők továbbá nem tesznek különbséget az egyes nemzeti sajátosságok között, nem tulajdonítanak jelentőséget a – jóllehet nehezen mérhető – borfogyasztási kultúrának. Ezzel mintegy feltételezik azt, hogy a borfogyasztás szempontjából érintett, de leginkább jelentős országok mind rendelkeznek olyan kultúrával és olyan gazdasági szituációban vannak, ahol ez a jelenség valóban erőteljes. Ezzel gyakorlatilag kizárják a fejlődő, ám kétségtelenül nagy piacot jelentő országokat, mint például Oroszország, Kína, de nem fordítanak kellő hangsúlyt Németországra sem, ahol az elemzések szerint nem a prémium termékek fogyasztása a fő preferencia.

Az Európai Unióba újonnan belépett tíz tagállam, különösképpen Magyarország és a borszárművelő országok szempontjából az is érzékeny kérdés, hogy a modell a 2003. évet tekintő kiindulási pontnak, amivel gyakorlatilag az EU15-öt tekintő *status quo*-nak, nem feltételezve az Unió bővülésével együtt járó reménybeli piaci megerősödést.

### 3. Magyarország borpiaca

#### 3.1. Magyarország szoloterülete

A FAO adatai szerint hazánk betakarított szolo-termoterülete 2005-ben 100 ezer hektár volt, ami kevesebb, mint a fele a harminc évvel korábbi területnek. Ez tehát már előre vetíti azt, hogy a világ szolotermelésének csökkenő tendenciája Magyarországon is érvényesült. A 15. ábra egy folyamatosan csökkenő területű szoloművelési ágazatot szemléltet, és ebben a csökkenésben csak néha érzékelhető megtorpanás, többször azonban meredek zuhanás látszik.



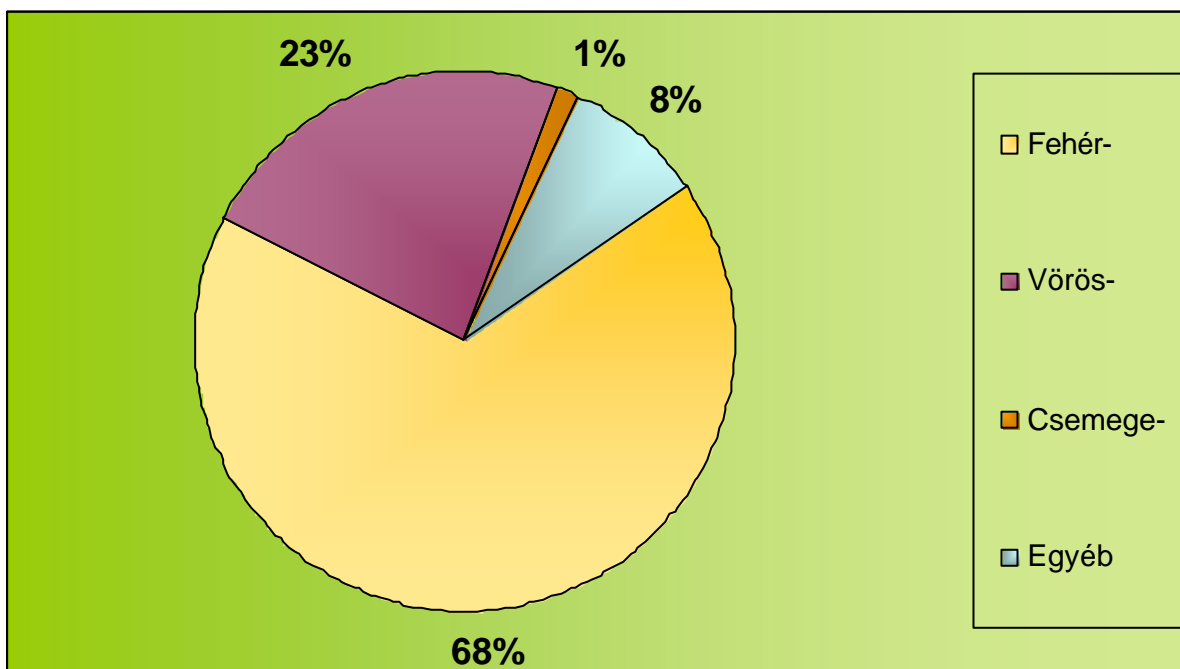
15. ábra: Magyarország szoloterülete és a termoterületek szolohozama

Forrás: FAO, saját számítás

Ha az éves hozamok növekményét vetjük össze a termoterület nagyságának csökkenésével, akkor már korántsem egyértelműen kiábrándító a helyzet. A hozamok emelkedése vizuálisan megegyezik a betakarított terület nagyságának csökkenésével, ami egyben már a szolotermesztés racionalizálását is mutatja. Ez

tehát nem jelent mást, mint azt, hogy egységnyi területen megmuvelt szolo nagyobb mennyiséget volt képes megtermelni az idoszak végén, mint a megelőző években, évtizedekben.

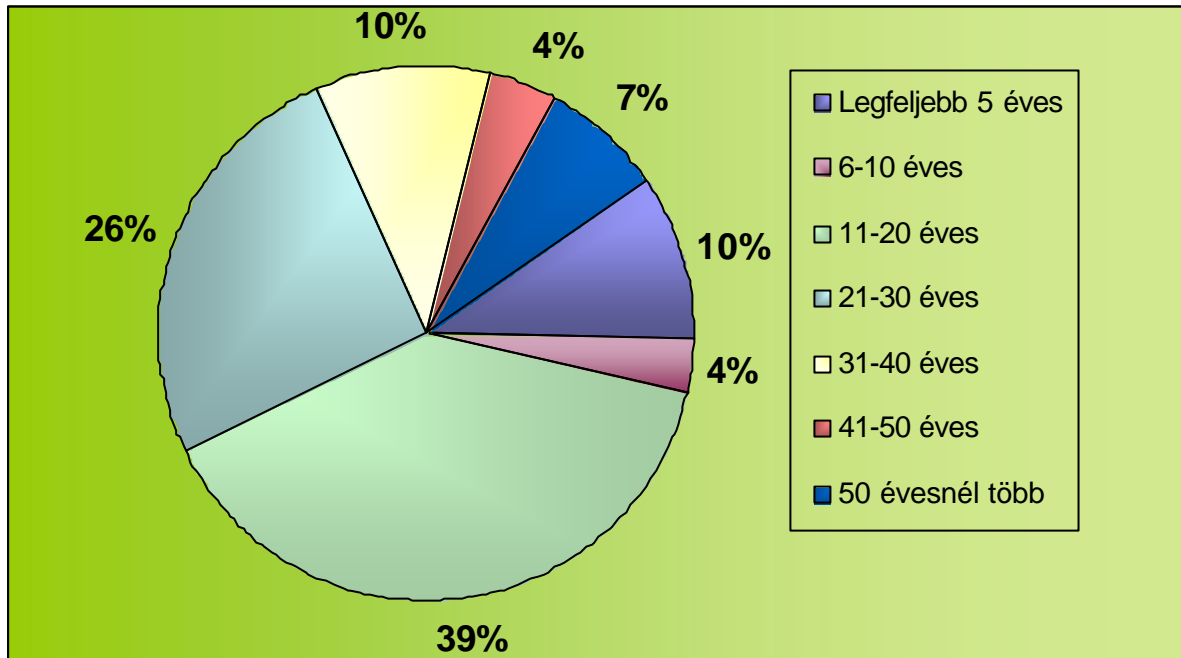
A Központi Statisztikai Hivatal 2001-ben elvégzett ültetvény-összeírása szerint Magyarország borszoloültetvényei jellemzően a fehérborok termelését teszik lehetővé (16. ábra). Az összes szoloterület – ideértve a bor- és csemegeszolt is – kétharmada fehérbor-szolo, és nem egész egynegyede vörösbor-szoloültetvényeket foglal magában. A csemegeszolo aránya meglehetősen alacsony, mindössze egy százalékos részt képvisel, ami erősíti hazánknak a bortermelés felé történő szakosodását. A fehér- és vörösborszokok ilyen mértékű megoszlása egyébként nem hazai jelenség; a bortermelő országok fő profilja dominánsan a fehérbor-termelés.



**16. ábra: Magyarország szoloterületének fajta szerinti megoszlása,**  
Forrás: KSH, Ültetvény-összeírás, 2001

A szolotermesztés minőségére hatást gyakorol a termő ültetvények életkora is, amelyről szintén vegyes képet láthatunk. A hazai szoloültetvények ötöde (21%) legalább harminc éves, ezen belül is 7% több mint félszáz esztendős, vagyis kifejezetten öregnek mondható. A nagyon „fiatal” területek, vagyis a legfeljebb tízéves életkorú ültetvények összesen 14%-át adják az összes hazai szoloterületnek,

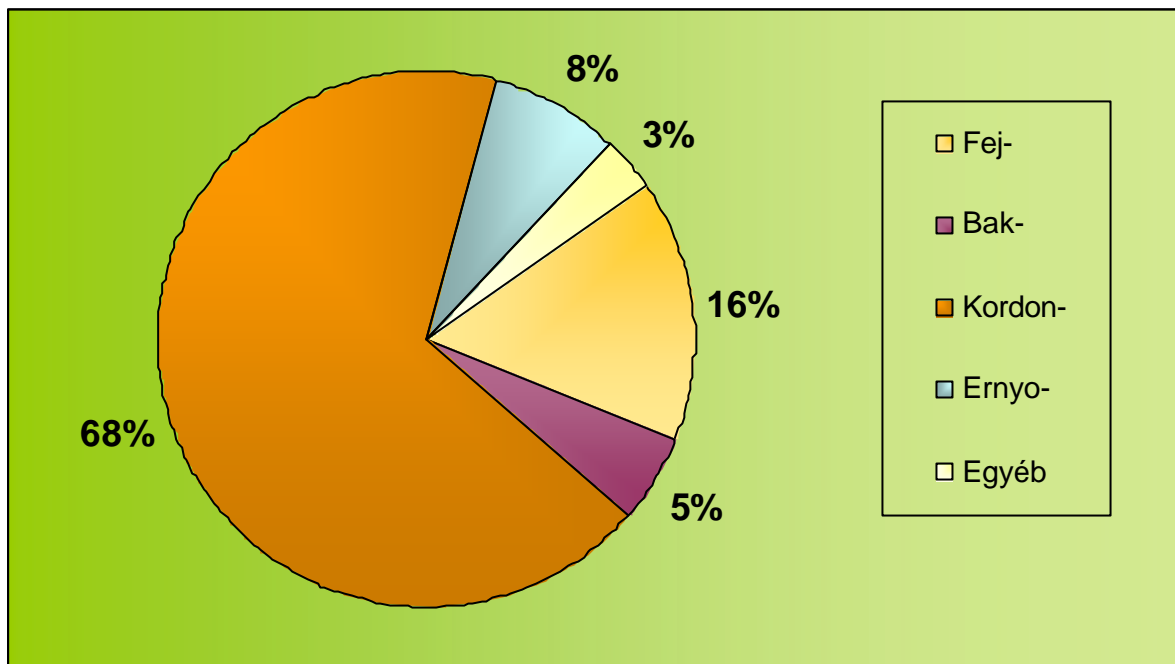
míg a 11-30 éves korral bíró ültetvények dominálnak a hazai szőlőágazatban; együttes jelentőségük 65%, azaz a teljes szoloterületnek közel kétharmadát alkotják. A szoloterület életkorát tekintve tehát viszonylag kedvező az ágazat helyzete hazánkban (17. ábra).



**17. ábra: Magyarország szoloterületének életkor szerinti megoszlása,**

**Forrás: KSH, Ültetvény-összeírás, 2001**

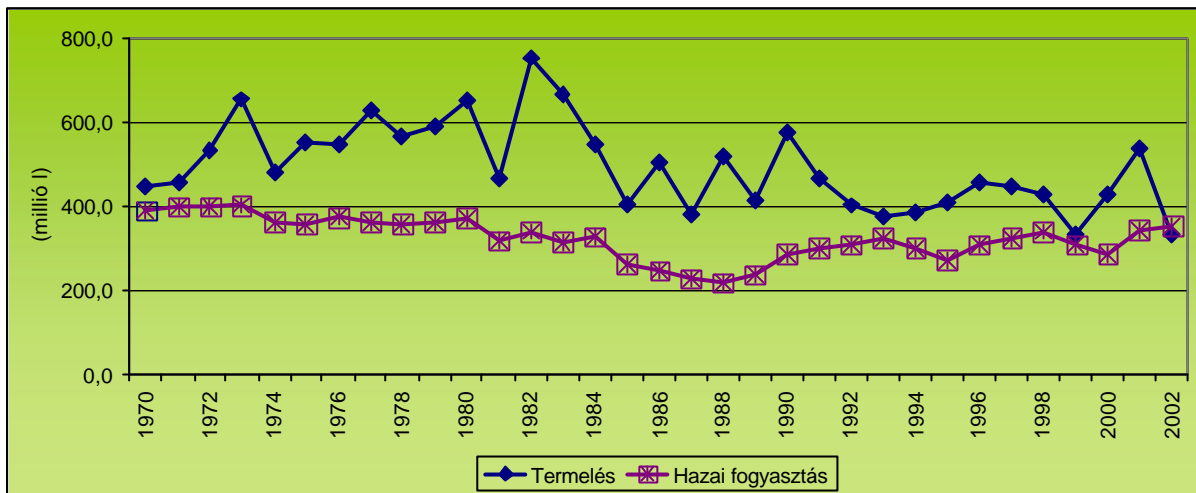
A 18. ábra a szoloterületeknek a művelési mód szerinti megoszlását mutatja be. Ennek a kördiagramnak a tartalma a magyar szolotermesztési ágazat struktúráját, fejlettségi fokát szemlélteti, de nem hagyja figyelmen kívül a területi és domborzati viszonyokat, valamint a Magyarországon hagyományosnak tekinthető művelési módokat sem. A minőségi szolotermelést leginkább elősegítő ernyoművelés az összes szoloterületnek mindössze 8%-ára jellemző. A kevésbé korszerű fej- illetve bakművelést a szoloterületek 21 százalékán végzik, de a hazai ültetvényekre a leginkább jellemző a kevésbé modern, ám könnyen alkalmazható művelési mód, a kordonművelés alkalmazása (68%). Ebben a dominanciában érzékelhető leginkább a hagyományos szoloművelés (18. ábra).



18. ábra: Magyarország szoloterületének művelési mód szerinti megoszlása,  
Forrás: KSH, Ültetvény-összeírás, 2001

### **3.2. Magyarország bortermelése és borfogyasztása**

A magyar bortermelés – hasonlóképpen a világ hagyományos bortermelői országaiban végbement folyamatokhoz – a vizsgált harminckét év alatt csökkenő tendenciát mutatott. A bortermelés évenkénti változása semmiképpen nem tekinthető kiegyensúlyozottnak, észlelhetőek hullámvölgyek és csúcsévek is. Ebben az időtávban a mennyiségileg legkiemelkedőbb év az 1982. esztendő volt, amikor is a hazai bor előállított mennyisége 757 millió literben realizálódott. Ezt követően is voltak csúcsévek, de egyik sem érte el az 1982-t megelőző nagy volumenu esztendők termelését. Két kiemelkedő évről beszélhetünk a kilencvenes évek elejétől mint rekorder évekről, nevezetesen 1990-ról (578 millió liter) és 2001-ről (540 millió liter). Az 1970-2002 közötti időszakban a legkevésbé sikeres évek az intervallum végén találhatók: 1999 (334 millió liter) és 2002 (353 millió liter). Meglehető módon pont e két esztendő fogta közre a záróperiódusok – fent említett – egyik csúcsévét (19. ábra).



**19. ábra: Magyarország bortermelése, és borfogyasztása az 1970-2002 közötti időszakban,**  
**Forrás: KSH, saját számítás**

Radócné-Györe [2006] szerint a bor értékesítésénél a fajta az egyik meghatározó tényező. Magyarországon meglehetősen sokféle szőlőfajtát termesztnek, aminek háttérben az egyes termőhelyek különböző adottságai állnak. Mivel a vörösbor kereslete az 1990-es évek derekától folyamatos növekedésen ment keresztül, ezért ebben az időszakban a kékszőlők telepítése vált meghatározóvá. A folyamat azonban 2001-ben megtorpant a szerzők számításai szerint. Radócné-Györe [2006] elemzése alapján elmondható, hogy 2002-ben az arány kiegyenlítődött és 2003-ban ismét a fehér fajták telepítése került előtérbe. Jelentős volt a jó minőséget nyújtó világfajták (pl. chardonnay, sauvignon blanc, cabernet sauvignon, cabernet franc, merlot) felhasználása 1996 és 2003 között. A hungaricumok fajtáiból a furmint, a hárslevelű stagnált és kismértékben visszaesett az olaszrizling telepítése. Az új fajták közül a csereszegi fűszeres, míg a hagyományos fajták közül a kékfrankos irányában mutatkozott nagy igény, emellett az elmúlt években újra kezdték szaporítani a kadarka, juhfark, kéknyelű fajtákat is.

Az 1998 és 2004 közötti évek termelési adatai nem tükrözik egyértelműen a magyar szőlő- és bortermelésnek a minőségi termékek felé való elmozdulást. A borra kifejezetten jellemző a mennyiség és a minőség ellentétes irányú kapcsolata, ami abban érzékelhető, hogy a nagyobb mennyiségeket termő években többnyire alacsonyabb minőségű az előállított bor, ezért meglehetősen az asztali borok aránya (Radócné-Györe [2006]).



Megnevezés	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Fehérbor	75%	74,4%	74,8%	75,1%	75,8%	73,8%	72,4%
Vörösbor	25%	25,6%	25,2%	24,9%	24,2%	26,2%	27,6%
<b>Összesen</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Asztali bor	37,3%	34,9%	35,9%	52,6%	28,7%	33,7%	41,3%
Minoségi bor	62,8%	65,1%	64,1%	47,5%	71,3%	66,3%	58,7%
<b>Összesen</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**7. táblázat: A bortermelés szín és minőség szerinti megoszlása a borvidékeken**

**Forrás: Radócné-Györe [2006]**

Radócné-Györe [2006] véleménye szerint a szolotermelők nem érdekeltek a bor minőségében és eladhatóságában, ugyanis jelentős részük még mindig nem rendelkezik feldolgozóval és nem tagja termelői szervezetnek. Az ágazatban működő felvásárlói típusú integrációkra a bizonytalanság és a kiszolgáltatottság jellemző, semmint a korrekt, hosszú távú szerződéses viszonyok. A 2004/2005. borpiaci év kedvezőtlenül alakult a szolo- és bortermelők számára. A túltermelés következtében esett a szolo felvásárlási ára, csökkent az export. A piaci helyzetet tovább rontotta az ellenőrizetlen forrásból származó óriási készletmennyiség és a szolo-borágazat felkészületlensége az uniós intervenciós mechanizmusok alkalmazására. Később jelentek meg a Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal közleményei, szinte néhány nap alatt kellett az intézkedés végrehajtásához szükséges feltételeknek eleget tenni, például a magántárolásra, lepárlásra a szerződéseket megkötni. A 2005. év nem kedvezett a szolotermelésnek. A nyár csapadékos és hűvös volt, a gombabetegségek kezelése sokba került, a cukorfelhalmozás vontatottan haladt. A nyár végi, kora őszi csapadékos időjárás miatt a korai fajták romlásnak indultak, a később érő fajtáknál azonban jobb minőséget lehetett elérni. A termés kiesés és a gyenge-közepes minőség mellett a felvásárlási árak a szüret elején az előző évhez képest tovább csökkentek.

A 19. ábra mutatja be a hazai borfogyasztás trendvonalát is, amelyről szintén egyfajta csökkenés olvasható le, azonban ez arányaiban nem tekinthető olyan mértékű visszaesésnek, mint a bortermelés volumenének esetében. A tendencia a fogyasztásnál valamivel kiegyensúlyozottabb, jóllehet, itt is érzékelhetőek ingadozások. Egyik évről a másikra a változások kevésbé jelentkeznek olyan erőteljesen, mint a termelésnél, de az nem is okozhat meglepetést, lévén a

fogyasztói preferenciák sokkal kiegyensúlyozottabbak, mint az idojárás viszonyosságai. A hazai borfogyasztás a mélypontját az elozo társadalmi-gazdasági rendszer létezésének végén, az 1985-1989 közötti időszakban érte el. A legalacsonyabb elfogyasztott mennyiséget az 1988-as esztendő realizálta, mintegy 217 millió literrel. A teljes vizsgált időszak fogyasztási rekordját az 1973. év hozta, összesen 402 millió liter elfogyasztásával. A rendszerváltást követő évek a borfogyasztás reneszánszát jelentették, és jelentik most is. A tendencia 1989 óta egy mérsékelt, ám többé-kevésbé folyamatos növekményt eredményez az elfogyasztott bor mennyiségének tekintetében.

Az egy főre eső hazai fogyasztás 20,8 liter/év (1988) és 38,5 liter/év (1973) között váltakozott, folyamatosan csökkenő tendenciát mutatva a mélypontot jelölő 1988. esztendőig, amikortól a trend emelkedésbe fordult át, és 2002-re elérte a 34,7 liter/éves szintet. Ezt a mennyiséget utoljára 1980-ban fogyasztotta el hazánk lakossága.

A magyar háztartások kiadási adataiból a borfogyasztásra fordított arány értékeit mutatja be a 8. táblázat, amiből elsőként az tűnik ki, hogy a szeszesitalokra költött összegek a borok esetében csökkenő részt képviselnek. Ez az arány a sörök irányába tolódott el 2001-től 2004-re. Pozitívum viszont, hogy e két évet vizsgálva a szeszes italokra fordított összegek valamelyest csökkentek. Az élelmiszerek, szeszes italok és dohányárak termékcsoportjaiból a borra fordított egy főre eső háztartási kiadások enyhe növekedést mutattak, ami azt jelenti, hogy az élelmiszerek, illetve a dohányárak rovására költöttek az emberek többet borvásárlásra. Az összes háztartási kiadást bázisnak tekintve már ismét csökkenést tapasztalunk, ami nem rejt mást, mint azt, hogy az egyének háztartási kiadásaiban nagyobb szerepet kaptak a nem mindennapi fogyasztási cikkek, szolgáltatások.

Bázis	2001	2004
Borfogyasztás <sup>1</sup>	33,37%	29,93%
Sörfogyasztás <sup>1</sup>	44,25%	49,72%
Egyéb szeszes italok fogyasztása <sup>1</sup>	22,38%	20,35%
Szeszesitalok összesen	100,00%	100,00%
Élelmiszerek, szeszes italok, dohányárúk <sup>2</sup>	1,24%	1,30%
Összes háztartási kiadás <sup>2</sup>	0,43%	0,36%

**8. táblázat: A háztartási kiadások szerkezete (egy fore eso kiadás)**

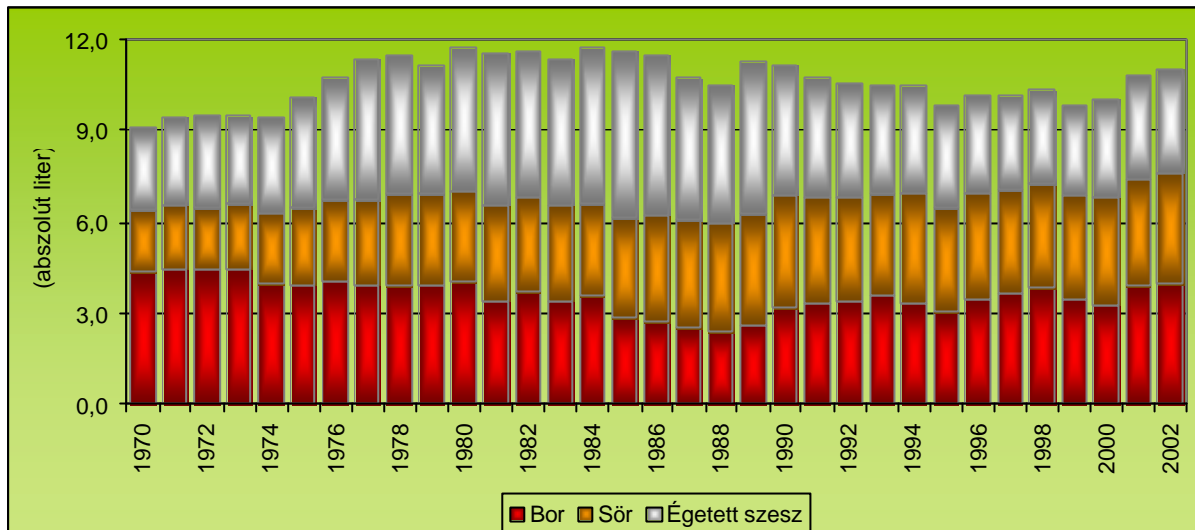
**Forrás: KSH, saját számítás**

A hazai borfogyasztás nagyságrendjének és tendenciájának megítéléséhez elhanyagolhatatlan annak a versenytárs-termékekkel való összevetése. A kompetitor termékek alatt jelen esetben csak az alkoholos italok (sör és égetett szesz) értendők, jóllehet szokás versenytársként meghatározni az ásványvizet, az üdítőitalokat, zöldség- és gyümölcsleveket, jeges teát, sőt bizonyos esetekben még a tejet is. Egy ilyen jellegű összevetés azonban túlmutat e tanulmány keretein, ezért az alábbiakban csak a közvetlenül versenyző, helyettesítő, esetleg kiegészítő termékek kerültek az elemzés hatókörébe. Az ország alkoholfogyasztási tendenciáit a legcélszerűbb az abszolút literben<sup>3</sup> történő szeszesital-fogyasztás alapján meghatározni, ahogy azt a 20. ábra is teszi. A borfogyasztás nagysága viszonylag stabil volt 1970-1973 között, amikor (4,4 liter/fo), amikor bekövetkezett egy kisebb alacsonyabb szinten (4 liter/fo) stabilizálódó visszaesés, ami egészen 1980-ig tartott. A nyolcvanas évek elején (1981-1984) 3,5 literes fejenkénti borfogyasztás valósult meg hazánkban, tehát ismételen csökkenés történt. Ezt újabb visszaesés követte, így 1985-1989 között az átlagos fogyasztás már mindössze 2,6 liter volt. A rendszerváltás után és az azt követő években az átlagos fogyasztás már csak kismértékben ingadozott és megállapodni látszott 3,5 literben, de a 2001-2002. esztendőben ismét növekedni látszott a fejenkénti borfogyasztás hazánkban.

<sup>1</sup> A szeszesitalokra fordított háztartási kiadások részarányában.

<sup>2</sup> A borfogyasztásra fordított háztartási kiadások részaránya a megnevezett bázis százalékában.

<sup>3</sup> A KSH számításaiban az abszolút literre történő korrekció a bor esetében 11,5%-os, a sörnél 3,5%-os (1991-ig), 3,65%-os (1992), 4%-os (1993), 4,3%-os (1994), 4,6%-os (1995), 5%-os (1996-tól) átlagos szesztartalom figyelembevételével zajlott.



**20. ábra: Az egy fore jutó fogyasztás**

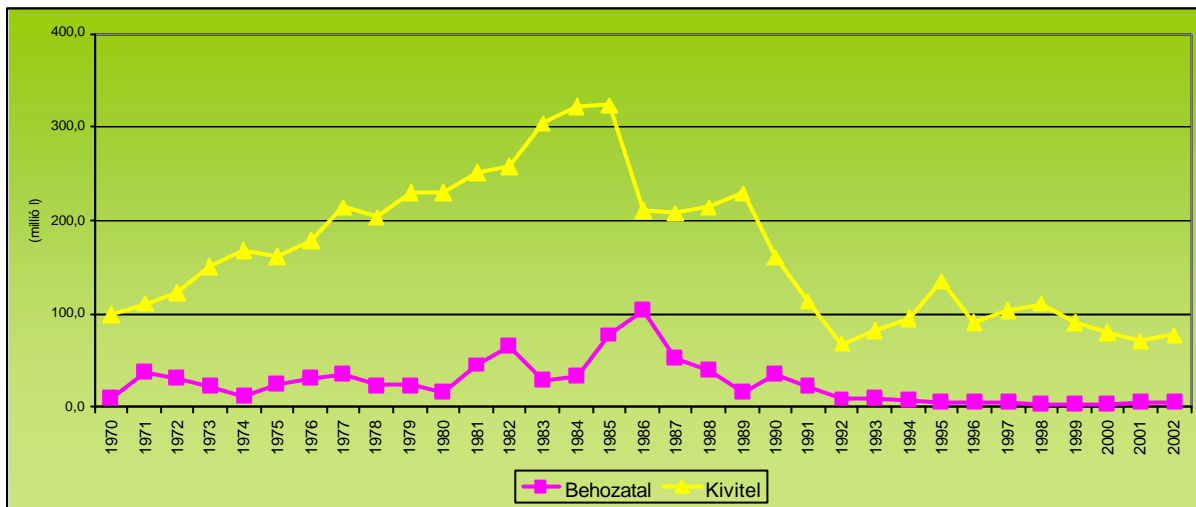
**Forrás: KSH, saját számítás**

Felmerül a kérdés, hogy ez vajon az alkoholfogyasztás általános csökkenésének következménye, vagy igazolódik az az elmélet, miszerint a változó fogyasztói preferenciák inkább a sört, de még inkább a röviditalokat kezdik elonyben részesíteni. A 20. ábra jól kivehetően mutatja, hogy semmiképpen sem az alkoholfogyasztás csökkenésének tudható be a borfogyasztásnak ilyen irányú változása, hiszen a kumulált adatsorok 1986-ig magasabb volument ábrázolnak, ekkor azonban egy kismértéku – és ideiglenesnek bizonyuló – visszaesés következett be. Ez a megtorpanás valószínűleg a korszak alkoholkorlátozó intézkedéseinek is köszönhető, hiszen a rendszerváltás éveivel újból megugrott a szeszesital-fogyasztás Magyarországon, amit rögtön egy újabb hullámvölgy követett. Az alkoholfogyasztásnak a 2001-2002 években érzékelhető enyhe növekedése viszont már egyértelműen a magára találó borfogyasztásnak tudható be.

### **3.3. Magyarország bor-külkereskedelme**

A 21. ábra szerint megerősödni látszik az a korábbi állítás, miszerint Magyarország nettó exportor a külpiazi borértékesítésben: a kivitel volumene jelentos mértékben meghaladja a behozott bor mennyiségét. Sajnos a kép ennél azért sokkal árnyaltabb. Hazánk kivitele egészen 1985-ig (323 millió literre) töretlenül nőtt, ekkor azonban drasztikus visszaesést produkálva (210 millió literre) – csekély és ideiglenes fellendüléssel – a későbbi években is zsugorodott. A mélypont az 1992. évi 67 millió

literes export volt, ami csupán a 21%-a az 1985-ös rekordévnek. Ezt követően egy kisebb növekedést tapasztalhatunk, de az 1996. év óta – elhanyagolható mértékű ingadozásokkal – a borkivitel stabilizálódni látszik egy ~89 millió liter/éves szinten.



**21. ábra: Magyarország bor-külkereskedelme**

**Forrás: KSH, saját számítás**

A magyar bor exportjának célország szerinti szerkezetét mutatja be a 9. táblázat. A tábla összesítve tartalmazza hordós bor és a palackozott bor kivitelét a legnagyobb export-részarányt képviselő partnerországokba, a 2004. év eredményei alapján sorba rendezett formában. A tábla a „vízválasztó” idopontokra, intervallumokra határozza meg az export mennyiségét és részesedését, vagyis arra az évre, amikor az Unió bővítése még nem történt meg, valamint a bővítés évére. Ha a táblázat összesítő sorait tekintjük, akkor az a nem újszerű megállapítás tehető, hogy a hazai borexport legfőbb partnerországait az Európai Unió tömöríti: a két vizsgált évben a teljes magyar borexportnak 87%-a realizálódott az EU-ban. Az EU-n belül azonban látszik egy kis átrendeződés is. Amíg 2003-ban – az akkor még nem uniótag – EU9 országok exportból kivett része 30% volt, addigra egy évvel később ez az arány már 36%-ra ugrott. Mindezek természetesen azt is jelentik, hogy az EU15 országok részaránya csökkent egyik évről a másikra. Ez a részesedésbeni visszaesés elsősorban a Németország felé irányuló kivitelnek abszolút számokban és relatív értékekben egyaránt kitűnő csökkenésnek köszönhető. Ennek ellenére a Szövetségi Köztársaság továbbra is nagyságrenddel a többi ország előtt szerepel hazánk fő kereskedelmi partnereként. A vizsgált két évben a második-harmadik helyen Csehország és az Egyesült Királyság található, sőt, egészen a hatodik helyel

bezárólag csak uniós állam szerepel. A legnagyobb tizenhét partner rangsorában mindössze két Európán kívüli ország szerepel, ezek pedig az USA és Kanada a 11-12. helyezéssel.

Rangsor	Ország	2003. évi export (hl)	2004. évi export (hl)	2003. évi export- részesedés	2004. évi export- részesedés
1	Németország	198 365	103 269	29%	20%
2	Csehország	82 050	81 349	12%	16%
3	Egyesült Királyság	98 353	69 453	14%	14%
4	Lengyelország	46 439	45 162	7%	9%
5	Szlovákia	49 182	44 569	7%	9%
6	Dánia	29 884	28 238	4%	6%
7	Oroszország	32 386	25 647	5%	5%
8	Olaszország	19 372	18 126	3%	4%
9	Finnország	22 518	17 551	3%	3%
10	Litvánia	20 898	9 167	3%	2%
11	Kanada	9 272	7 999	1%	2%
12	Egyesült Államok	7 639	6 942	1%	1%
13	Svédország	12 468	6 731	2%	1%
14	Ukrajna	11 906	6 193	2%	1%
15	Svájc	5 026	4 529	1%	1%
16	Lettország	3 701	2 704	1%	1%
17	Hollandia	4 548	1 778	1%	0%
	EU9 összesen	204 095	183 829	30%	36%
	EU15 összesen	394 004	257 994	57%	51%
	EU24 összesen	598 099	441 823	87%	87%
	<b>Teljes export</b>	<b>688 606</b>	<b>505 369</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

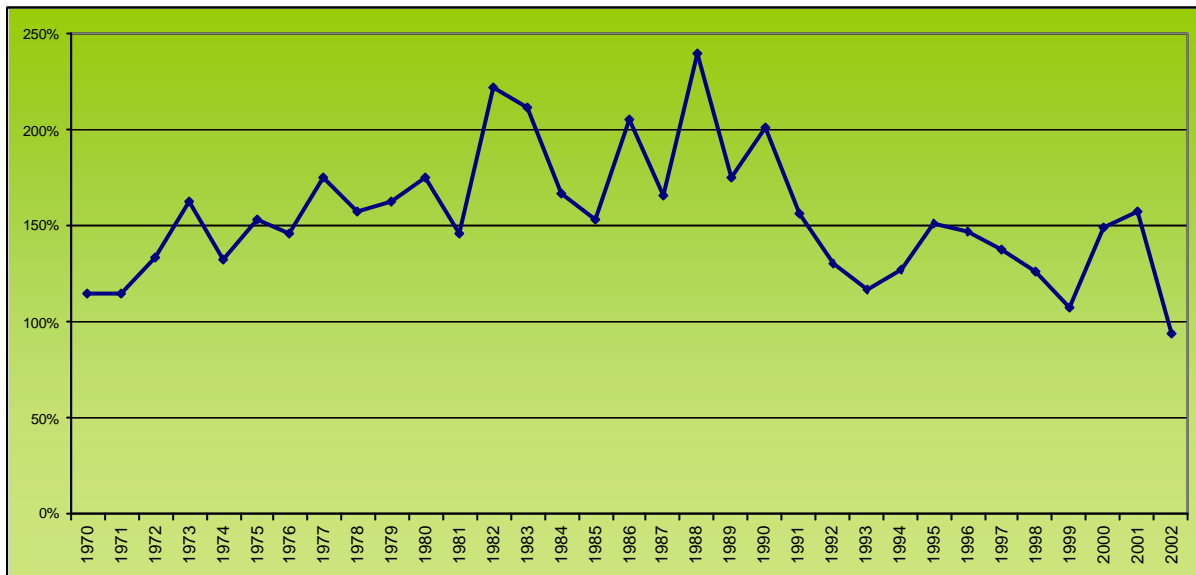
**9. táblázat: A magyar palackozott- és hordósbor-kivitel a fontosabb célszországokba**

**Forrás: Radóczné-Györe [2006], saját számítás**

Ha a két év részesedéseit összevetjük, akkor az látszik, hogy a hirtelen megnyíló piacok nem váltottak ki azonnali exportbővítést eredményező reakciót a borkereskedőkben. A piacnyitás kínálta lehetőségek nem csupán elmaradtak, de inkább egyfajta – remélhetőleg ideiglenes – exportcsökkenéssel szembesülhettünk.

Az önellátottsági fok, vagyis a termelés és a hazai fogyasztás aránya jól szemlélteti Magyarország borpiaci helyzetét (22. ábra). Mivel a termelés meglehetősen ingadozó, a fogyasztás viszont kismértékben változik évről-évre, ezért az önellátottság fokának grafikonja a bortermelés változékonyságát követve ingadozik,

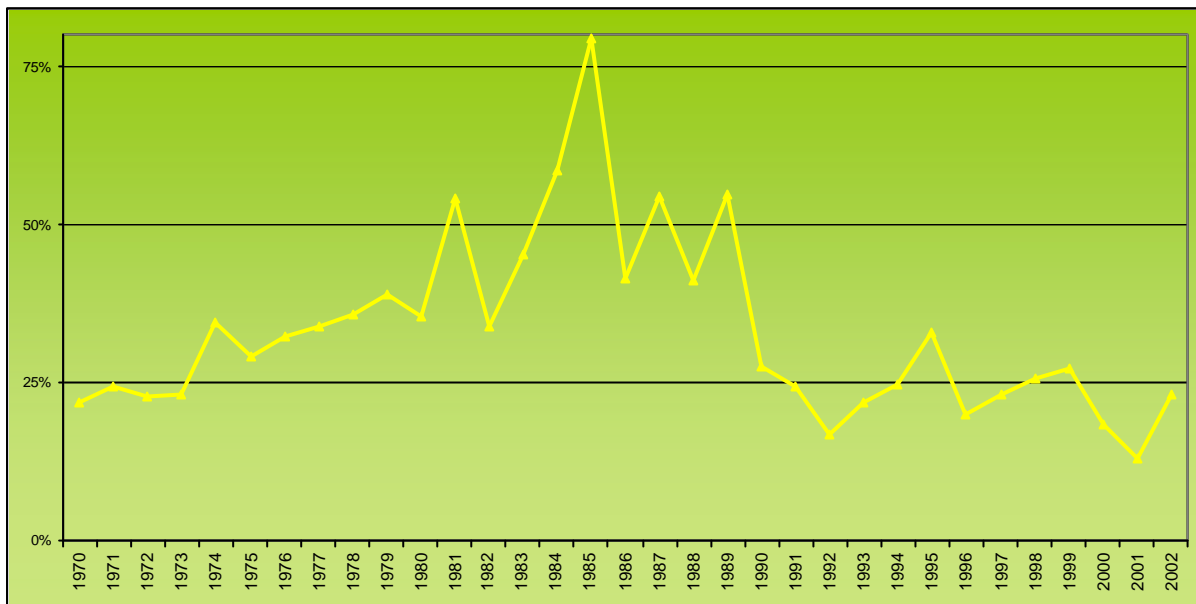
de a legfontosabb megállapítás az, hogy az utolsó, 2002. évet leszámítva folyamatosan 100% feletti az indikátor értéke. Ez azt jelenti, hogy a hazai piacon többlettermelés uralkodik. Ennek a többlettermelésnek a mértéke bizonyos időszakokban (a nyolcvanas években) megközelíti, sőt, egyes években meg is haladja a 200%-ot, ami szavakra lefordítva arra utal, hogy az itthon elfogyasztott bor mennyiségének dupláját állította elő az ágazat.



**22. ábra: Magyarország borpiacának önellátottsági foka az 1970-2002 közötti időszakban,**

**Forrás: KSH, saját számítás**

Ezzel összefüggésben kell vizsgálni az exportnak a termeléshez viszonyított arányát, hiszen ez a mutató adja meg a választ arra a kérdésre, vajon a többlettermelés által generált, de el nem fogyasztott mennyiség milyen sorsra jut, megfelelő mértékben kerül-e a nemzetközi piacokon történő továbbértékesítésre (23. ábra). A nyolcvanas évek idoszaka ebben a megközelítésben is rendkívüli szerepet játszott. Ekkor voltak a fajlagos borexportunk rekordévei. A mutató értéke az 1985. évben érte el maximumát, amikor 80%-ban csúcsosodott ki. A nyolcvanas évek összességében hozzávetőlegesen 50%-os aránnyal szembesülünk, ami azt jelenti, hogy egyik évről a másikra – valamekkora ingadozással – az összes megtermelt bor fele a külföldön került eladásra. A kilencvenes évek elején hirtelen megtorpanást látunk, amelynek következtében azóta sem sikerült elérni a korábbi rekordéveket. Az 1990. évtől kezdődően a mutató tanúsága szerint csupán minden negyedik megtermelt liter bort értékesítettünk külföldön.



**23. ábra: Magyarország borpiaci exportjának a bortermeléshez viszonyított aránya az 1970-2002 közötti időszakban,**  
Forrás: KSH, saját számítás

## 4. A versenyképesség értelmezése

Jelen disszertáció egyik legfontosabb vizsgálati kérdése a bor külkereskedelmének versenyképessége. A most következő fejezetben a későbbi versenyképességi elemzés megalapozása kerül bemutatásra, a versenyképesség, a specializáció és a komparatív elonyök fogalomkörén, valamint az alkalmazott mutatószámokon keresztül. A fejezet olvasása során találkozhatunk a különféle definíciókkal, valamint a versenyképességi elemzések során alkalmazott legfontosabb mutatószámokkal, illetve azok kritikájával.

A versenyképesség **Lengyel** szerint (Lengyel [2000]) „*a piaci versengésre való késztséget jelenti, a pozíciószerezés és tartós helytállás képességét, amit elsősorban az üzleti sikeresség, a piaci részesedés és a jövedelmezőség növelése jelez.*”

Mivel a versenyképességet több szinten mérjük, mérhetjük, ezért az eltéő piacok más szempontok szerint írhatók le. Lengyel úgy gondolja, hogy a vállalatok közötti versenyben kiemelkedő szerephez jut a tevékenységek földrajzi elhelyezkedése. Ezen túlmutatva azt is leírja, hogy a versenyképességet meghatározó elonyök egy adott iparágban az ország keretei között gyakran csak egy-egy – szűkebb vagy



tágabb értelemben vett – régióhoz köthetők. Véleménye szerint azonban a globalizáció kiszélesítette a verseny értelmezésének körét, aminek mintegy ellentételezéseként, vagy következményeként a lokalizáció és a regionális szerepek megerősödnek, ezzel egyetemben pedig decentralizálttá válnak a gazdasági döntések. Mindehhez hozzájárul még a szubszidiaritás elve, vagyis a hazai termékeknek a globális piacokon elérhető termékekkel való helyettesítése (Lengyel [2000]). A versenyképesség eredményét tágabb értelemben az üzleti sikerek fémjelzik, amelyek mérhetőek a profitabilitás, a növekvő piaci részesedés által is.

Lengyel megfogalmazása kissé tautologikus abban a megközelítésben, hogy egy fogalmat egy másik, olyan rokonfogalommal magyaráz, amely közel szinonimája lehet az eredetinek. Ilyen értelemben a versenyképesség és a piaci versengésre való készség gyakorlatilag ugyanazt jelenti, de ennek további mélyítése (pl. az üzleti sikeresség) sem ad pótlólagos magyarázatot. A meghatározás ilyen megközelítésben tehát kissé triviálisnak tűnhet.

A versenyképesség irányzatainak alakulásához több név is köthető. **Krugman** a gazdasági tevékenységek jelentős részénél érzékelhető földrajzi koncentrációból indul ki. *„Az elmúlt években feltámadt az érdeklődés a fejlődés földrajzi megközelítése, vagyis azon kérdések iránt, hogy a gazdasági tevékenységek hol mennek végbe.”* (Krugman [1999], idézi Lengyel [2000]).

Krugman a gazdaság térbeliségének meghatározása során egy kétszektörű gazdaságot tekint kiindulási alapnak. Az egyik a helyhez kötött, a másik a bárhol folytatható gazdasági tevékenység (Krugman [1995], idézi: Lengyel [2000]).

Ha az agráriumra, és azon belül is a bortermelő ágazatra értelmezzük ezt a kétszektörű gazdaságot, akkor arra a következtetésre juthatunk, hogy a borágazat immobil, vagyis helyhez kötött tevékenység, amit bizonyít az is, hogy szőlőtermelés jelenleg a világ 67 országában folyik. Krugman meghatározása a mezőgazdaságra gyakorlatilag nem alkalmazható, hiszen az agrárszektör jellemzően „földhöz kötött” ágazat.

Mivel a globalizáció együtt jár a deregulációval és a kommunikáció fejlődésével, ezért a világ gazdaságában is megerősödött a verseny. A globális verseny a regionális

versenyképességre is közvetlen hatással van, amelynek legfőbb folyamatai (Lengyel [2000]):

- a külföldi cégek megjelenése;
- a termelés multinacionálissá válása, a termelési tényezők beszerzésének versenyét is növelik;
- a nemzetközi kereskedelemben az import jelentos része az anyavállalat és (külföldi) leányvállalatai között zajlik;
- egyre erosebb az összefonódás a tevékenységek különböző szintjei között.

Mindezek miatt az egyes országoknak jelentosen ki kell állniuk a hazai piac védelme mellett, ami az országok gazdaságának versenyképesség-javítását fogalmazza meg célkituzésül. Ehhez természetesen olyan eszközöket kell keresni, amelyek a piaci folyamatokba való közvetett beavatkozásokban jelentkeznek. Az eszköztárak kialakításához vált szükségessé a versenyképesség (újra)definiálása, valamint a versenyképesség erősítésének feltételrendszere, illetve annak meghatározása.

A versenyképesség fogalma a globális piacok tekintetében kettos: **mikroszinten** (a vállalatok esetében) az üzleti sikerességet, **makroszinten** (az országoknál) a gazdasági növekedést jelenti.

**Krugman** és **Porter** is a termelékenység, a termelékenységi szint és annak növekedése segítségével határozzák meg a versenyképességet, azonban mindketten a teljes termelékenységet veszik figyelembe, nem térnek ki sem a munka-, sem a toketermelékenységre. A szerzők álláspontja szerint a versenyképesség nem makroökonómiai kategória (Lengyel [2000]). Ez a megközelítés tehát alapvetően megkérdőjelezhető.

Mások véleménye szerint viszont a makrogazdaságok **nemzetközi versenyképessége** mérhető, mégpedig ex post, vagy ex ante módokon.

Az **ex post** mérés a gazdaság múltbeli teljesítményét elemzi, melynek a főbb mutatói: a GDP növekedési üteme, az egy lakosra jutó GDP, a külkereskedelmi egyensúly alakulása, az exportpiaci részesedés, az országok relatív költségszintje (munkaero, reálárfolyam stb.) (Botos [1982], Kovács [1999], Oblath [1998], Pula [1999], Török [1999], idézi (Lengyel [2000])).

Az ex post mérésekkel szemben felvethető az az ellenérv, hogy statikus állapotot feltételeznek annak ellenére, hogy múltbeli következtetések dinamikus helyzetfelmérésre épülnek. Statikus a megközelítés abban az értelemben, hogy egy ex post elemzés nem veszi, nem veheti figyelembe a jövőben várható, esetleg a gazdaságpolitikák által kilátásba helyezett változásokat és elemzéseit arra alapozza, hogy minden jelenlegi körülmény változatlan marad, így alkalmazza a mikroökonómia tudományágában igen népszerű „*ceteris paribus*” elvet.

Az **ex ante** versenyképesség a vállalati versenyelőnyöket nyújtó tényezőket, a globális piacokon való megfelelés feltételeit emeli ki. Ez a szemlélet inkább az okokat elemzi az okozatokkal szemben, így nem – korábban már mért – tényszerű adatokra támaszkodik, hanem gazdaság- és piackutatási módszerek alapján mér, becsüli meg a lehetséges versenyelőnyöket.

A módszer hátrányaként meg kell említeni, hogy csupán feltételezésekre épít. Tényadatok hiányában becsüli meg a lehetséges jövő kimeneteleit, ami nagyfokú szubjektivitást hordoz magában. A piackutatási módszerekre alapozott, jövőre irányuló becslések mindig valamilyen tervszerű adatokon nyugszanak, ám az, hogy e tervek közül mi realizálódik, elkerüli az elemzések figyelmét.

Harmadik megközelítésként a **mikroökonómiai szempontú** elemzéseket lehet megemlíteni, amely a vállalatok teljesítményét tekinti alapnak. Ehhez a szemlélethez ugyancsak **Porter** neve fűződik, aki korábbi elméleteit kiterjesztette az országokra és régiókra is (Porter-Linde [1995], Porter [1998], [1999], idézi: (Lengyel [2000])). Porter úgy gondolja, hogy a jólétet a termelékenység határozza meg úgy, ahogy a humán erőforrások, a tőke és a természeti tényezők hasznosításra kerülnek.

A mikroökonómiai megközelítéssel szembeni elsődleges kritika az lehet, hogy ezek az elemzések adottságnak tekintik mindazon hatásokat, amelyek a mikroszinten kívülről érkeznek.

A magyarországi agrárszektor versenyképességét más szerzők részint az **árak és költségek struktúrájának** vizsgálata szerint határozták meg (Orbáné [2000],

Hughes [1998], Banse et al. [1998], Gorton-Davidova [2000, 2001]), míg mások a **kereskedelem arányainak változását** vizsgálták (Ferto [2001], Molnár [2002]).

A versenyképesség fogalom-meghatározása során Módos és szerzőtársai szerint beszélhetünk keresleti/kínálati, statikus/dinamikus, mikro/makroszintu definíciókról (Módos szerk. [2004]).

A statikus álláspontot **Majoros** (Majoros [1997]) említi meg, annak első alkalmazójaként **Adam Smith** személyében. Smith véleménye szerint az abszolút elonyök elve a nemzetközi kereskedelemben akkor válik indokolttá, ha egy nemzet egy másikhoz képest alacsonyabb költségszinttel tud termékeket előállítani (Módos szerk. [2004]). Ricardo már a komparatív elonyök fogalmáról beszélve a kereskedelemből eredő költségárcsökkenés differenciáit hangsúlyozza. A **Heckscher-Ohlin-Samuelson** modell a tényezőellátottság hipotézisének alapul, kiegészítve Samuelson axiómákon nyugvó modellformálásával. A tényezőellátottság elmélete szerint az egyes országok azon termékeiket exportálják, amelyek előállításához bőségesen rendelkezésükre áll – az intenzíven kiaknázott – termelési tényezők csoportja (Módos szerk. [2004]).

Habár **Ferto** szerint a versenyképesség mérése nem azonos a komparatív elonyök mérésével (Ferto [2003]), azonban egy országnak, ágazatnak vagy terméknek a versenyképessége erosen függhet attól, hogy milyen elonyökkel rendelkezik az adott állam, milyen specializálódáson ment keresztül. Természetesen a versenyképesség önmagában valóban nem lehet egyenlő a komparatív elonyökkel. A komparatív elonyök köre csak egy lehetőség a versenyképesség fejlesztésére. A megnyilvánuló komparatív elonyök sajnos nem abszolút fogalmak, hiszen a globális, regionális és lokális gazdaságpolitikák egyaránt hatást gyakorolnak rájuk, ami időben és strukturálisan is korrekciókat indokol az érintett elemzésekben. Ferto két lényeges momentumot említi, amelyek különbséget képeznek a versenyképesség és a megnyilvánuló komparatív elonyök megközelítésében (Ferto [2003], Lafay [1992]). Elsőként arra hivatkozik, hogy a versenyképesség mérése egy adott termék esetében országok közötti összehasonlításban történik, ezzel szemben a komparatív elonyöket egy adott ország viszonylatában a termékek között mérjük. Ferto hangsúlyozza továbbá a versenyképességnek a makroökonómiai helyzettel

szembeni érzékenységet, amivel ellentétben a komparatív elonyök strukturális természetűek. Ezekből vezeti le Ferto azt, hogy a nemzetközi szinten értelmezett specializáció elemzéseinek körében egyre erőteljesebben manifesztálódnak a komparatív elonyök kiszámítására alkalmazott mutatószámok.

Ferto álláspontjával részben megegyezik **Warr** véleményével, miszerint a komparatív elonyöket és a versenyképességet egymástól függetlenül kell vizsgálni (Warr [1994]). Warr arra hivatkozik, hogy a versenyképesség mérésének az alapját a piaci árak, a komparatív elonyök mérését pedig árnyékárak képezik.

Módos és szerzőtársai azt állapítják meg, hogy a komparatív elonyök fogalma és a versenyképesség definíciója csak tökéletes verseny esetén jelentenek azonos gazdasági tartalmat. A gyakorlatban e két fogalom azonban különbözik, hiszen a rendszerekben a kormányzati beavatkozások révén torzításokkal szembesülhetünk.

A versenyképesség dinamikus megközelítése a komparatív elonyöket helyezi előtérbe egy olyan gazdasági környezetben, amely megfelelően adaptív és innovatív, a gyorsuló technikai fejlődést inkább kiaknázó, mintsem attól lemaradó. Sachwald értelmezése a piaci részesedés megszerzésére, megőrzésére vonatkozik. Thirwall véleménye azonban azt fejezi ki, hogy egy ország versenyképessége a lehető legnagyobb növekedési ütem elérésében rejlik, a külső eladósodottság emelkedése nélkül (Módos szerk. [1994]).

**Porter** szerint a helyi, regionális bázisok egyre erősödő hozzájárulása jelentős szerepet képvisel a versenyképesség elemzésének során. *„Paradox módon, a globális gazdaságban gyakran erósen lokálisak a tartós vállalati versenyelőnyök, amelyek a magasan specializált szakértelem és tudás, az intézmények, a versenytársak és az igényes vásárlók földrajzi koncentrációjából származnak az ország egy adott részén vagy egy régióban. A földrajzi, kulturális és intézményi feltételek (térbeli) sűrűsödése elősegíti az egyedi hozzáférést (elérhetőséget), a speciális kapcsolatokat, a jobb informálódást, az erőteljes motivációkat és egyéb, a termelékenység szintjének és növelésének szempontjából előnyöket nyújtó lehetőségeket, amelyek a távolság miatt csak helyben használhatók ki. A lokális ügyek a 21. század*

fordulóján teljesen más módon jelennek meg, mint a korábbi évtizedekben” (Porter [1998], idézi: Lengyel [2000]).

Porter úgy véli, hogy a regionális specializáció erosen meghatározódik egy cég vagy egy iparág székhelyének függvényében, ami különböző versenyelőnyöket is magában hordoz (Lengyel [2000]). Porter leírásában (Lengyel [2000]) egy régió üzleti környezetét négy paraméter határozza meg, amit o az úgynevezett „rombuszmodellben” (gyémántmodell) vázolt. A négy paraméter nem más, mint

- a tényezőellátottság minősége és mennyisége;
- a helyi kereslet minősége;
- a helyi kapcsolódó és támogató iparágak;
- a vállalati versenystratégiák jellemzői.

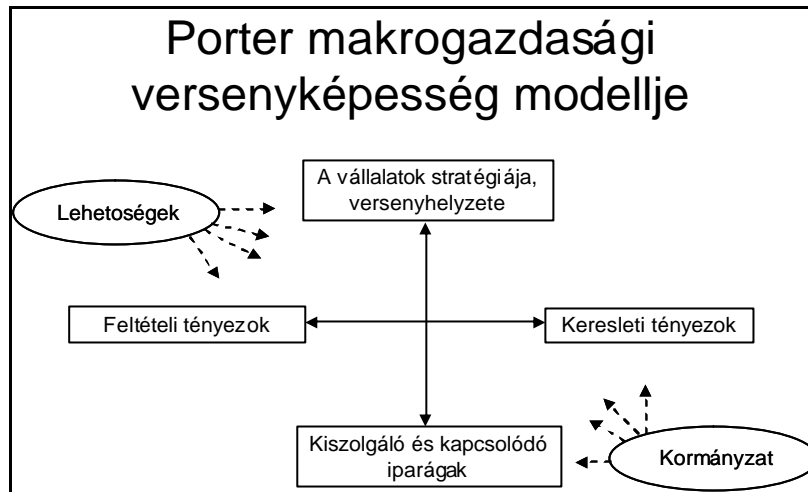
Ezeket a determinánsokat az alábbiak szerint a borszektorra is értelmezhetjük.

A **tényezőellátottságot** a szolo-termoterületek, az ágazatban tevékenykedo munkaero, a materiális és immateriális toke, a felhasznált anyagok (pl. növényvédó szerek), stb. jelenthetik.

A **helyi kereslet minősége** alatt értendo egyrészt a kereslet nagysága, valamint annak összetétele, például az alacsony minőségű borok keresletétol a prémium kategóriáig.

A **helyi kapcsolódó és támogató iparágak** elsosorban a szolo felvásárlóit, a feldolgozó üzemeket és az elosztási csatornákat, vagyis a kereskedelmi egységeket jelentik. A marketing-mix klasszikus értelmezésének viszonylatában természetesen idesorolhatóak a marketingkommunikációs tevékenységet folytató vállalkozások is.

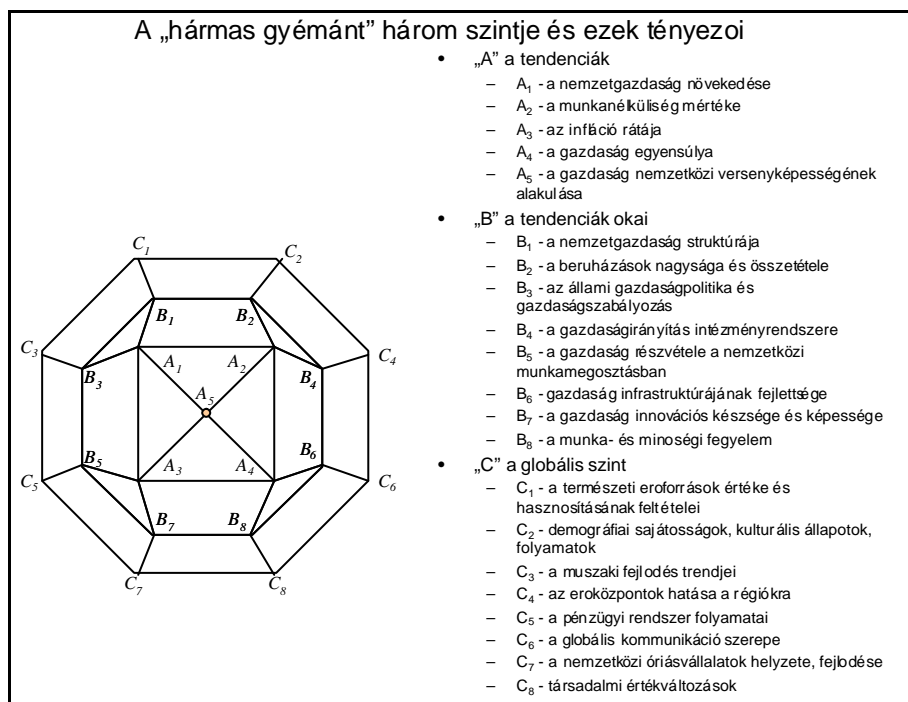
A **vállalati versenystratégiák** foként az eloállított bor minőségének tekintetében és az értékesítési- és marketingeszközök alkalmazásának kombinációjában jelentkeznek.



24. ábra: Porter makrogazdasági versenyképességi modellje  
(Porter [1990], idézi Hoványi [1999])

Porter fenti gyémántmodelljét átalakítva, továbbfejlesztve **Rugman-D’Cruz** a kettős gyémántot vezette be, amelyben már kitértek két országnak a felhasználás és fogyasztás, a gazdasági szabályozás, valamint az áruforgalom terén mért kapcsolatára is (Módos szerk. 2004]).

**Hoványi** bevezette a hármas gyémánt megközelítést, melyben a három vizsgálati szint a gazdasági tendenciák, ezen tendenciák okai és a globális szint



25. ábra: A „hármás gyémánt” három szintje és ezek tényezői (Hoványi [1999])

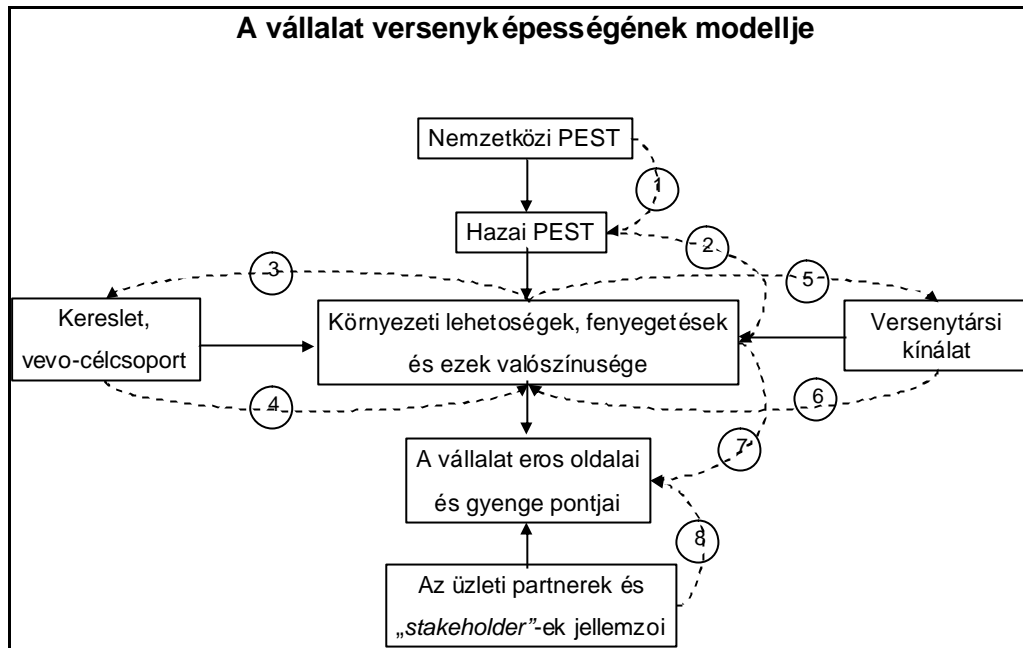
A versenyképesség **kínálati** oldalának megközelítését leggyakrabban az egységnyi munkaerőköltség révén fejezik ki (Módos szerk. [2004]). Az ULC (*Unit Labor Cost*) az egységnyi munkaerőköltséget az adott szektorban keletkezett hozzáadott értékekre jutó bérek és közterhek arányával számítja. A mutató értelmezése a versenyképesség mérésének indikátorairól szóló fejezetben olvasható.

A versenyképesség **keresleti** oldalának a fejlett gazdaságok közötti kereskedelemben érvényesült munkamegosztásban van szerepe. A piaci oldal versenyképességének gyakran alkalmazott mutatója az export relatív egységértékének az indexe, az ún. UVI (*Unit Value Index*). Ez az adott ország feldolgozóipari exportjának egységérték változását a konkurens országok világimporton belüli részarányával súlyozott hasonló mutatóinak összes adatához viszonyítja. A mutató kiszámítását a versenyképesség mérésének mutatószámairól szóló fejezet írja le.

*„A mutató tartalma az, hogy a vizsgált ország kivitelének egységnyi értékét jobban vagy kevésbé tudta-e növelni versenytársainál.”* (Molnár [2002]).

A mikroszinten értelmezett versenyképességet Hoványi a vállalat versenyképességi modelljével szemlélteti, melyet a 26. ábra mutat be. Az ábrában „...az elemeket összekötő folyamatos vonalak nyilai a modell lépéseinek sorrendjét jelölik; a szaggatott vonalak köreibe írt számok pedig hivatkozások: jelölik azokat az ábrát követően felsorolt, jelentosebb és újabb menedzsmentmódszereket, amelyekkel növelhető a modellben foglalt tennivalók hatékonysága.” (Hoványi [1999]). A következőkben Hoványi említett gondolatai kerülnek részletezésre.





26. ábra: A vállalat versenyképességének modellje (Hoványi [1999])

A számok által hivatkozott menedzsmentmódszerek az alábbiak:

1. A **PEST** mozaikszó helyett, mely a következőkre utal:

- **P**OLITICAL (gazdaságpolitika)
- **E**CONOMIC (gazdasági háttér)
- **S**Ocial (társadalmi tényezők)
- **T**ECHNICAL (várható technikai eredmények).

a **STEEPLE** betukombináció alkalmazása, amely a PEST elemein kívül kiegészül az

- **E**NVIRONMENT (környezetgazdálkodási)
- **L**EGAL (/nemzetközi/ jogi)
- **E**DUCATIONAL (képzésből) fakadó követelmények számbavételével.

2. A hazai STEPPLE elemeinek számbavétele összefüggő környezeti feltételrendszerként.

3. Új, a menedzsmentben alkalmazott módszerek is segítik a vállalat vevőkörének, célpiaci szegmenseinek meghatározását a versenyképesség növeléséhez. Ehhez kiegészítésként alapfeltétel az innovatív, minőségi termékfejlesztés.

4. A vevők folyamatos megtartásának újabb feltételei a termékek és szolgáltatások minőségi és árversenye, és ennek hatása révén az immateriális erőforrások jelentősége, amelyek immateriális erőforrás-láncolatok létrejöttében vernek gyökeret.

Ehhez különféle hálózatok jönnek létre, amelyek a fejlesztés, beszerzés, termelés, értékesítés és szolgáltatás folyamatában játszanak elvitathatatlan szerepet.

5. A piac koncentrációjával jön létre az üzleti agytröszt (business intelligence) belső információrendszere.

6. Veszteségforrás-feltárás és költségcsökkentés, ami arra vonatkozik, hogy a vállalat a megtakarításokból, árcsökkenésből ne a piaci részesedését növelje, hanem megtakarításainak eredményét muszaki fejlesztésének felgyorsítására fordíthassa, ami a surun változó helyi feltételekhez való gyors alkalmazkodást teszi lehetővé.

7. A lehetőségek, fenyegetések, a gyengeségek és erősségek az alábbiakban jelentkeznek: a vállalat rugalmassága, a vállalat tanulórendszer jellege, kettős értékrend kialakítása (amely nemcsak a vezetőt ismeri el, hanem a szakértőcsoportok tagjait is), továbbá a rugalmasság növelését szolgáló projektszervezet felépítés.

8. A versenyképesség növelésében mind nagyobb a vállalat üzleti partnerekkel való kapcsolatának a szerepe is.

A legújabb elméletek a **versenyképesség** fogalmának **egységesítésére** törekszenek (Hatzichronoglou [1996], Maskell–Malmberg [1999], Zeman–Rodová–Saucek [1999], idézi: Lengyel [2000]). Ennek oka, hogy olyan, általánosságban meghatározható, egyben jól mérhető definíció szülessen, amellyel a versenyképességet egyértelműen le lehet írni.

**Török** szerint: „... az a gazdaság versenyképes, amelynek általános fejlettség- és állapotjelzői jók, a gazdaság szereplői ennek tudatában vannak, és a gazdaság nyitottsági foka is elég magas ahhoz, hogy versenyképessége a külgazdasági kapcsolataiban is érvényre jusson” (Török [1999], idézi: Lengyel [2000]).

Az OECD több dokumentuma és az EU hatodik regionális jelentése alapján a versenyképesség: a vállalatok, iparágak, régiók, nemzetek és nemzetek feletti régiók képessége relatíve magas jövedelem és relatíve magas foglalkoztatottsági szint tartós létrehozására, miközben a nemzetközi (globális) versenynek ki vannak téve (Hatzichronoglou [1996], Wienert [1997], idézi: Lengyel [2000]). E fogalom értelmezéséhez több szempontot kell figyelembe vennünk:

- komplex, mindegyik gazdasági alapegységre (a vállalattól a makrorégióig),
- a jövedelmet és a foglalkoztatottságot helyezi előtérbe,

- csak a globálisan piacképes, eladható termékeket és szolgáltatásokat elemzi,
- magas jövedelmet ír le, a jövedelem megoszlása nélkül (a toketulajdonosok és a foglalkoztatottak között),
- a foglalkoztatottság magas szintjét feltételezi, annak összetételét viszont nem elemzi,
- a növekedési ütemmel, és a már elért abszolút szinttel nem foglalkozik, csak a „relatív magas” viszonylatot nevezi meg.

Mindezek alapján (Lengyel [2000] nyomán):

- *„a vállalatok, iparágak akkor versenyképesek, ha termékeik, szolgáltatásaik értékesíthetők a nemzetközi piacokon, magas jövedelmet (hozzáadott értéket) érnek el úgy, hogy nem csökken foglalkoztatottjaik száma, azaz új technológia alkalmazásakor, a termelékenység növelésekor sem kell elbocsátaniuk foglalkoztatottjaikat;*
- *a régiók, városok és országok akkor versenyképesek, ha gazdaságuk nyitott, és az egy lakosra jutó jövedelmük tartósan magas és növekvő, valamint magas szintű és nem csökkenő a foglalkoztatottsági ráta, azaz ebből a jövedelemből a lakosság széles rétegei is várhatóan részesülnek.”*

#### **4.1. A versenyképesség mérése során alkalmazott mutatószámok**

A versenyképesség legfontosabb mutatószámai többre tevének: vizsgálják egyrészt a makroszintű versenyképességet, másrészt a mikroszintű lehetőségeket. A mutatók között vannak statikus és dinamikus indexek. Egyes indikátorok a nemzetközi, míg mások a hazai gazdaságot, kereskedelmet írják le. Gyakran a megnyilvánuló komparatív előnyök révén határozzák meg a versenyképességet, míg egyes esetekben a piaci koncentrációt tekintik a versenyhelyzet adta kedvező lehetőségeinek megfelelő méroszámául.

### 4.1.1. A versenyképesség kínálati oldalának mutatója

A versenyképesség **kínálati** oldalának mutatója az elemzések jelentos részében a korábban már ismertetett, az egységnyi munkaerőköltség révén kifejezett jelzőszám, az ULC (*Unit Labor Cost*), amely az egységnyi munkaerőköltséget az adott szektorban keletkezett hozzáadott értékekre jutó bérek és közterhek arányával számítja. Jelen dolgozatban az ULC szektor-mutatóként értelmezendo, a hozzáadott érték pedig ágazati szinten érvényes. A mutató meghatározása:

$$ULC = \frac{(W + C)}{VA}, \text{ ahol}$$

- W = bérköltség,
- C = a közterhek költsége,
- VA = a hozzáadott érték.

A mutatóval szembeni kritikai észrevétel abban gyökerezhet, hogy nem tesz különbséget munka-intenzív és toke-intenzív iparágak között. Ennek megfeleloen egészen eltéro eredményeket kaphatunk ugyanolyan sikeres országok esetében ahol más a munka relatív költsége a tokeköltséghez viszonyítva. Ilyenformán amennyiben hasonló outputja van egy USA-beli és egy kínai gazdaságnak, az alacsonyabb munkaero-költséggel és annak közterheivel bíró kínai gazdaság feltétlenül magasabb versenyképességi indikátort fog produkálni.

#### 4.1.1.1. Standard fedezeti hozzájárulás

A standard fedezeti hozzájárulás (SFH, SGM – *Standard Gross Margin*) az Európai Unióban alkalmazott mutató, a termékek, tevékenységek egységére jutó termelési érték és változó költség különbözete. A SFH nem más, mint egy adott gazdaságban (ágazatban) a termelés hozzáadott értéke. Meghatározása:

$$SFH = \text{bruttó termelési érték} - \text{közvetlen változó költségek}$$

A közvetlen változó költségeknek számítanak a növénytermeszto ágazatokban:

- vetomagvak és szaporítóanyagok (vásárolt és saját eloállítású egyaránt),

- vásárolt mutrágyák,
- vásárolt növényvédo-szerek,
- öntözovíz,
- futés, szárítás, világítás energiaköltsége,
- közvetlen marketing költségek (osztályozás, tisztítás, csomagolás) és feldolgozási költségek,
- közvetlen biztosítási költségek,
- egyéb közvetlen költségek.

De nem számítanak ebbe a költség-körbe a következők:

- bérköltségek,
- gépköltségek,
- épületek, építmények költségei,
- üzemanyag és kenoanyag költségek,
- gépek és eszközök javítási, fenntartási és amortizációs költségei,
- idegen szolgáltatások költségei
- talajjavító anyagok, ha azok a gazdaságban kerülnek előállításra (pl.: szerves- és zöldtrágya, mész, tozeg stb.).

A standard fedezeti hozzájárulás nagyon jól alkalmazható kínálati versenyképességi mutató, csupán az egyes termelési módok eltéréseit nem veszi figyelembe. Nem tesz különbséget azon gazdaságok között, amelyek mutrágya-centrikus termelést folytatnak, vagy éppen mellozik a mutrágya használatát, mint ahogy nem fordít figyelmet azon külső tényezőkre, amelyek például egy ország klimatikus viszonyaiból adódnak (például a mediterráneumban alacsonyabb a futés, világítás energiaköltsége, míg a kontinentális éghajlattal bíró országokban az öntözésre kell kevesebbet áldozni).

#### 4.1.2. A versenyképesség keresleti oldala

A keresleti, vagyis a piaci oldal versenyképességének fentebb már említett, igen gyakran alkalmazott mutatója az export relatív egységértékének az indexe, az ún. UVI (*Unit Value Index*), amely adott ország feldolgozóipari exportjának egységérték-változását a konkurens országok világimporton belüli részarányával súlyozott hasonló mutatóinak összes adatához viszonyítja. A mutató kiszámítása:

$$UVI_a = \frac{\Delta \left( \frac{X_a}{Q_a} \right)}{\sum_i \Delta \left( \frac{X_i}{Q_i} \right) \cdot s_{iw}}, \text{ ahol}$$

- „X” az export értéke,
- „Q” export volumene,
- „a” alsó index az adott ország indikátora,
- „i” alsó index a konkurens országot jelzi,
- $s_{iw}$  pedig az i-edik ország világimporton belüli részaránya.

„A mutató tartalma az, hogy a vizsgált ország kivitelének egységnyi értékét jobban vagy kevésbé tudta-e növelni versenytársainál.” (Molnár [2002]).

Ezen mutató fogyatékosága, hogy az árváltozásokra és a valutaárfolyam-ingadozásokra fektetett hangsúlyt korlátozza, nem egyfajta vásárlóero-paritáson nyugvó mutató. Másik hiányosságnak tekinthető, hogy csak standardizált, homogenizált termékekre érvényes, vagyis nem tesz különbséget olyan esetekben, amikor egy adott ország inkább a prémiumtermékek előállítását helyezi előtérbe vagy ellenkezőleg, a tömegpiacokat kívánja ellátni.

### **4.1.3. A komparatív elonyök mutatói**

A komparatív elonyök mutatói gyakorlatilag megfeleltethetők az export-versenyképesség, vagyis a külkereskedelemben játszott szerep, más kifejezéssel élve egy adott nemzetgazdaság specializációs meghatározottságának. Alapvetően meg kell különböztetni a megnyilvánult vagy látszólagos komparatív elonyt a ténylegestől (Török [1986]). Ez utóbbival minden olyan ország rendelkezik, amelyik exportorként van jelen a világkereskedelemben. A komparatív elonyök mutatóival szemben talán az egyik legerősebb érv az, hogy a világszere jellemző támogatási verseny miatt a komparatív elonyök szerepe gyakorlatilag elenyésző (Szabó [1997]), aminek különös aktualitást ad a közelmúltban, Genfben lezajlott eredménytelen WTO-tárgyalás is.

#### **4.1.3.1. Cserearány-indexek**

A cserearány-mutatók nem kifejezetten a komparatív elonyök mutatói közé tartoznak, de mivel a külkereskedelem hatékonyságát, pozícióját mérik, ezért valamilyen szinten a komparatív elonyök indikátorainak sorában is említésre méltóak.

A cserearány-index, a ToT (Terms of Trade) az exportárindex és az importárindex aránya, amely egy speciális indikátora a relatív árváltozásnak, kifejezve az „átlagos” exporttermékek árának változását az „átlagos” importtermékek árváltozásához képest. A mutató kiszámítása:

$$\boxed{ToT = \frac{P_x}{P_m}}, \text{ ahol}$$

- $P_x$  és  $P_m$  az export és az import árindexeit jelzi.

A mutató 100%-ot meghaladó értékét javulásnak, míg a 100% alatti értékét romlásnak tekinthetjük (Oblath-Jutkusz [2003]).

A cserearány-indexek körébe tartozó mutató az export-import cserearány, amely a kivitel és behozatal mennyiségének hányadosával határozza meg, hogy az exportmennyiségre jutó import milyen pozícióba helyezi a vizsgált országot a

nemzetközi piacokon, vagyis, mekkora az exportáru relatív mennyisége. A mutató kiszámításával egy gazdaság önellátó képességére is következtethetünk belőle.

A cserearány-indexek alkalmazása igen széleskörű, a fentieken kívül további formákban is léteznek a külkereskedelmet leíró mennyiségi indikátorok különféle előállításainak kombinációiban (pl. jövedelmi cserearány-mutató, bruttó jövedelmi cserearány-mutató, relatív ár-mutató, stb.).

A széleskörű alkalmazás háttérében a mutató egyszerű kiszámíthatósága és értelmezhetősége rejlik, de nem veszi figyelembe az időben esetlegesen eltolódó hatásokat: amíg az exportár-index növekedése által generált többletjövedelem azonnal érvényesül, addig az importár-index változása miatt a piac elsősorban nem többletköltségekkel, hanem a fogyasztás visszafogásával reagál.

#### **4.1.3.2. A megnyilvánuló komparatív elony**

A megnyilvánuló komparatív elonyök mutatója, vagyis az RCA index (*Revealed Comparative Advantage*) az egyik legáltalánosabban használt index. A mutatónak számos módosított, korrigált, továbbfejlesztett változata él, mióta **Balassa** megalkotta azt (Balassa [1965]). A B-index a külkereskedelemre koncentrálna végez összehasonlítást a megnyilvánuló komparatív elonyökre. A mutató képlete:

$$RCA = \frac{x_{ij}/x_{it}}{x_{nj}/x_{nt}}, \text{ ahol}$$

- $x$  = az export értéke,
- $i$  = a vizsgált ország,
- $j$  = a vizsgált termék,
- $t$  = a termékek egy csoportja,
- $n$  = az országok egy csoportja.

A mutató a vizsgált ország, vizsgált termékének exportértékét hasonlítja az ország exportjához (egy termékcsoporthoz vonatkoztatva), valamint egy országcsoport (pl. a világ, EU) ugyanezen termékeire vonatkozó hasonló mutatójához. Az RCA mutató kiszámításánál az export értelemszerűen értékben kerül be az elemzésbe, hiszen a termékcsoporthoz olyan termékek is szerepelhetnek, amelyek egymástól eltérő természetes mértékegységgel (pl. liter, kg, db) jellemezhetők.



A mutató értelmezésében, ha  $RCA > 1$ , akkor az adott országnak megnyilvánuló komparatív előnye van a vizsgált termék exportjában.

#### **4.1.3.3. A relatív kereskedelmi előny**

Vollrath [1991] megoldási javaslatokat kínált arra a felvetésre, amelyre már Balassa is utalt, miszerint az állami beavatkozások és kereskedelmi korlátozások jelenléte torzító hatást gyakorolhat a kereskedelem szerkezetére, ilyen módon téves értéket adva az RCA mutató esetében (Ferto [2002]). Vollrath egyik ilyen javaslata a relatív kereskedelmi előny, az RTA (*Relative Trade Advantage*) indexének alkalmazása volt, amely mutató immár nemcsak az exportoldalra, de az import tényezőit is figyelembe veszi. Ehhez vezeti be a relatív exportelőnyt, az RXA (*Relative Export Advantage*) és a relatív importelőnyt, az RMA (*Relative Import Advantage*) indexeit. Az RTA mutató kiszámítása:  $RTA = RXA - RMA$  módon történik, ahol

- RXA megegyezik RCA-val, vagyis a Balassa-indexszel, és

$$RMA = \frac{m_{ij}/m_{it}}{m_{nj}/m_{nt}}, \text{ ahol}$$

- $m$  = az import értéke.

A fentiek miatt az RTA kiszámítása:

$$RTA = \frac{x_{ij}/x_{it}}{x_{nj}/x_{nt}} - \frac{m_{ij}/m_{it}}{m_{nj}/m_{nt}}$$

#### **4.1.3.4. A relatív versenyképesség**

Vollrath egy másik javaslata a relatív exportelőnyök logaritmusának bevezetésére ( $\ln RXA$ ), harmadik javaslata pedig a relatív versenyképesség, az RC (*Revealed Competitiveness*) mutatójának alkalmazására vonatkozott. Az RC index kiszámítása:

$$RC = \ln RXA - \ln RMA$$

Ferto szerint (Ferto [2002]) ez utóbbi két index előnyét a logaritmizálás adja, mivel ezáltal az indexek az origóra szimmetrikusak lesznek. Komparatív előnyöket, illetve versenyelőnyöket jelent az RTA, az  $\ln RXA$  és az RC pozitív értéke, míg ezen mutatók negatív értéke hátrányra utal.

#### **4.1.3.5. A megnyilvánuló szimmetrikus komparatív elonyök**

A Balassa-index, valamint annak módosításával eloállított további, fent felsorolt versenyképességi mutatók aszimmetrikusak, hivatkozik rá Ferto (Ferto [2002]), vagyis ferde eloszlással jellemezhetők, ami a normalitás elvét sérti. Ezt kiküszöbölendo vezették be **Dalum** és társai (idézi: Ferto [2002]) a megnyilvánuló szimmetrikus komparatív elonyök RSCA (*Revealed Symmetric Comparative Advantage*) mutatóját. Az index kiszámítása:

$$RSCA = \frac{B - 1}{B + 1}, \text{ ahol } B \text{ a Balassa-index.}$$

Az RSCA mínusz és plusz egy közötti értéket vehet fel, kikerüli a nulla értékének problémáját, ami a logaritmizálás alapfeltétele, fo elonye pedig, hogy a változásoknak mindkét irányban ugyanakkora súlyt ad.

#### **4.1.3.6. Az ágazati kereskedelem mérése**

Ferto és Hubbard az ágazati kereskedelem mérésére a klasszikus Grubel-Lloyd indexet, az IIT-t használta (*Intra Industrial Trade*). Megfogalmazásukban: „Az ágazaton belüli kereskedelem magas szintje két ország között a gazdasági integráció és a fejlődés elorehaladottabb fokára utal” (Ferto-Hubbard [2001]). A GL-index kiszámítása:

$$IIT_j = \frac{|x_j - m_j|}{(x_j + m_j)}, \text{ ahol}$$

- $x_j$  és  $m_j$  az export és az import a j-edik termékcsoporthoz eseten.

Ferto és Hubbard a klasszikus GL-indexet iparági szintre aggregálták vizsgálataikhoz, így határozták meg új mutatószámukat, melynek kiszámítása a következő (Ferto-Hubbard [2001]):

$$\frac{(x_j + m_j)}{(x + m)}, \text{ ahol}$$

- $x$  és  $m$  a teljes export és importot jelölik.

Az index értékkészlete 0 és 1 között változik. A nulla értéket akkor veszi fel, ha tökéletes ágazatok közötti kereskedelem áll fenn, míg az egy értéket akkor éri el, ha tökéletes ágazaton belüli kereskedelemről beszélünk.

#### **4.1.3.7. Szektorális specializációs mutató**

Török a szektorális specializációs mutató, az SSI bevezetésével az RCA mutató analógiájára alkotott meg egy versenyképességi mutatót, amely egy adott ország adataira épül és az átlagos nemzetközi versenyképességi szintet a teljes exporton belül egy adott célpiac (pl. világ, EU, Ausztria) részarányához viszonyítja (Török [2003]). A mutató kiszámítása:

$$SSI_{ai} = \frac{X_{ain}/X_{ai}}{X_{an}/X_a}, \text{ ahol}$$

- $X_{ain}$  = a ország exportja  $i$  termékből  $n$  piacra,
- $X_{ai}$  = a ország exportja  $i$  termékből minden piacra,
- $X_{an}$  = a ország teljes exportja  $n$  piacra,
- $X_a$  = a ország összes exportja.

A fentiekben említett versenyképességi mutatókkal szemben erős kritikai érv lehet, hogy gyakorlatilag nem igazán jelentenek eltérő megközelítést, így nem érvényesülhet esetükben olyan jellegű törekvés, aminek célja, hogy különböző módszerekkel jusson az elemzés hasonló eredményekre.

#### **4.1.3.8. A Balassa-logikára épülő mutatók kritikája**

Annak ellenére, hogy a Balassa-logikára épülő mutatók igen elterjedtek a nemzetközi kereskedelem mérésére, számos kritika megfogalmazódott velük szemben. Általános jelenség, hogy egy tudományos szakíró miután felhívta a közönség figyelmét a mutató bizonyos fogyatékoságára, azt áthidalva egy új mutató bevezetését javasolja. Természetesen amint az várható, ezen új mutatóknak is adódnak újabb hiányosságai.

A klasszikus Balassa-Index kritikájaként megfogalmazható, hogy azonos mértékegységű termékek körére az RCA mutatót meghatározva (értékben és volumenben) egyaránt, eltérő eredmény jöhet ki. Példaként felhozható erre a bor termékkategóriája vs. az alkoholos italok termékcsoportja. Egy ilyen jellegű összehasonlítás viszonyítási alapot teremthet egy vizsgált ország olcsó vagy éppen

drága exportjára (pl. az alacsonyabb árszínvonalú chilei borok és a drágának tekinthető francia borok).

Grubel-Lloyd [1971] arra utalnak, hogy a Balassa-index az iparágak indexeinek egyszerű matematikai átlaga, aminek révén az iparágak súlya elvész, nem tükröződik az eredményekben. Ennek kiküszöbölésére alkották meg a nevükhöz fűződő új jelzőszámot.

Ahogy korábban már ismertetésre került a normalitás feltételét sem teljesíti a Balassa-index, vagyis ferde eloszlással jellemezhető, ami annak aszimmetriájából adódik. Ennek megoldásaként születtek meg a szimmetrikus komparatív elonyök mutatói.

Felmerül még a Balassa-mutatókkal szemben, hogy azok nem korrigálnak az esetleges visszaszállításokkal, re-exporttal. Bizonyos esetekben szükséges lehet tehát egy olyan mutató alkalmazása, amely csak a nettó exportot és a nettó importot veszi figyelembe.

A Balassa-mutatók további hiányossága, hogy a gazdaságokat piaci alapokon működőnek tekintik, vagyis nem számol az esetleges állami beavatkozások hatásával, nem veszi figyelembe a támogatásokat, a kvótákat, behozatali és kiviteli tilalmakat.

## **4.2. A bortermelés kínálati versenyképessége**

Tanulmányom elsősorban a keresleti oldal versenyképességének bemutatásán keresztül dolgozza fel és értelmezi az ágazat versenyképességét, de elengedhetetlen, hogy legalább érintőlegesen ne essék szó a kínálati versenyképességről is. A kínálati versenyképesség meghatározása mindig nagyobb kihívást jelent a kutató számára, mint a keresleti oldal feltérképezése, ugyanis a kínálat versenyképességének értelmezése bizonyos esetekben áthajlik a mikroszintű elemzésekbe is. A mikrogazdasági színttel kapcsolatban az az általános kutatói probléma merül fel, miszerint a rendelkezésre álló adatok korlátosak, nincsenek nyilvános adatok a költségekről, jövedelmekről, profittartalmakról, vagy ha éppen

elérhetőek ilyen mélységű adatok, akkor azok többnyire nem naprakészek, elavultak. Disszertációm írása során hasonló és egyelőre megoldhatatlannak tűnő kihívással szembesültem, ezért a kínálati oldal versenyképességének elemzése csak hozzávetőlegesen történhetett meg. A fejezet megírásához az AKI 1998-as számításait használtam fel.

Megnevezés	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Termésátlag (t/ha)	9,35	6,14	5,71	7,21	4,99	3,87	5,68	7,99
Anyagköltség	20 003	15 700	18 462	15 514	23 409	19 680	67 518	112 815
ebbol: műtrágyaköltség	2 332	1 397	736	118	82	2 107	1 003	2 324
növényvédőszer-költség	14 425	10 937	15 312	11 801	17 495	15 413	31 301	72 364
energia-költség	291	164	57	1 481	n.a.	740	18 488	18 947
Munkabér	23 476	17 792	26 916	31 429	30 727	29 893	91 121	120 913
Társadalombiztosítási járulék	n.a.	7 647	11 789	13 578	13 436	11 613	38 298	n.a.
Értékcsökkenés	11 241	8 494	13 512	10 240	12 586	13 393	13 602	12 341
Fenntartható üzemi költség	855	641	766	1 756	2 005	200	n.a.	n.a.
Segédüzemi költség	20 273	15 002	20 922	19 353	26 073	20 013	n.a.	n.a.
Egyéb költségek	29 762	14 751	10 134	13 455	5 327	12 547	12 296	36 082
Közvetlen költség összesen	104 533	79 793	101 304	103 935	11 731	106 246	238 409	282 151
Fotermék szukított költsége	116 549	94 188	125 908	126 388	124 395	116 099		
Termelési költség	140 980	112 750	144 114	169 950	153 127	138 040	252 606	332 347
Termelési érték	145 028	81 480	99 457	117 177	98 227	108 407	209 876	330 243
Jövedelem	4 048	-31 270	-44 657	-52 773	-54 900	-29 633	-42 730	-2 104
Fotermék önköltsége (Ft/t)	15 083	18 358	25 257	23 585	30 681	35 642	44 489	41 606
Értékesítési ár (Ft/t)	15 516	13 329	17 418	16 252	19 633	27 950	36 950	41 332
Értékesített fotermék jövedelme (Ft/t)	433	-5 029	-7 839	-7 333	-11 048	-7 692	-7 539	-274
100 Ft termelési költségre jutó jövedelem (Ft)	2,87	-27,39	-31,04	-31,09	-36,01	-21,58	-16,95	-0,66
Módosított ágazati eredmény (Ft/ko)	-1,29	-3,43	-4,15	-5,38	-4,40	-2,53	n.a.	n.a.

**10. táblázat: A borszolótermesztés költségei és jövedelme  
a mezőgazdasági társas vállalkozásokban (Ft/ha)**

**Forrás: AKI, saját számítás**

A 10. táblázat eredményei szerint a borszolótermesztés a vizsgált időszakban folyamatosan negatív hozamot realizált, leszámítva az 1990. évet. A táblázat összegző sorai alapján tehát azt mondhatjuk, hogy az ágazat kínálati versenyképessége hiányos, a szolótermesztés a fennmaradásért küzd. Ez a megállapítás ellentmond a későbbi fejezetekben olvasható elemzéseknek, miszerint a borszolótermesztés versenyképes Magyarországon.

Az 1990-től kezdődő hat év alatt folyamatosan csökkenő termésátlagok mellett költségnövekedés volt érzékelhető. A költségek ilyen mértékű növekedését a gazdaság csak kismértékben tudta ellensúlyozni az árak emelésével, ami óhatatlanul a jövedelemtermelő-képesség eséséhez vezetett.

Igaz, hogy a műtrágya költsége 1992-1994 között szignifikánsan visszaesett, azonban emögött nem költségcsökkenés, hanem a felhasznált műtrágya mennyiségének zsugorodása áll. A teljes anyagköltség összességében viszonylag

kis ingadozásokkal változott egészen az 1995. évvel bezárólag, de a következő évre a korábbiaknak több mint háromszorosára ugrott fel a költségtényező.

A közvetlen költségek esetében az 1991. esztendő hozott némi megtorpanást, de az időszak végére (1996-tól) ez a költségegyüttes is megkétszereződött. Összességében a főttermék önköltsége permanens emelkedést mutatott. Habár a termelési érték nagy átlagban növekvő tendenciájú, a jövedelmezőség szinte végig negatív volt. Mindezek tehát arra utalnak, hogy a piac nem működik ökéletesen, vagyis az üzleti sikeresség, a „többet olcsóbban” vagy a „jobbat ugyanannyiért” elveken működő termelés egyelőre kivitelezhetetlen az ágazatban. Ez mindenképpen azt igazolja, hogy a borágazat stabil létezéséhez nélkülözhetetlen az állami és közösségi támogatások jelenléte.

Felvetődhet a kérdés, hogy ebben az esetben vajon szükség van-e magyar bortermelésre. A kérdés természetesen csak teoretikus és nyilván megütközést kelt a nem csupán a szigorú ráció szerint gondolkodó olvasóban, de feltétlenül a vizsgálat tárgyát képezi, hogy a termelői, kínálati oldal elmaradó versenyképessége érvényes-e a keresleti oldalra is: vajon a nemzetközi piacokon versenyképes-e a magyar bor. Erre a kérdésre keresik a választ a következő fejezetek.

A borágazat kínálati versenyképességének elmaradására felállított hipotézis tehát igazolást nyert.

## **5. A bor-külkereskedelem versenyképessége**

Jelen dolgozatban a versenyképesség meghatározása a külkereskedelmi versenyképesség, illetve a komparatív elonyök körére koncentrálódik. Meg kell azonban említeni, hogy a fobb versenyképességi mutatók, nevezetesen a Balassa-index, az RTA, az RC és az RSCA mutatók meghatározása során több elméleti problémafelvetéssel is szembesülhetünk. Mivel ezen indexek a vizsgált terméket egy termékcsoporthoz, valamint referencia-országok egy csoportjához hasonlítják, ezért eltérő eredmények születhetnek, ha különbözőképpen definiáljuk akár a referenciatermékeket, akár a referencia-országokat. A komparatív elonyök számbavételére alkalmazott jelzőszámok önmagukban nem értelmezhetők, mindig egy keresztmetszeti vagy egy idosoros elemzés összefüggéseiben teremtik meg a következtetések alapját. A versenyképességi elemzések jellemzően a longitudinális analízist preferálják, azonban ha jól körülhatárolható a referenciaként megnevezett

termékcsoportok és bázis-országok halmaza, akkor a keresztmetszeti elemzés is megfelelő képet mutathat. Disszertációm során ezért a keresztmetszeti elemzésre helyeztem a hangsúlyt, melyhez az alábbi paraméterek kerültek lefektetésre:

- a vizsgált termék minden esetben a bor,
- a vizsgált országok az EU25 tagjai, a vizsgált időszakról, vagyis a 2004. évi uniós bővüléstől függetlenül,
- a referencia-országok csoportja ugyancsak az EU25 tagjait öleli fel, a vizsgált időszakról szintén függetlenül
  - az EU25 államok az elemzésben zárt gazdaságot alkotnak, ezért a vizsgált ország komparatív előnye vagy hátránya mindig az Unióhoz képesti helyzetet mutatja;
  - mivel az EU25 gazdasága az adott vizsgálatban zártnak tekinthető, ezért a komparatív előnyök értékei egymással összevethetők, vagyis egy magasabb mutatószám erőteljesebb komparatív előnyt képvisel;
  - a zárt gazdaság értelmezéséhez a külkereskedelmi termékforgalom éppen ezért az Unió tagországainak egymás közötti kereskedelmét takarja, nem válik elemzési szemponttá a harmadik országokkal folytatott kereskedelem;
  - így egy nem bortermelő ország exportja is értelmezhető; az export forrása felfogható mint „elméleti” saját termelés, praktikusán azonban importot jelent;
  - az elemzés időszaka a 2000-2005 közötti hat év, vagyis az ezredforduló óta eltelt periódus;
- a referenciatermékek köre több szinten közelíthető meg, így a mutatószámok is többrétűen, fentől lefelé haladva (*drill-down*) kerültek meghatározásra, nevezetesen
  - az ország(ok) teljes külkereskedelme beleértve a termékeket és a szolgáltatásokat is;
  - az ország(ok) élelmiszer- és élőállat-kereskedelme;
  - az ország(ok) ital- és dohánykereskedelme;
  - az ország(ok) italkereskedelme;
  - az ország(ok) alkoholos italainak kereskedelme.

Az adatok értelmezése során látni fogjuk, hogy a referencia termékek csoportjának megválasztása jobb versenyképességi helyzetet vagy éppen kibillent komparatív

hátrányt is eredményezhet. Mindez annak ellenére érzékelhető, hogy a megnevezett mutatók kiszámítása közel azonos alapokon nyugszik. Ennek egyenes következménye, hogy a versenyképességi elemzésekhez nem szabad egy mutatót kiragadni és az alapján következtetéseket levonni, esetleg javaslatokat tenni, mert az a gazdaságpolitikai döntéseket esetleg téves irányba viheti el. Egyetlen index alkalmazása tehát nem csupán alacsony információtartalmú, de akár manipulatív módon is befolyásolhatja a későbbi döntéseket.

A 11. táblázat összefoglalóan szemlélteti a versenyképességi vizsgálat során alkalmazott különböző mutatók értékeit. Az elemzés hátterét az Európai Unió külkereskedelmi adatbázisa a Comext adta. A táblázatban szürke háttér és félkövér betűtípus jelzi azon értékeket, amelyek szempontjából a vizsgált országnak komparatív elonye, pozitív versenyképességi helyzete van. Az elemzés során az országokat több csoportba érdemes sorolni aszerint, hogy az egyes tagállamok hány mutató szerint bírnak versenyelőnyrel a többiekhez képest.

Néhány ország esetében minden egyes mutató vizsgálatakor a versenyelőny szituációja látszik körvonalazódni. Ezek a tagállamok tartozhatnak az első csoportba: Ciprus, Spanyolország, Franciaország, Olaszország és Portugália. Nem okoz tehát meglepetést ezen országok sorozata, mivel mindegyikük híres bortermeléséről. Az újonnan csatlakozott tagállamok közül egyedül Ciprus esetében érzékelhetünk minden elemzési szempontból komparatív előnyöket.

A második csoport tagjait azon országok alkotják, amelyek a legtöbb mutató esetében tudhatnak magukénak komparatív előnyöket, mégpedig Görögország, Magyarország, Szlovénia, valamint Málta. Ebben az országcsoportban az előbbihez képest ellentétes szituációt látunk – amellet, hogy továbbra is hagyományos bortermelő államokról beszélünk. Az ellentétes helyzet itt arra vonatkozik, hogy Görögország kivételével mindegyik csoporttag újonnan csatlakozott állam.

Az országok harmadik csoportját azon EU-tagok képviselik, amelyek a mutatók számát tekintve kevesebb, mint az indexek felében bírnak komparatív előnyökkel. Ide tartozik Szlovákia, Ausztria és meglepetésként a nem bortermelő Dánia is.



A negyedik, és egyben utolsó csoportot azon országok alkotják, amelyek egyetlen indikátor tekintetében sem tudtak felmutatni versenyelőnyt. Ezen országok között találhatunk olyanokat, amelyek kisebb-nagyobb mértékben a bortermelő országok közé tartoznak, ilyen például Csehország vagy Németország, találunk olyanokat, amelyek inkább „tranzitországnak” minősíthetők, vagyis olyan államoknak, amelyek nem szerepelnek a bortermelő országok között, azonban külkereskedelmük viszonylag jelentős (például Nagy-Britannia és Belgium). Végül pedig azon országok is ebbe a csoportba kerültek, amelyek sem termelő országnak nem számítanak, sem pedig kereskedő országnak nem tekinthetők.

Az elemzés részleteiben természetesen érdemes megvizsgálni az egyes országcsoportokat és azok tagjait abból a szempontból, hogy hazánk milyen reményekkel vagy félelmekkel nézhet a jövő elé. Az első és a negyedik csoport közvetlenül nem jelenthet igazi konkurenciát, hiszen az utolsó csoport várhatólag nem törekszik a borkereskedelem élére, az első csoporttól pedig valószínűleg nem lehet elvenni az elsőséget.

Összességében megállapíthatjuk, hogy Magyarország a vizsgált mutatók ilyenfajta konstellációjában rendelkezik, némely esetben pedig nem is kismértéku komparatív előnnyel. Hazánk előtt – a versenyelőnyök növeléséhez – két út áll. Egyrészt bekerülni az első csoportba, vagyis minden mutató tekintetében komparatív előnyt elérni, másrészt növelni a jelenlegi mutatók értékét, azaz a már létező, versenyelőnyt képező szegmensekben mind jobb és jobb pozíciót elérni.

Magyarország az RSCA és az RXA (Balassa-index) jelzőszámokban csak ott tud komparatív előnyt felmutatni az EU-val szemben, ahol a referenciatermékek köre a legalacsonyabb három szintet képviseli az ötből. Ez egyben azt is jelenti, hogy nem rendelkezik komparatív előnnyel a teljes külkereskedelem és az élelmiszer/élelmiszer-kereskedelem tekintetében. Minden más mutató és bázis viszonylatában hazánk komparatív előnyökkel bír az Európai Unióhoz képest.

*A hazai borágazat versenyképessége a nemzetközi piacokon, különös tekintettel az Európai Unióra*

Ország	Teljes külkereskedelem				Élelmiszer- és élelmiszer-kereskedelem				Ital- és dohánykereskedelem				Italkereskedelem				Alkoholos italok kereskedelme			
	RSCA	RC	RTA	RXA	RSCA	RC	RTA	RXA	RSCA	RC	RTA	RXA	RSCA	RC	RTA	RXA	RSCA	RC	RTA	RXA
Ausztria	-0,5615	-0,5928	-0,2272	0,2808	-0,3931	-0,4392	-0,2402	0,4356	-0,5593	-1,3935	-0,8560	0,2826	-0,6176	-1,4471	-0,7685	0,2364	<b>0,1519</b>	<b>0,2901</b>	<b>0,3420</b>	<b>1,3582</b>
Belgium	-0,7730	-2,3028	-1,1526	0,1280	-0,8088	-2,5800	-1,2892	0,1057	-0,6813	-1,9539	-1,1481	0,1896	-0,6762	-1,8294	-1,0102	0,1932	-0,5699	-1,6043	-1,0887	0,2739
Ciprus	<b>0,6265</b>	<b>2,0539</b>	<b>3,7970</b>	<b>4,3554</b>	<b>0,1331</b>	<b>1,1448</b>	<b>0,8910</b>	<b>1,3070</b>	<b>0,3224</b>	<b>1,7629</b>	<b>1,6168</b>	<b>1,9516</b>	<b>0,1532</b>	<b>1,4968</b>	<b>1,0570</b>	<b>1,3619</b>	<b>0,1358</b>	<b>1,2777</b>	<b>0,9480</b>	<b>1,3142</b>
Csehország	-0,9587	-3,0375	-0,4184	0,0211	-0,8914	-2,5720	-0,6941	0,0574	-0,9161	-3,1718	-1,0009	0,0438	-0,9123	-3,0860	-0,9580	0,0459	-0,8916	-2,9922	-1,0847	0,0573
Németország	-0,6413	-1,8020	-1,1061	0,2185	-0,4956	-1,3820	-1,0060	0,3372	-0,4864	-1,5152	-1,2268	0,3455	-0,3710	-1,0693	-0,8777	0,4588	-0,3155	-0,9232	-0,7895	0,5203
Dánia	-0,3771	-1,7897	-2,2561	0,4523	-0,6867	-2,5339	-2,1548	0,1857	-0,1072	-1,2307	-1,9544	0,8064	<b>0,0662</b>	-0,5257	-0,7897	<b>1,1418</b>	<b>0,0501</b>	-0,3971	-0,5388	<b>1,1054</b>
Észtország	-0,9090	-2,7141	-0,6715	0,0477	-0,8727	-2,3290	-0,6300	0,0680	-0,8582	-1,9257	-0,4472	0,0763	-0,8928	-2,1826	-0,4458	0,0566	-0,8485	-1,8398	-0,4340	0,0820
Spanyolország	<b>0,4694</b>	<b>3,1478</b>	<b>2,6502</b>	<b>2,7691</b>	<b>0,1902</b>	<b>2,3945</b>	<b>1,3355</b>	<b>1,4696</b>	<b>0,4072</b>	<b>3,2717</b>	<b>2,2839</b>	<b>2,3739</b>	<b>0,2713</b>	<b>2,7020</b>	<b>1,6276</b>	<b>1,7446</b>	<b>0,2126</b>	<b>2,6854</b>	<b>1,4351</b>	<b>1,5401</b>
Finnország	-0,9776	-4,3791	-0,8921	0,0113	-0,8940	-3,1214	-1,2137	0,0560	-0,8314	-2,5263	-1,0596	0,0921	-0,8721	-2,7368	-0,9863	0,0683	-0,8909	-2,7799	-0,8719	0,0577
Franciaország	<b>0,5532</b>	<b>1,9364</b>	<b>2,9749</b>	<b>3,4763</b>	<b>0,4723</b>	<b>1,6661</b>	<b>2,2629</b>	<b>2,7901</b>	<b>0,3289</b>	<b>1,3894</b>	<b>1,4866</b>	<b>1,9801</b>	<b>0,1814</b>	<b>0,7713</b>	<b>0,7758</b>	<b>1,4432</b>	<b>0,1427</b>	<b>0,6520</b>	<b>0,6384</b>	<b>1,3328</b>
Nagy-Britannia	-0,7541	-2,8486	-2,2805	0,1402	-0,5921	-2,1286	-1,8968	0,2562	-0,8090	-2,8365	-1,6955	0,1056	-0,8255	-2,6211	-1,2187	0,0956	-0,8471	-2,7266	-1,1822	0,0828
Görögország	<b>0,4346</b>	<b>2,2310</b>	<b>2,2645</b>	<b>2,5371</b>	-0,0495	<b>1,7320</b>	<b>0,7455</b>	0,9057	<b>0,0310</b>	<b>2,0007</b>	<b>0,9201</b>	<b>1,0640</b>	<b>0,2852</b>	<b>2,4040</b>	<b>1,6356</b>	<b>1,7981</b>	<b>0,2064</b>	<b>2,2998</b>	<b>1,3677</b>	<b>1,5201</b>
<b>Magyarország</b>	-0,2782	<b>2,6619</b>	<b>0,5253</b>	0,5647	-0,1017	<b>2,2092</b>	<b>0,7259</b>	0,8154	<b>0,4328</b>	<b>2,7214</b>	<b>2,3597</b>	<b>2,5259</b>	<b>0,3389</b>	<b>2,6669</b>	<b>1,8847</b>	<b>2,0254</b>	<b>0,3379</b>	<b>2,3996</b>	<b>1,8374</b>	<b>2,0208</b>
Írország	-0,9917	-5,5082	-1,0221	0,0042	-0,9927	-5,5609	-0,9463	0,0037	-0,9915	-5,2661	-0,8235	0,0043	-0,9933	-5,2501	-0,6362	0,0034	-0,9941	-5,4943	-0,7182	0,0030
Olaszország	<b>0,4804</b>	<b>2,8749</b>	<b>2,6881</b>	<b>2,8488</b>	<b>0,5605</b>	<b>3,2798</b>	<b>3,4167</b>	<b>3,5503</b>	<b>0,4439</b>	<b>2,8993</b>	<b>2,4534</b>	<b>2,5963</b>	<b>0,3124</b>	<b>2,0669</b>	<b>1,6671</b>	<b>1,9087</b>	<b>0,2480</b>	<b>1,9923</b>	<b>1,4332</b>	<b>1,6595</b>
Litvánia	-0,9698	-3,7703	-0,6489	0,0153	-0,9766	-3,9829	-0,6241	0,0118	-0,9646	-3,6522	-0,6763	0,0180	-0,8912	-2,4168	-0,5872	0,0575	-0,7714	-1,8294	-0,6749	0,1290
Luxemburg	-0,5041	-1,6061	-1,3132	0,3297	-0,2607	-1,0315	-1,0586	0,5864	-0,6657	-1,0886	-0,3954	0,2007	-0,3358	-0,5024	-0,3245	0,4973	-0,0862	-0,1926	-0,1787	0,8414
Lettország	-0,9674	-4,1478	-1,0307	0,0165	-0,9601	-3,6384	-0,7540	0,0204	-0,9648	-3,5370	-0,5973	0,0179	-0,9699	-3,8103	-0,6747	0,0153	-0,9614	-3,6531	-0,7391	0,0197
Málta	-0,8830	-2,3439	-0,5852	0,0621	-0,4708	-0,2369	-0,0962	0,3598	-0,0267	<b>0,6442</b>	<b>0,4502</b>	0,9479	<b>0,0642</b>	<b>0,8157</b>	<b>0,6341</b>	<b>1,1371</b>	<b>0,0360</b>	<b>0,5777</b>	<b>0,4716</b>	<b>1,0748</b>
Hollandia	-0,7772	-2,1538	-0,9550	0,1254	-0,8584	-2,3870	-0,7530	0,0762	-0,8437	-2,4161	-0,8651	0,0848	-0,5648	-1,3753	-0,8220	0,2781	-0,4144	-1,0954	-0,8241	0,4141
Lengyelország	-0,9981	-5,7782	-0,3046	0,0009	-0,9980	-6,1661	-0,4766	0,0010	-0,9911	-5,4426	-1,0330	0,0045	-0,9890	-5,2421	-1,0429	0,0055	-0,9754	-4,4262	-1,0280	0,0124
Portugália	<b>0,6977</b>	<b>2,3189</b>	<b>5,0625</b>	<b>5,6149</b>	<b>0,8008</b>	<b>3,0484</b>	<b>8,6133</b>	<b>9,0422</b>	<b>0,5169</b>	<b>1,5781</b>	<b>2,4921</b>	<b>3,1401</b>	<b>0,4524</b>	<b>1,6454</b>	<b>2,1405</b>	<b>2,6522</b>	<b>0,3614</b>	<b>1,4160</b>	<b>1,6144</b>	<b>2,1317</b>
Svédország	-0,9586	-4,2059	-1,3956	0,0211	-0,9048	-3,5366	-1,6665	0,0500	-0,7884	-2,6134	-1,4962	0,1183	-0,8343	-2,7838	-1,3711	0,0903	-0,8436	-2,7828	-1,2868	0,0849
Szlovénia	-0,8675	<b>0,7986</b>	<b>0,0390</b>	0,0710	-0,4236	<b>2,1363</b>	<b>0,3571</b>	0,4049	-0,5113	<b>1,3103</b>	<b>0,2361</b>	0,3233	-0,6123	<b>0,8432</b>	<b>0,1370</b>	0,2404	-0,5679	<b>0,4948</b>	<b>0,1076</b>	0,2756
Szlovákia	-0,7866	-0,5514	-0,0879	0,1194	-0,5339	-0,0547	-0,0171	0,3039	-0,4020	<b>0,4141</b>	<b>0,1446</b>	0,4266	-0,3795	<b>0,1458</b>	<b>0,0610</b>	0,4498	<b>0,0295</b>	<b>0,7407</b>	<b>0,5550</b>	<b>1,0607</b>

**11. táblázat: Az Európai Unió tagországainak fontosabb versenyképességi mutatói a 2000-2005. évek összességére**

Forrás: COMEXT, saját számítás

Mivel az egyes mutatószámok azonos bázisra épülnek, ezért azok értékei – egy indexen belül összehasonlíthatók, vagyis sorba rendezhetők. Éppen ezért előremutató elemzési szempont lehet a mutatókon belüli rangsor felállítása. Ezt az indexenkénti rangsort ábrázolja a 12. táblázat, amelyből látható, hogy Magyarország a többi tagállammal összevetve az eros középmezonyben szerepel. A különböző bázisokon az látszik, hogy hazánk legrosszabb pozíciójában is a hetedik legerősebb versenyképességu tagállam a vizsgált huszonötből, átlagosan pedig a harmadik-negyedik helyet foglalja el. A fentieket összegezve tehát elmondhatjuk, hogy Magyarország a relatív versenyképességi mutatókat tekintve igen jó pozíciót tudhat a magáénak. A teljes képhez azonban hozzátartozik hangsúlyozni, hogy ezek az indexek a relatív helyzetelonyt fejezik ki. A relatív mutató pedig ezekben az esetekben nem jelent mást, mint azt, hogy a bor exportja és behozatala miként viszonyulnak egymáshoz. Mivel hazánk importrészesedése nem számottevo, lévén jelentos a többlettermelés, a kivitelre való eros nyitottság érvényes a magyar borágazatban, ezért az importhoz viszonyított indikátorok túlnyomó többségben pozitív eredményt adnak.

Magyarország versenyképességének megítélése után érdemes megvizsgálni a TOP versenyképességu országokat, valamint azokat az államokat, amelyek hazánkhoz hasonló eredményeket mutatnak. Portugália és Olaszország szerepelnek az első két helyen, amely országokat Magyarország és Spanyolország követ

Amíg a korábbiakban azt láttuk, hogy a versenyképességi mutatók szempontjából kialakítható négy eltéro jellegzetességekkel bíró csoport, addig az elmúlt gondolatok során felvázoltak egy másik csoportosítást láttatnak. Ha az egyes klasztereket a versenyképességi sorrend alapján határoznánk meg – immár kisebb számú csoportot létrehozva –, a következő kép tárulna a szemünk elé.

Az első csoportba tartozó országok képviselik a TOP tagállamokat, nevezetesen Portugália, Olaszország, Magyarország, Spanyolország, Görögország, Ciprus és Franciaország. A második csoportba tartoznak Málta, Szlovákia, Szlovénia, Ausztria. A harmadik, és egyben utolsó csoportba kerülne az összes többi tagállam. A két csoportosítás összevetését mutatja be a 13. táblázat

*A hazai borágazat versenyképessége a nemzetközi piacokon, különös tekintettel az Európai Unióra*

Ország	Teljes külkereskedelem				Élelmiszer- és élőállat-kereskedelem				Ital- és dohánykereskedelem				Italkereskedelem				Alkoholos italok kereskedelme			
	RSCA	RC	RTA	RXA	RSCA	RC	RTA	RXA	RSCA	RC	RTA	RXA	RSCA	RC	RTA	RXA	RSCA	RC	RTA	RXA
Ausztria	10	10	10	10	9	11	11	9	13	13	16	13	15	15	16	15	6	11	10	6
Belgium	13	15	21	13	16	19	22	16	15	16	21	15	16	16	22	16	16	16	23	16
Ciprus	2	6	2	2	5	8	5	5	6	5	5	6	7	6	6	7	8	6	6	8
Csehország	20	19	12	20	19	18	15	19	21	21	18	21	22	22	20	22	22	22	22	22
Németország	11	13	20	11	12	13	19	12	11	14	22	11	11	13	19	11	13	14	18	13
Dánia	8	12	24	8	15	17	25	15	9	12	25	9	8	12	17	8	9	13	14	9
Észtország	18	17	15	18	18	15	14	18	20	15	12	20	21	17	12	21	20	18	13	20
Spanyolország	5	1	5	5	4	3	4	4	4	1	4	4	5	1	5	4	4	1	3	4
Finnország	23	23	16	23	20	20	21	20	18	18	20	18	19	20	21	19	21	20	20	21
Franciaország	3	7	3	3	3	7	3	3	5	7	6	5	6	9	7	6	7	8	7	7
Nagy-Britannia	12	18	25	12	14	14	24	14	17	20	24	17	17	19	24	17	19	19	24	19
Görögország	6	5	6	6	6	6	6	6	7	4	7	7	4	3	4	4	5	3	5	5
<b>Magyarország</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
Írország	24	24	18	24	24	24	18	24	25	24	15	25	25	14	25	25	25	25	16	25
Olaszország	4	2	4	4	2	1	2	2	2	2	2	2	3	4	3	3	3	4	4	3
Litvánia	22	20	14	22	23	23	13	23	22	23	14	22	20	18	13	20	17	17	15	17
Luxemburg	9	11	22	9	8	12	20	8	14	11	11	14	10	11	11	10	12	12	12	12
Lettország	21	21	19	21	22	22	17	22	23	22	13	23	23	23	15	23	23	23	17	23
Málta	17	16	13	17	11	10	10	11	8	9	8	8	9	8	8	9	10	9	9	10
Hollandia	14	14	17	14	17	16	16	17	19	17	17	19	13	14	18	13	14	15	19	14
Lengyelország	25	25	11	25	25	25	12	25	24	25	19	24	24	24	23	24	24	24	21	24
Portugália	1	4	1	1	1	2	1	1	1	6	1	1	1	5	1	1	1	5	2	1
Svédország	19	22	23	19	21	21	23	21	16	19	23	16	18	21	25	18	18	21	25	18
Szlovénia	16	8	8	16	10	5	8	10	12	8	9	12	14	7	9	14	15	10	11	15
Szlovákia	15	9	9	15	13	9	9	13	10	10	10	10	12	10	10	12	11	7	8	11

**12. táblázat: Európai Unió tagországainak fontosabb versenyképességi mutatói alapján meghatározott rangsora a 2000-2005. évek összességére**

**Forrás: COMEXT, saját számítás**

Helyezés	Sorrend a pozitív versenyképességben	Sorrend a versenyképesség mutatószámainak értékeiben
TOP1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Portugália</li> <li>• Olaszország</li>   <li>• Spanyolország</li>   <li>• Ciprus</li> <li>• Franciaország</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Portugália</li> <li>• Olaszország</li> <li>• Magyarország</li> <li>• <b>Spanyolország,</b></li> <li>• Görögország</li> <li>• <b>Ciprus</b></li> <li>• <b>Franciaország</b></li> </ul>
TOP2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Görögország</li> <li>• Magyarország</li> <li>• <b>Szlovénia</b></li> <li>• Málta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Málta</li> <li>• Szlovákia</li> <li>• <b>Szlovénia</b></li> <li>• Ausztria</li> </ul>
TOP3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Szlovákia</li> <li>• Ausztria</li> <li>• Dánia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• a többi ország</li> </ul>
TOP4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• a többi ország</li> </ul>	

**13. táblázat: Az Európai Unió tagországainak helyezési sorrendje a 2000-2005. évek összességére számított versenyképességi mutatók alapján**

**Forrás: COMEXT, saját számítás**

Összességében tehát azt látjuk, hogy amíg a bortermelés kínálati oldalának versenyképessége szinte megoldhatatlannak tűnő problémákkal szembesül, addig a keresleti oldalon a hazai borágazat – nemzetközi szinten – igen jó versenyképességi mutatókkal írható le. Ha szigorúan racionális keretek között gondolkodunk, akkor bizonyítottnak tekinthetjük, hogy a borágazat fenntartása szükséges, hiszen egy jelentős piaci potenciált rejt a magyar külgazdasági viszonyokat tekintve.

A korábbiakban már megállapításra került, hogy a borágazat a tökéletes versenyhelyzettől távol van. Ezt az is alátámasztja, hogy a borpiac meglehetősen magas koncentrációs fokkal működik, azaz a vertikális/horizontális szereplői közül valamelyik piaci erőpozícióban van, árnyomást gyakorol. A piaci koncentráció hipotetikus létezésére a következő fejezet keres bizonyítékot.

## **6. A piacok koncentrációja**

A versenyképesség mérése során a vizsgált piacok koncentrációjának viszonylag kis teret szentelnek az elemzések, holott a piac „töménységét” kifejező értelmezések, mutatószámok jó képet adhatnak egy vizsgált egység aktuális vagy várható jövőbeli szereplésére.

Az alábbiakban a borkereskedelem koncentrációjának vizsgálatát kívánom bemutatni, kitérve a koncentráció fogalommagyarázatára, a metodológiai irányelvekre és a legfontosabb mutatókra. A borkereskedelem koncentrációját gyakorlati példákon keresztül is szemléletessé teszem, két egységet vizsgálva:

- a bor külkereskedelmének az Európai Unión belüli nemzetközi koncentrációját,
- valamint a hazai kiskereskedelem és a bor kiskereskedelmének koncentrációját.

Az ismertetett mutatószámok mellett bevezetek egy önállóan meghatározott indexet, mellyel ugyancsak a piaci töménységet kívánom mérni.

A fejezet zárásaként bemutatom a magas, illetve az alacsony koncentráció elonyeit és hátrányait a versenyképesség szempontjából.

### **6.1. A kereskedelmi koncentráció meghatározása**

A koncentráció a kereskedelem fejlődésének egyik fő meghatározója. A közgazdasági értelemben vett koncentráció definíciója gyakorlatilag állandó maradt az idő és az egymást követő gazdasági-politikai rendszerek változásával.

A szocialista közgazdasági szakirodalom szerint a koncentráció „Tágabb értelemben a termelés összpontosulása, (...) az összes áruforgalom koncentrációját a nagy tokeerejű cégek forgalmának a súlya fejezi ki. (Közgazdasági, Kislexikon [1972]).

Az ezredfordulón a koncentráció fogalommagyarázata továbbra is a gazdasági életben lévő tömörülésekre, összpontosulásokra vonatkozik (Magyar Nagylexikon, [2000], in: Juhász-Seres-Stauder [2004]).

A kereskedelem koncentrációja alatt általában öt fő területet értenek:

- a forgalom,
- a piac,
- a toke,
- a jövedelem és
- a rendelkezési hatalom koncentrációja (Juhász-Seres-Stauder [2004]).

A tanulmányok azonban a fentiek közül elsoként a forgalom koncentrációjára vonatkoznak, ettol a megközelítéstol én sem térek el.

A koncentrált kereskedelem alatt a következokban az értendo, amikor kisszámú szereplo realizál viszonylag nagymértéku részesedést a kereskedelem összforgalmából. Abszolút koncentrációról beszélhetünk akkor, ha egy szereplo felelos az adott ágazat, termék összes kereskedelméért, abszolút dekoncentrációról pedig akkor van szó, ha a kereskedelem megoszlása minden szereplo esetében azonos részesedét mutat. A magas koncentrációval bíró piacok a fentiek mintájára természetesen azt a jellemzot is mutatják, hogy a relatíve nagyobb számban található kisebb szereplo aránytalanul alacsony részesedést érnek el az adott piacon.

## **6.2. A koncentráció indikátorai**

### **6.2.1. Koncentrációs arányszám**

A koncentrációs arányszám (CR) egy igen egyszerűen előállítható mutató, amely adott számú, a kereskedelem legnagyobb szereploinek részesedését vizsgálja a teljes kereskedelmen belül (például  $CR_{5_{\text{borexport,EU25}}}$ : a legnagyobb 5 európai bortermelőnek az Unió teljes piacán vett részesedésére).

$$CR_5 = \frac{\sum_{i=1}^5 x_i}{\sum_{i=1}^n x_i}, \text{ ahol}$$

$x_i$  = a természetes mértékegységben megadott jellemző az  $i$ -edik egységben és

$n$  = a teljes alapsokaság elemszáma.

A mutató értékkészlete:  $0 < CR_5 \leq 1$

A mutató előnye, hogy mind kiszámíthatósága, mind pedig értelmezhetősége kézenfekvő. Hátránya azonban, hogy csak a legnagyobb szereplokot veszi figyelembe, ezáltal nem a teljes alapsokaságot jellemzi, csupán annak egy kiemelt részét. Ki kell emelni még azt is, hogy a mutató meghatározása meglehetősen önkényes, ugyanis nem létezik egyértelmű szabály arra, hogy hány egységet tekintsünk a legnagyobb szereplok halmazának. Minél magasabb a piac koncentrációjának mértéke, minél kisebb számú szereplo kezében összpontosul a piaci részesedés magas aránya, annál elonyösebb lehet e mutató alkalmazása.

## **6.2.2. Lorenz-görbe**

A Lorenz-görbe egy kitűnő eszköz a relatív koncentráció mértékének szemléltetésére. Eloállításához az alapsokaságból való relatív gyakoriságot és a forgalmak relatív értékösszegét kumulált növekvő sorrendben tartalmazó táblázatot kell készíteni. Maga a görbe egy egységoldalú négyzetben, a kumulált relatív gyakoriságok és a kumulált relatív értékösszegek pontjai által kerül bemutatásra. Az egységnégyzet nulla és száz százalék közötti átlója mutatja azt a piaci helyzetet, amikor a kereskedelemben való részvétel egyenletes, vagyis mindegyik szereplo egyenlő részesedéseket tudhat magáénak. Ennek analógiájára, az egyenes és a görbe távolságának növekedése a piac magasabb fokú koncentrációját jelzi.

A Lorenz-görbe leginkább a vizuális elemzést teszi lehetővé, de kalkulálhatók különböző mérőszámok, amelyek a Lorenz-görbe alapján indikálják a piac koncentrációjának mértékét. Ezen mérőszámok jellemzője, hogy a görbe által meghatározott területet és az egységnégyzet területét viszonyítják egymáshoz, így utalva a piac sűrűségét kifejező hányadosra. Elemzéseimben a Lorenz-görbe vizsgálatát helyezem előtérbe, kiszámítva az ismert mutatók értékét és bevezetve egy saját készítésű mutatószámot a jelenlegi, általános körben alkalmazott mutatóknak mintegy versenytársaként. A Lorenz-görbe diszkrét értékekből álló pontjai között elhelyezkedő folytonos szakaszokat, vagyis a köztes pontok meghatározását a függvényábrázolás során általánosan alkalmazott interpoláció segítségével tettem meg, így a később számított mutatók pontosabb illeszkedést adtak.



### 6.2.3. Hirschman-Herfindahl index

A Hirschman-Herfindahl index egy természetes jellemzőnek a területegységek közötti koncentrációját számszerűsíti. Az index kiszámítása során gyakorlatilag a Lorenz-görbe foatljához viszonyít. Legalacsonyabb értékét abban az esetben veszi fel, ha az adott jelenség eloszlása egyenletes, míg maximális értékét akkor éri el, ha a legnagyobb a koncentráció, például monopolhelyzetben lévő piaci szereplőnél.

A mutató képlete:

$$HHI = \sum_{i=1}^n \left( \frac{x_i}{\sum_{i=1}^n x_i} \right)^2, \text{ ahol}$$

$x_i$  = a természetes mértékegységben megadott jellemző az  $i$ -edik egységben és  
 $n$  = az elemszám.

A mutató értékészlete:  $\frac{1}{n} \leq HHI \leq 1$

Az index könnyen kiszámítható, egyszerű adatbázisok alapján is meghatározható, de a minimális értéke nem független az elemszámtól, ami azt a hátrányt hozza magával, hogy szélsőségesen különböző elemszámú vizsgálatoknál az eredmények korlátozottan vagy egyáltalán nem hasonlíthatók össze.

### 6.2.4. Gini-koefficiens

A Gini-koefficiens a Lorenz-görbe és az egységnégyzet foatljája által bezárt terület nagyságát mérve határozza meg a koncentráció relatív értékét. Tartalmában tehát megegyezik a  $HHI$  index jelentés tartalmával, de kiszámítási módja, elonyei és hátulütői eltérnek attól.

A mutató képlete:

$$G = \frac{1}{2\bar{x}n^2} \sum_i \sum_j |x_i - x_j|, \text{ ahol}$$

$x_i$  és  $x_j$  = a természetes mértékegységben megadott jellemző az  $i$ -edik és  $j$ -edik egységben,

$\bar{x}$  =  $x_i$  átlaga és

$n$  = az elemszám.

A mutató értékkészlete:  $0 \leq G \leq 1$ .

A Gini-koefficiens az a mutató, amely a legjobban megközelíti a görbe által bezárt terület méretének becslését, de rendkívüli hátránya, hogy kiszámítása összetett és nagy minták esetében hatalmas mennyiségű számítást igényel. Mivel mindkét index szerint szummázásra kerülnek a jellemzők, ezért már egy  $n=25$  elemű mintánál is  $(25 \cdot 24) / 2 = 300$  számítást kell elvégezni.

## 6.2.5. Koncentrációs Index

Láttuk, hogy mind a HHI, mind pedig a Gini-indexek a Lorenz-görbe területének viszonyszámának segítségével határozzák meg a koncentráció mértékét. Egyik mutató becslése sem közelíti meg olyan mértékben a terület nagyságát, mint a görbét ténylegesen leíró függvény területének kiszámítása. A Koncentrációs Index ( $CI_H$ ) bevezetésével ebben kívánok előrelépést adni.

A Koncentrációs Index alkalmazásának elméleti háttérét az adja, hogy a Lorenz-görbe monoton növekvő, konkáv grafikon, az ilyen tulajdonsággal bíró görbék esetében pedig rengeteg lehetőség kínálkozik a függvényillesztésre. Miután a függvény meghatározása megtörtént, már csak egy lépés van hátra: a függvény alatti terület kiszámítása, amire az integrálszámítás módszere adja a kézenfekvő megoldást. Elemzéseim során számos függvényt, illetve függvényillesztési módszert megvizsgáltam – mely módszertan menetére a következő fejezetben térek ki –, de előljáróban a megalkotott indexet szeretném elotárni<sup>4</sup>.

A mutató képlete:

$$CI_H = 1 - \int_0^1 m_1 x^6 + m_2 x^5 + m_3 x^4 + m_4 x^3 + m_5 x^2 + m_6 x + b = 1 - (m_1 + m_2 + m_3 + m_4 + m_5 + m_6),$$

ahol

$m_i$  = a polinomiális tag  $i$ -edik meredeksége,

$x$  = a kumulált relatív gyakoriság,

---

<sup>4</sup> A koncentrációs mutatót ( $CI_H$ ) egy alsó indexszel láttam el a hasonló elnevezésű mutatókkal való összekeverhetőség kikerülése miatt.

A mutató értékészlete:  $\frac{1}{2} \leq CI_H \leq 1$ .

A mutató elonyei:

- egyszerűen előállítható, bonyolult és nagymennyiségű számításokat nem igényel,
- általánosan alkalmazott táblázatkezelő programok (pl. Microsoft Excel) segítségével is gyorsan, könnyen meghatározható,
- ténylegesen a függvény területét számszerűsíti,
- a determinációs együttható segítségével könnyedén vizsgálható a függvény „jósa”.

A mutató fogyatékoságaként meg kell említeni, hogy algoritmizálása nem írható fel rövid képlettel, emellett egy általános megjegyzés is igaz, amely érvényes, a polinomiális függvényillesztések esetében, nevezetesen, hogy könnyen illeszthető a polinom fokszámának függvényében<sup>5</sup>.

#### **6.2.5.1. A Koncentrációs Index levezetése**

A részletes elemzések, és a különböző mutatók alkalmazása előtt szükségessé válik annak alátámasztása, hogy a Koncentrációs Index valóban megfeleltethető egyfajta, a koncentrációt mérő jelzőszámnak. A további indexek esetében a levezetéstől, bizonyítástól eltekintek, hiszen azok háttere a vonatkozó forrásmunkákban rendelkezésre áll, illetve ezen mutatókat széles körben használják a koncentrációs elemzések során.

A Koncentrációs Index megalkotásának alapját a Lorenz-görbe képezi. Mivel a Lorenz-görbe ábrázolását tekintve „szépen viselkedik”, általános jellemzője a monoton növekvő és konkáv formája, ezért feltételezhető, hogy illeszthető rá megfelelő függvény a valós számok halmazán belül. A függvényépítés során a leggyakoribb valós függvényeket vizsgáltam, majd kiválasztva a legjobb

---

<sup>5</sup> Ha a megfigyelési egységek számának megfelelő fokú polinomiális függvényt választunk, az illeszkedés akár tökéletes is lehet.

tulajdonságokkal rendelkező függvényt, a Koncentrációs Indexet is meghatároztam.

A függvényillesztés teoretikusan a következő függvények vizsgálatára törekedett:

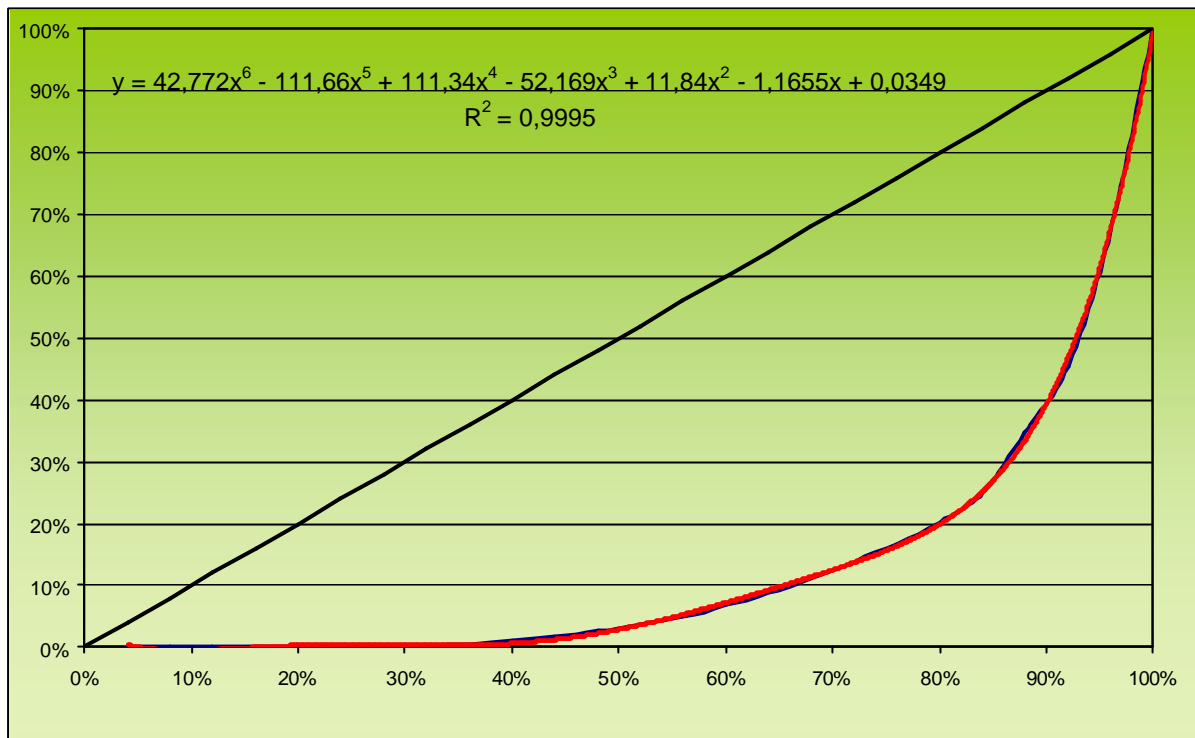
- lineáris függvény, ami felírható az  $x \mapsto mx + b$  alakban;
- logaritmikus függvény, ami felírható az  $x \mapsto c \cdot \ln x - b$  alakban;
- hatvány függvény, ami felírható az  $x \mapsto c \cdot x^b$  alakban;
- exponenciális függvény, ami felírható az  $x \mapsto c \cdot e^{bx}$  alakban;
- polinomiális függvény, ami felírható az  $x \mapsto \sum_{i=0}^n m_i x_i$  alakban;
  - megjegyzendő, hogy a lineáris függvény megegyezik az elsőfokú polinomiális függvénnyel.

A Lorenz-görbe alakját tekintve a hatvány, illetve az exponenciális függvények alkalmazása tunik kézenfekvőnek. Ezen függvények esetében azonban a függvényépítés során logaritmikus értékekkel is kell számolni, viszont a Lorenz-görbe értelmezési tartományában szerepel a nulla érték is (amelynek a logaritmus nem értelmezhető), a vizsgálatot a polinomiális, illetve a logaritmikus függvényekre kellett korlátozni. A függvényillesztés lépései Magyarországnak az EU25 országokkal szemben, 2000-2005. között realizált exportértékeinek relatív gyakoriságai és értékösszegei révén meghatározott Lorenz-görbén keresztül kerülnek bemutatásra.

Az 27. ábra három görbét mutat:

- az egységoldalú koordináta-rendszer foátlóját, amely a Lorenz-görbét képviseli abban az esetben, ha a piacon tökéletes verseny van, azaz minden szereplő egyformán részesül az exportbevételekből,
- egy piros görbe mutatja a Lorenz-görbére illesztett függvényt,
- és végül, maga a Lorenz-görbe, amely kék színnel, a piros görbe „alatt” helyezkedik el.

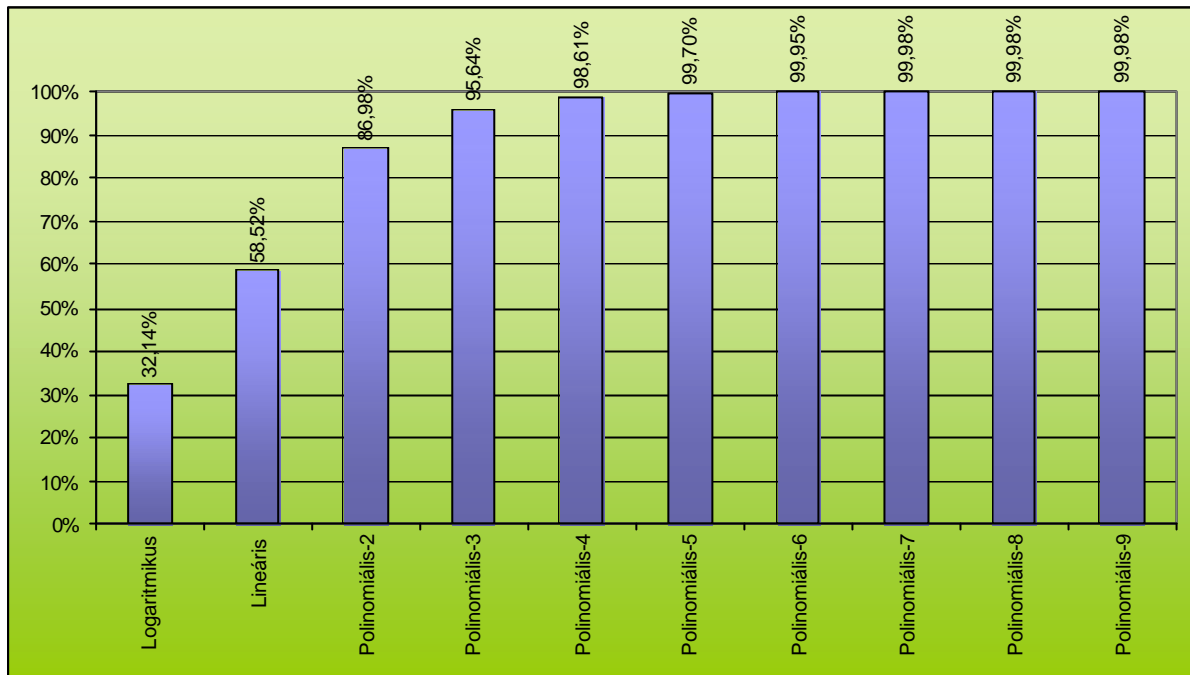
A 27. ábra által feltüntetett függvényegyenlet Magyarországnak az Európai Unióba irányuló borexportja koncentrációs görbéjére illesztett hatodfokú polinomiális görbét írja le. Az ábrából kiolvasható a determinációs együttható értéke ( $r^2=0,9995$ ), ami nagyon erős meghatározottságot jelent. Ez okozza azt is, hogy a piros grafikon alatt nem látszik a kék görbe, tehát a függvényillesztés közel tökéletesen sikerült.



**27. ábra: Magyarországnak az Európai Unióba irányuló borkiviteli koncentrációs görbéje (Lorenz-görbe)**

**Forrás: COMEXT, saját számítás**

Egy egyenlet „jóságát” úgy lehet véleményezni, ha tudjuk, milyen erős az összefüggés a tényleges és a függvény által meghatározott, becsült értékek között. Ezt a determinációs együtthatón keresztül lehet hathatósan vizsgálni. A 28. ábra a különféle függvényépítések révén meghatározott determinációs együtthatót vizsgálja, és vizuális elemzést alkalmazva segít eldönteni, melyik grafikon illeszkedése a legmegfelelebb az analízis lefolytatásához. Az ábrából kitunik, hogy a logaritmikus függvényillesztés gyenge relációban áll az eredeti adatokkal, ezért a meglévő lehetőségek közül ennek használata nem javasolt, hiszen minden más függvény erősebb kapcsolatot mutat.



**28. ábra: A függvényillesztések során meghatározott determinációs együtthatók Magyarország borexportjának koncentrációs görbéjére**

**Forrás: COMEXT, saját számítás**

Ahogy az elsőfokú polinomiális (vagyis a lineáris) egyenlettől haladunk a mind magasabb fokszámok felé, úgy erősödik a kapcsolat a tényadatok és a becsült értékek között. Látható azonban, hogy egy bizonyos fokszám felett már nem javul olyan mértékben a determinációs együttható értéke, ahogy a fokszámot növeljük, tehát megállapítható az, hogy a fokszám növelésével csökkenő mértékben nő a meghatározottsági együttható értéke. Innen már csak egy lépés marad hátra: a befektetett ráfordítások és a várható eredmények összevetésével eldönteni, melyik polinomiális függvény az ideális az elemzésre.

A függvényválasztás természetesen önkényes, hiszen olyan határvonalat kell húzni, ami bizonyos esetekben túlságosan korlátozó, más megfigyeléseknél viszont akár túlzott mértékben megengedő. Figyelembe kell venni olyan pragmatikus megfontolásokat is, mint a grafikus ábrázolhatóság kérdése (a Microsoft Excel trendvonal-illesztési funkciója legfeljebb hatodfokú polinomiális ábrákat engedélyez). Törekedni kell továbbá arra, hogy a legpontosabb becslés a lehető legegyszerűbb módon legyen felírható, így a fokszám minimalizálása is a célok között szerepel.

A magyar borexport koncentrációját leíró függvényeknél már az ötödfokú polinomiális grafikon is megfelelő lenne, azonban más országoknál még a hatodfokú sem kínál tökéletes illeszkedést (ilyen országok például Ausztria vagy Szlovákia). Ezt a megfigyelést mutatja be a 14. táblázat, a determinációs együtthatóknak a különböző függvények esetében betöltött szerepéről.

Függvény	Logaritmikus	Lineáris	Polinomiális-2	Polinomiális-3	Polinomiális-4	Polinomiális-5	Polinomiális-6	Polinomiális-7	Polinomiális-8	Polinomiális-9
Ország										
Ausztria	12.19%	25.20%	49.10%	67.34%	80.43%	89.26%	94.62%	97.48%	98.88%	99.52%
Belgium	18.85%	38.09%	69.86%	88.38%	96.53%	99.07%	99.64%	99.76%	99.82%	99.88%
Ciprus	20.34%	40.62%	71.83%	87.33%	94.00%	97.19%	98.87%	99.64%	99.90%	99.97%
Csehország	10.30%	21.59%	43.28%	60.71%	74.03%	83.86%	90.65%	95.02%	97.61%	98.98%
Németország	32.46%	58.10%	84.64%	93.21%	96.63%	98.43%	99.35%	99.72%	99.87%	99.96%
Dánia	13.66%	28.96%	58.48%	79.68%	91.68%	97.00%	98.65%	98.89%	98.89%	99.03%
Észtország	9.59%	21.06%	45.95%	67.37%	82.33%	91.28%	95.99%	98.26%	99.29%	99.74%
Spanvolország	34.22%	62.37%	91.91%	98.70%	99.64%	99.80%	99.88%	99.93%	99.94%	99.94%
Finnország	11.14%	23.99%	50.15%	70.81%	84.45%	92.44%	96.63%	98.56%	99.36%	99.69%
Franciaország	24.07%	47.05%	80.02%	94.62%	99.08%	99.87%	99.89%	99.92%	99.94%	99.94%
Nagy-Britannia	24.32%	46.82%	77.62%	91.21%	96.55%	98.73%	99.60%	99.81%	99.82%	99.84%
Görögország	23.81%	45.38%	73.56%	85.49%	91.37%	95.27%	97.76%	99.02%	99.58%	99.83%
<b>Magyarország</b>	<b>32,14%</b>	<b>58,52%</b>	<b>86,98%</b>	<b>95,64%</b>	<b>98,61%</b>	<b>99,70%</b>	<b>99,95%</b>	<b>99,98%</b>	<b>99,98%</b>	<b>99,98%</b>
Írország	9.98%	21.94%	47.97%	70.00%	84.72%	92.92%	96.90%	98.68%	99.44%	99.77%
Olaszország	26.08%	48.97%	77.77%	89.75%	94.81%	97.37%	98.83%	99.62%	99.93%	99.99%
Litvánia	9.36%	20.75%	46.23%	68.69%	84.22%	92.93%	97.01%	98.67%	99.32%	99.60%
Luxemburg	8.79%	19.40%	42.90%	63.89%	79.27%	88.98%	94.42%	97.23%	98.63%	99.31%
Lettország	12.55%	27.28%	57.83%	81.04%	93.72%	98.55%	99.63%	99.70%	99.72%	99.81%
Málta	12.70%	26.86%	53.83%	73.00%	84.72%	91.77%	96.06%	98.48%	99.58%	99.93%
Hollandia	21.36%	41.52%	70.58%	85.57%	93.10%	96.80%	98.47%	99.24%	99.61%	99.78%
Lengyelország	30.13%	56.92%	89.15%	98.17%	99.71%	99.91%	99.91%	99.92%	99.92%	99.93%
Portugália	27.63%	53.14%	86.35%	97.35%	99.57%	99.91%	99.97%	99.97%	99.97%	99.97%
Svédország	24.49%	47.90%	81.21%	95.30%	99.33%	99.94%	99.95%	99.97%	99.98%	99.99%
Szlovénia	32.08%	59.28%	89.70%	97.91%	99.51%	99.83%	99.91%	99.95%	99.96%	99.96%
Szlovákia	5.53%	12.57%	29.89%	48.28%	64.84%	77.96%	87.29%	93.28%	96.76%	98.58%

**14. táblázat: A függvényillesztések során meghatározott determinációs együtthatók az EU25 borexportjának koncentrációs görbéjére**

**Forrás: COMEXT, saját számítás**

### **6.3. A nemzetközi borkereskedelem koncentrációja**

A bor-külkereskedelem koncentrációjának vizsgálatát – a versenyképességi mutatókhoz hasonlóan – az Európai Unió 25 tagországára koncentrálni végeztem el, vagyis az Uniót mint zárt gazdaságot tekintettem. A külkereskedelemben játszott szerep vizsgálatánál a következő feltételezésekkel és kritériumrendszerrel éltem,:

- a vizsgált időszak a 2000-2005. közötti éveket öleli fel;
- nem tettem különbséget EU25 és EU15 országok között, azaz a hatéves periódust úgy kezeltem, mintha az Unió az elemzett időtartam alatt folyamatosan huszonöt tagállamból állt volna;
- a vizsgálatba ilyen módon bevontam azokat az országokat is, amelyek nem tartoznak a bortermelő államok közé (például Belgium, Litvánia, Lengyelország, Nagy-Britannia), hiszen nem a termelés, hanem a külkereskedelem koncentrációjának elemzése és értékelése volt a célkitűzésem;
- zárt gazdaságot feltételezve csak azon exportértékesítéseket vettem figyelembe, amelyek az EU tagországok egymás közti kereskedelmét jelentik,
- az elemzések forrásadataként az Eurostat Comext adatbázisát használtam fel, az ENSZ külkereskedelmi termékjegyzéke, a SITC Rev. 3. nomenklátúra 11217-es árucsoportjára korlátozva (friss szőlőből készült bor);
- a mennyiségi ismérvek jellemzője az értékbeni eladás euróban.

Elemzésemet a két legfontosabb koncentrációs mutató összevetésének segítségével folytattam le, kiegészítve azt a fentebb ismertetett Koncentrációs Indexszel. Ahhoz, hogy képet alkothassunk a bor külkereskedelmének koncentrációjáról, szükséges egy viszonyítási alap (*benchmark*) meghatározása is. E viszonyítási alapnak az EU25 országok teljes, az Unión belüli exportjának a  $C_H$  szerinti koncentrációját, illetve az értékek által meghatározott ország sorrendet tekintem. A rangsor megállapításához a három index (HHI, Gini,  $C_H$ ) értékeinek mediánját mint a szóródást legjobban kezelő mutatót vettem alapul. Az összefoglaló eredményeket a 15. táblázat mutatja be.



Ország	Koncentráció (bor)			Koncentráció (teljes export)	Rangsor (bor)				Rangsor (teljes export)
	HHI	Gini	CI <sub>H</sub>	CI <sub>H</sub>	HHI	Gini	CI <sub>H</sub>	Medián	CI <sub>H</sub>
Spanyolország	0,145	0,717	0,859	0,863	1	1	1	1	16
Szlovénia	0,159	0,739	0,870	0,866	3	2	2	2	17
<b>Magyarország</b>	<b>0,183</b>	<b>0,748</b>	<b>0,875</b>	<b>0,846</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>12</b>
Lengyelország	0,156	0,748	0,875	0,827	2	4	4	4	5
Németország	0,235	0,755	0,877	0,797	8	5	5	5	1
Portugália	0,175	0,773	0,887	0,883	4	6	6	6	23
Svédország	0,194	0,795	0,899	0,811	6	7	7	7	3
Franciaország	0,202	0,798	0,901	0,846	7	8	9	8	10
Olaszország	0,289	0,803	0,900	0,835	10	9	8	9	7
Nagy-Britannia	0,251	0,809	0,906	0,839	9	10	10	10	9
Görögország	0,369	0,827	0,910	0,838	15	11	11	11	8
Hollandia	0,355	0,839	0,917	0,866	14	12	12	12	18
Ciprus	0,330	0,847	0,923	0,870	12	13	13	13	22
Belgium	0,298	0,849	0,925	0,870	11	14	14	14	21
Dánia	0,381	0,885	0,942	0,846	16	15	15	15	11
Lettország	0,351	0,894	0,947	0,829	13	16	16	16	6
Málta	0,522	0,903	0,952	0,900	17	17	18	17	25
Ausztria	0,607	0,904	0,949	0,859	22	18	17	18	15
Finnország	0,544	0,913	0,953	0,812	18	19	19	19	4
Csehország	0,750	0,918	0,955	0,855	24	20	20	20	13
Észtország	0,586	0,925	0,958	0,868	21	22	21	21	20
Írország	0,547	0,922	0,959	0,884	19	21	22	21	24
Litvánia	0,562	0,926	0,960	0,807	20	23	23	23	2
Luxemburg	0,661	0,931	0,963	0,866	23	24	24	24	19
Szlovákia	0,953	0,956	0,974	0,857	25	25	25	25	14

**15. táblázat: A függvényillesztések során meghatározott koncentrációs mutatók, valamint azok rangsora az EU25 borexportjának koncentrációs görbéire**

**Forrás: COMEXT, saját számítás**

A 15. táblázat mindegyik mutatója arra utal, hogy az unión belüli borkereskedelem, sőt, a teljes kereskedelem is mérsékelt-magas fokon koncentrálódik. A HHI mutató esetében az Európai Unió ajánlása szerint: „Az együttműködés piaci versenyre gyakorolt hatásának értékelésénél a felek piaci helyzetén és a piaci részesedésén kívül további tényezoként a piaci koncentrációt, azaz a versenytársak helyzetét és számát is figyelembe lehet venni. Mutatóként az összes versenytárs egyéni piaci részesedésének négyzeteit összesítő Herfindahl-Hirschman Index („HHI”) használható: az 1000 alatti HHI értéknél a piaci koncentráció alacsony szintű, 1000 és 1800 között mérsékelt, 1800 feletti értéknél pedig magas. Egy másik lehetséges

*mutató a vezető cégek koncentrációjának aránya, amely a vezető versenytársak egyéni piaci részesedéseinek összege.*” [EU, 2001]<sup>6</sup>.

Az Európai Unió vonatkozó közleménye alapján tehát a borkereskedelem mérsékelt koncentrált Spanyolországban, Szlovéniában, Lengyelországban és Portugáliában. Hazánk, éppen csak átlépi a mérsékelt és magas koncentráció határvonalát.

A mutatók alapján összességében elmondhatjuk azt is, hogy a borkereskedelem az összes export koncentrációjánál is erőteljesebb, ami nem jelent mást, mint azt, hogy a teljes kiviteli kereskedelemben kevésbé érvényesül a „minden egy kézben” elve. Kivételt képez Spanyolország, ahol a borexport koncentrációja valamivel nagyobb, mint a teljes exporté, azonban ez a különbség nagyon csekély, mindössze -0,4 százalékpontos. Két tagállam esetében szintén alacsony – de immár pozitív irányú – eltérést látunk a bor-külkereskedelem és a teljes export koncentrációjának viszonylatában. E két ország Szlovénia és Portugália.

Az EU25 államokra kivetítve az állapítható meg, hogy az országok teljes exportjának koncentrációja átlagosan 7,2% ponttal alacsonyabb, mint a borexport koncentrációs mutatója.

A vizsgált országok közül relatíve a legalacsonyabb koncentrációval bír Spanyolország, Szlovénia és Magyarország, de összességében is elmondható, hogy a legjelentősebb borexportor országoknak a piaca koncentráliódik legkevésbé.

Itt érdemes egy gondolat erejéig kitérni a koncentrációs arányszám elemzésére is. Ahogy a 16. táblázat mutatja, az Európai Uniónak a CR szerinti értelmezésben is magasan koncentráliódott a borpiaca. Ez a koncentráció olyan magas fokú, hogy már az első három szereplő, Franciaország, Olaszország és Spanyolország együttesen az Unión belüli borkereskedelem nyolcvan százalékáért felelős. Portugália, Németország és – a nem kifejezetten bortermelő – Hollandia már 92%-át adják a zárt EU borkereskedelmének. A borexport tekintetében Magyarország számít az Unió

---

<sup>6</sup> Az Unió iránymutatásnak megfelelő elemzéshez a táblázat értékeit a HHI mutatóra ezres szorzóval kell figyelembe venni.

tizedik legnagyobb részesedéssel bíró tagállamának, a megelőző kilenc országgal együtt pedig a kereskedelemnek már 98 százalékát adja.

Ország	Részesedés	CR <sub>i</sub>			
Franciaország	42%	CR <sub>3</sub> =80%	CR <sub>5</sub> =92%	CR <sub>10</sub> =98%	CR <sub>15</sub> =100%
Olaszország	24%				
Spanyolország	14%				
Portugália	7%				
Németország	5%				
Hollandia	1%	CR <sub>10</sub> =98%	CR <sub>15</sub> =100%		
Nagy-Britannia	1%				
Belgium	1%				
Dánia	1%				
<b>Magyarország</b>	<b>1%</b>				
Ausztria	1%	CR <sub>10</sub> =98%		CR <sub>15</sub> =100%	
Görögország	1%				
Luxemburg	0%				
Szlovákia	0%				
Ciprus	0%				
Svédország	0%	CR <sub>10</sub> =98%			CR <sub>15</sub> =100%
Csehország	0%				
Szlovénia	0%				
Finnország	0%				
Írország	0%				
Észtország	0%				
Litvánia	0%				
Málta	0%				
Lengyelország	0%				
Lettország	0%				

**16. táblázat: A koncentrációs arányszámok az EU25 borexportjára**

**Forrás: COMEXT, saját számítás**

Láttuk, hogy a nagyobb jelentőséggel rendelkező országok között olyan tagállamok is szerepet kapnak, amelyek nem bortermelők, inkább csak tranzit országoknak tekinthetők, ezzel szemben a lista alján találunk olyan államokat is, amelyek bortermelésükről ismertek, de a piaci potenciál tekintetében nem sikerült előfölnyere szert tenniük. Ilyen országok például Ausztria, Görögország, Szlovákia, Ciprus, Szlovénia.

Visszatérve a koncentrációs mutatókat összefoglaló 15. táblázat eredményeihez, érdemes szót ejteni a különböző mutatók eltéréseiről. Eltérések alatt nem is feltétlenül a mutatók értékei közötti számbeli különbséget célszerű megfigyelni, hanem a mutatók által kreált rangsort.

Spanyolország esetében azt látjuk, hogy a koncentráció foka – a többi államhoz viszonyítva – olyan alacsony, hogy a tagország bármelyik mutató esetében a legalacsonyabb koncentrációt szemlélteti. Általánosságban is az állapítható meg, hogy a három mutató – jóllehet, eltérő sorrendet határoz meg a legtöbb tagország esetében – egymáshoz viszonylag közeli eredményeket produkál. Néhány országnál azonban nagyobb különbségek adódnak a sorrendeknek azon viszonylatában, amikor a három indexet vetjük össze. Németország, Görögország, Ausztria (a teljes borexport 8%-át képviselő tagállamok) jelentősen más helyezést érne el a koncentrációs együttműködés „versenyében”, ha a HHI vs. Gini és  $Cl_H$  mutatók által meghatározott sorrendet hasonlítjuk. A Gini és  $Cl_H$  indexek globálisan ugyanazt a sorrendet biztosítják.

A fentiek összességében tehát azt jelentik, hogy a koncentráció mérése semmiképpen sem tekinthető egzakt fogalomnak. Hiába a közös matematikai alapok, az egységes adatbázis, amely mindegyik mutatóra azonos számítási háttérrel biztosít, a piacok koncentrációjának mérésekor nem szabad egy kiválasztott mutatószámra hagyatkozni, hiszen az torzíthat, sőt, manipulációra adhat lehetőséget. Természetesen nagy „játéktér” nincsen, hiszen azon esetekben, amikor a jelzőszámok szélsőséges értékeket kínálnak (például a legalacsonyabb koncentrációjú Spanyolország és a legkoncentráltabb piacú Szlovákia indikátorainál), az indexek egyértelműen meghatározzák az országok egymáshoz képest mért helyzetét.

Szükséges továbbá annak a ténynek az ismerete is, hogy a koncentráció mértéke, a Lorenz-görbe lapossága vagy éppen nagy területe önmagában nem árul el semmit a piacok szerkezetéről. A vizsgált koncentrációs mutatók nem csupán kiszámításuk következtében kezelendők relatív viszonyszámoknak, hanem azért is, mert önmagukban nem értelmezhetők. Magyarországnak a  $Cl_H = 87,5\%$ -os értéke csak más viszonyítási pontokhoz képest jelent magas koncentrációs fokot, eltérő bázisoknál akár éppen alacsonynak is tekinthető ez a koncentrációs szint.

A piaci koncentrációt viszonyíthatjuk:

- egy adott megfigyelési terület különböző időpontokban történő összevetése alapján (longitudinális elemzéssel);
- több megfigyelési terület azonos időpontban történő hasonlítása szerint (keresztmetszeti elemzéssel).

## **6.4. A hazai bor-belkereskedelem piaci koncentrációja (keresztmetszeti elemzés)**

Egy rövid kitérővel az alábbiakban a hazai kiskereskedelem, azon belül a bor, az égetett szesz és a pezsgó piacainak koncentrációjának helyzetével fogunk szembesülni. Az elemzésekhez az ACNielsen Piackutató Kft. adatait használtam fel, a kapott eredmények értelmezéséhez az alábbiak ismeret szükséges:

- a számítások technikai megfontolásokból a HHI és a  $C_H$  indexeken alapultak;
  - mivel a Gini-koefficiens meghatározásához  $n \cdot (n-1)$  számítás szükséges, így a kiskereskedelmi egységeket leképező  $n \sim 24.000$  elemszámú sokaság több mint félmilliárd számolási műveletet igényelt volna, de ugyancsak nagy mennyiségű kalkulációt tett volna szükségessé a sokaság alapját képező minta  $n \sim 750$  elemszáma is (ez esetben több mint ötszáz ezer számot kellett volna meghatározni);
  - mind a HHI, mind pedig a  $C_H$  indexek eliminálják a nagyszámú minták problémáit, hiszen ezek értékeinek meghatározásához a táblázatkezelő programokban rendelkezésre állnak olyan függvények, amelyek néhány lépésre csökkentik a szükséges számítások elvégzését.

A kapott eredmények értelmezését megelőzően meg kell vizsgálni azt, hogy a számított mutatók érvényesek-e, alkalmazhatóak-e az elemzésekre. Ehhez elsősorban a hatodfokú polinomiális egyenletek megismerése válik szükségessé, amelyek az alábbiak:

$$CI_H(\text{élelm.}) = \int_0^1 37,6676x^6 - 100,7412x^5 + 102,0528x^4 - 48,3803x^3 + 10,8121x^2 - 0,8163x + 0,0173 = 88\%$$

$$CI_H(\text{bor}) = \int_0^1 118,9785x^6 - 347,1008x^5 + 384,3414x^4 - 199,7110x^3 + 48,8904x^2 - 4,7826x + 0,1144 = 89\%$$

$$CI_H(\text{szesz}) = \int_0^1 81,0678x^6 - 236,1336x^5 + 261,2332x^4 - 135,9274x^3 + 33,7475x^2 - 3,3298x + 0,0865 = 84\%$$

$$CI_H(\text{pezsgó}) = \int_0^1 135,1446x^6 - 394,1876x^5 + 435,3824x^4 - 225,3273x^3 + 54,6761x^2 - 5,2955x + 0,1270 = 94\%$$

Az egyenletek megoldásaiban látható a Koncentrációs Index nagysága, amely index relevanciáját mutatja a 17. táblázat a determinációs (korrelációs) együtthatón keresztül. Az  $r^2$  értékek a polinomiális függvények által meghatározott becsült részesedések, és az eredeti részesedés-adatok közötti korrelációt mutatja.

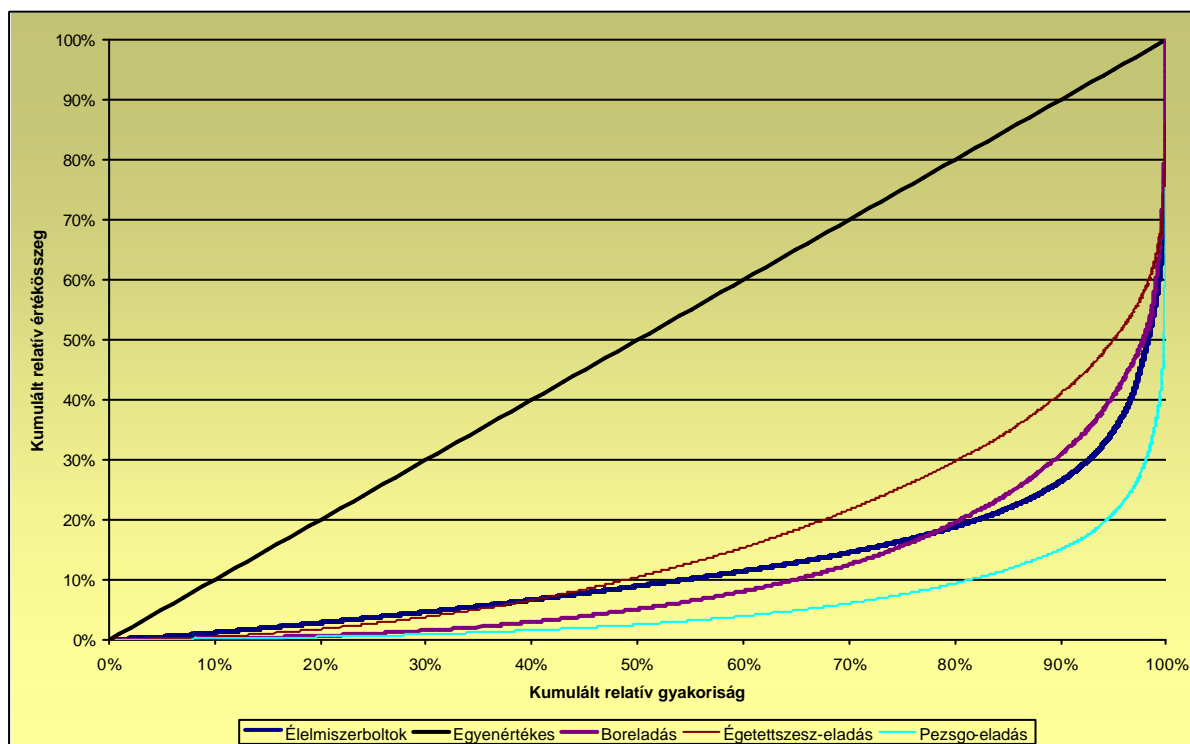
Mindhárom esetben az állapítható meg, hogy a becslofüggvény nagyon jól közelíti a tényleges értékeket, hiszen a korrelációs együtthatók 0,8420-0,9836 között szóródnak. Már a 84%-os determinációs koefficiens is erős kapcsolatnak minősül, így a  $CI_H$  index jól alkalmazható jelen esetben a koncentráció mérésére.

Kiskereskedelem	HHI	$CI_H$	$r^2(CI_H)$
Égetettszesz-eladás	0,0036	0,8390	0,9717
Élelmiszerboltok	0,0022	0,8804	0,9836
<b>Boreladás</b>	<b>0,0041</b>	<b>0,8928</b>	<b>0,9569</b>
Pezsgo-eladás	0,0059	0,9422	0,8420

17. táblázat: A koncentrációs indexek és determinációs együtthatóik

Forrás: COMEXT, saját számítás

A 29. ábra mutatja a hazai kiskereskedelem Lorenz-görbe szerint megfogalmazott relatív koncentrációját a 2005. december-2006. januári időszakra a teljes kiskereskedelem, a kiskereskedelmi bor-, égetett szesz és pezsgóértékesítés viszonyában. Már az ábra is jól szemlélteti, hogy a kiskereskedelem meglehetősen magasan koncentrálódott, de a kereskedelmen belül az alkoholos italok különböző kategóriáinak is eltérő a koncentráltsága.



29. ábra: A kiskereskedelem és néhány alkoholos ital koncentrációja 2005. december-2006. januárban; Forrás: ACNielsen, saját számítás

Míg a HHI alapján a legalacsonyabb koncentrációval a teljes kiskereskedelem bír, addig a  $Cl_H$  már az égetett szeszek értékesítését tekinti a legkevésbé koncentrált piacnak. A legmagasabb koncentráció mindkét vizsgált mutatószám esetében a pezsgóeladásoknál figyelhető meg, majd ezt követi a palackozott borok értékesítése.

A fenti megállapítások nem okozhatnak meglepetést, hiszen a józanész is ezt diktálja: a pezsgó értékesítése inkább a nagyobb boltok felé tolódik el, az égetett szeszitalokat ezzel szemben már jóval nagyobb arányban vásárolják a fogyasztók a kisebb alapterületű, illetve forgalmú boltokban.

A borok értékesítésének és a teljes kiskereskedelmi forgalomnak a relatív koncentrációja nagyon hasonló egymáshoz. E két esetben a  $Cl_H$  értékei közel megegyeznek, a koncentrációs görbék viszont metszik egymást. Ez azt is jelenti, hogy a  $Cl_H$  mutató önmagában nem alkalmazható a koncentráció megítélésére. A HHI azonban egyértelműen állást foglal ebben az esetben, és azt fejezi ki, hogy a boreladás magasabb relatív piaci koncentrációt tudhat magáénak, mint a teljes élelmiszerkereskedelem koncentrációja. Összességében ez tehát azt jelenti, hogy a bor kiskereskedelmi értékesítése majdnem ugyanolyan struktúrában zajlott a 2005. év végén, mint a teljes kiskereskedelemé, de a nagyobb jelentőségű boltok enyhe dominanciájával egyetemben.

## **7. A hazai szolo- és bortermelő gazdasági társaságok szegmentációja**

### **7.1. A piacszegmentálás**

A szegmentáció folyamata nem más, mint a marketingen belül a piac egyes szereplőinek homogén (egységes) csoportokba sorolása, melynek célja, hogy olyan csoportokat hozzunk létre, amelyek egymástól különböznek, az egyes csoportokon belüli tagok viszont egymáshoz a legközelebb állnak, egymáshoz bizonyos szempontok szerint nagyon hasonlítanak.

A piacszegmentálás **Bauer-Berács** szerint a marketingakciók gazdaságos végrehajtását teszi lehetővé (Bauer-Berács [1998]). **Kotler** a piacszegmentációt úgy határozza meg, mint az eltérrő termékeket, illetve marketing-mixet igénylő fogyasztói csoportok feltérképezése (Kotler [1998]). Az agrármarketing egyik felfogása a szegmentálás alatt a piacnak a vevők szerinti csoportképzését érti (Lehota-Tomcsányi [1995]), viszont különbséget tesz a fogyasztói és a szervezeti piacok szegmentálásának szempontjai között. Jelen fejezetben a szegmentáció új meghatározást kap: *A szervezeti piacok egy lehetséges szegmentációjának nevezzük a gazdálkodó szervezetek, intézmények olyan homogén csoportokra bontását, amely csoportok egymástól heterogén sokaságnak tekinthetők.*

Ebben a megközelítésben a szegmentáció tehát nem a vevők alapján történik, viszont nem zárja ki a vevőket sem; a szegmentáció itt egy sokkal bővebb halmaz, mint a marketing szakirodalmak azt általánosságban taglalják. Alapvető különbség, hogy a szervezeti piacok esetében – az alapsokaság alacsony száma miatt – viszonylag kis egyedszámú csoportokat is különálló szegmenseknek tekinthetünk, míg a fogyasztói piacokon ilyen esetekkel ritkán találkozunk. (Lehota-Tomcsányi, [1995])

### **7.1.1. A szervezeti piacok**

A szervezeti piacok közé soroljuk jelen esetben mindazokat a piacokat, amelyek nem a fogyasztói piacok közé tartoznak, tehát azokat a gazdasági társaságokat, non-profit szervezeteket és egyéni vállalkozókat (egyéni gazdaságokat), amelyek feldolgozás, közvetítés vagy végso felhasználás céljából végzik beszerzéseiket (Lehota-Tomcsányi [1995]). Ide sorolandók az ipari (termelői) piacok, amelyek jelen esetben a mezőgazdasági termelőket jelentik, a közvetítői piacok, az intézményi és a kormányzati piacok (Kotler [1998]).

A szervezeti piacokat több szinten is meg kell különböztetnünk a fogyasztói piacoktól. Az alapvető különbség a beszerzés motívumában rejlik: míg a fogyasztók az esetek döntő többségében saját (háztartásuk) fogyasztási szándékú igényeinek kielégítésére törekednek, addig a szervezeti piacokon a beszerzés túlnyomórészt a



termelés, az üzletmenet folytatásához, tehát további értékek előállításához kapcsolódik.

A szervezeti piacok szereplői jóval kisebb létszámot képeznek, mint a fogyasztói piacok vevoí, de ez az alacsonyabb létszám jóval nagyobb volumenu beszerzési aktusokat jelent, mindamellott a kereslet általában ingadozó és rugalmatlan. A szervezeti piacok kereslete derivált, azaz származékos kereslet, ami mögött az áll, hogy a keresletük a tovább-felhasználásban gyökerezik. A szervezeti piacokon az eladó és a vevo kapcsolata sokkal szorosabb, mint az a fogyasztói piacokon megfigyelhető, ez a kapcsolat gyakran bijektív, vagyis viszonteladói formában nyilvánul meg. A beszerzések jellemzően racionális okok alapján, csoportos döntéshozatallal, komplex módon zajlanak (Lehota-Tomcsányi [1995], Bauer-Berács [1998] és Kotler [1998] alapján).

### **7.1.2. A szegmentálás követelményei**

A szegmentálással szemben támasztott követelmények **Lehota-Tomcsányi [1995]** szerint, a mérhetőség, az elérhetőség és a kezelhetőség.

**Bauer-Berács [1998]** meghatározásában a mérhetőség és az elérhetőség mellett az idobeli stabilitás jelenik meg szegmentációs kritériumként.

**Kotler [1998]** a szegmentáció követelményeként a mérhetőség, az elérhetőség mellett a méret, a megkülönböztethetőség és a kezelhetőség szempontjait emeli ki. Látható tehát, hogy a különböző szerzők más-más szempontokat tartanak fontosnak, viszont a mérhetőséget és az elérhetőséget az említett szakemberek külön-külön is megemlítik.

Nézzük meg, mit jelentenek Kotler megfogalmazásában az egyes kritériumok (Kotler [1998]):

- mérhetőség: a szegmentumok méretének és vásárlóerejének mérhetősége,
- méret: a szegmentum a lehető legnagyobb egységes csoport,
- elérhetőség: az egyes szegmentumok lehető legkönnyebb megközelíthetősége,

- kezelhetőség: a különböző szegmensek kiszolgálására kidolgozott hatékony programok,
- és Bauer-Berács szerint az időbeli stabilitás: a szegmentumnak hosszú időn belül változatlanul kell maradnia.

Ha ezeket a fenti kritériumokat egybevetjük, a jelenlegi vizsgálatok során a követelmények a következőkre korlátozódnak: mérhetőség, méret, elérhetőség, kezelhetőség. Az időbeli stabilitás kritériuma egyáltalán nem vagy csak korlátozott mértékben teljesül, hiszen – ahogy a későbbiekben nyilvánvalóvá válik – több olyan szervezet is bekerült a szegmentumokba, amelyek az adott szegmens hosszú távú létét kérdőjelezzik meg. Összegezve tehát, azt lehet mondani, hogy egy pillanatképet leíró szegmentálási folyamatot végeztem, amelyet esetleg néhány éven belül újra kell gondolni. A szegmentálás konkrét eredményeinek bemutatásakor kerül a sorra a kritériumoknak való megfelelés verifikálása.

A kutatásom során a Bonoma-Shapiro [1983] féle változók (idézi: Kotler [1998]) közül kizárólag a vállalatok demográfiai attribútumait elemeztem, melyek a kutatás eredményeinek értékelésénél kerülnek tárgyalásra. A további változók **Bonoma és Shapiro** meghatározásában: működési változók, beszerzési módszerek, helyzeti tényezők és a partner személyi jellemzői. A demográfiai attribútumok körébe a szervezet típusa, tevékenységének jellege, a szervezet mérete és elhelyezkedése tartozik.

## **7.2. Kutatási módszertan**

A szegmentálás folyamata Kotler szerint (Kotler [1998]) három lépésre bontható, nevezetesen a kutatás, az elemzés és a profil-meghatározás fázisaira.

### **7.2.1. A kutatás**

A kutatás során szekunder kutatási anyag primer feldolgozását alkalmaztam. A szekunder kutatás már meglévő adatok felhasználását jelenti, jelen esetben kiegészítve egy olyan primer kutatási módszerrel, ami az adatbányászat technikájának felel meg.

A szekunder adatforrást a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) Cég-Kód-Tár című CD-ROM kiadványának 2001/IV. negyedéves megjelenése nyújtotta. A CD-ROM a hazai gazdasági társaságok főbb vállalkozási adatait tartalmazza, így módon tehát nem szerepelnek benne az egyéni vállalkozások, és a non-profit szervezetek alapadatai.

A kutatás során felhasznált adatok:

- a társaság székhelye (megye szerinti bontásban, a változó neve: MEGYE ),
- a társasági forma (a változó neve:GFO),
- a társaság tevékenysége (szolo-, illetve bortermelés a gazdasági tevékenységek egységes osztályozási rendszere, a TEÁOR-kódok alapján, a változó neve: TEAOR),
- a társaság árbevétele (a változó neve: ARBEV),
- a társaság alkalmazottainak létszáma (a változó neve: ALK),
- a társaság alapításának éve (a változó neve: EV).

#### **7.2.1.1. Az adatállomány kialakítása**

Az adatbázis elsődleges leszurése és a felhasznált adatállomány kezelése a társaságok TEÁOR-kódja szerint zajlott. A figyelembe vett TEÁOR-kódok a szolotermesztés és a bortermelés tevékenységi kódjai:

- 01.13 Gyümölcs, fűszernövény termelése<sup>7</sup>
- 15.93 Bortermelés<sup>8</sup>.

Mivel a szolotermesztés azonos tevékenységi besorolás alá esik más gyümölcsök termesztésével, ezért célszerű volt az adatállomány redukálása oly módon, hogy a az adott társaság neve alapján az adatbázisból kikerültek azok a szervezetek, amelyek nem vagy valószínűleg nem szolotermesztéssel foglalkoznak<sup>9</sup>. Az eredeti adatbázis 1237 tagja így 951 rekordra redukálódott. Az adatbázis további tisztítása is szükségessé vált, amely a klaszterelemzésről szóló fejezetben kerül részletezésre.

---

<sup>7</sup> Forrás: <http://www.ksh.hu/pls/ksh/docs/hirek/teaor/teaor03.pdf>

<sup>8</sup> Forrás: <http://www.ksh.hu/pls/ksh/docs/hirek/teaor/teaor03.pdf>

<sup>9</sup> Törekedtem arra, hogy csak olyan szervezetek kerüljenek az adatbázisba, amelyekről biztosan megállapítható, hogy szolotermesztéssel foglalkoznak. Kikerültek így olyan cégek, amelyek nevében például almatermelés, baracktermelés, stb. szerepeltek.

## 7.2.2. Az elemzés klaszteranalízis segítségével

A piacszegmentálás során alkalmazott módszertan a piackutatásban elfogadott irányelvek szerint (Hoffmann-Kozák-Veres [2000], Malhotra [2001]) az adatredukációs módszerek közül a klaszteranalízist helyezi előtérbe

A klaszterelemzés segítségével a rekordok számát csökkentjük úgy, hogy azokat olyan viszonylagosan homogén sokaságokra osztjuk, amelyek egymáshoz képest relatíve heterogén elemek halmazát adják (Malhotra, [2001]). A klaszteranalízis adja tulajdonképpen a szegmentáció alapját, az egyes klaszterek képezik a későbbi piaci szegmenseket.

A klaszterelemzés egy dimenziócsökkentési eljárás, amelynek jelentésértelme annyi, hogy a megfigyelési egységeket úgy csoportosítjuk, hogy az egy klaszterbe tartozó változók közötti távolság kicsi, az egyéb klaszterektől való távolsága viszont nagy legyen (Székelyi-Barna, [2002]).

A nagy mintákon legjobban alkalmazható klaszterelemzési eljárás Székelyi-Barna szerint az úgynevezett gyors klaszter (K-közép klaszter, K-középpontú klaszter, *K-Means Cluster*), ami egy nem-hierarchikus eljárás.

### ***A K-középpontú klaszter eljárásának rövid ismertetése<sup>10</sup>***

A kutató előzetesen meghatározott számú klaszter létrehozása melletti döntése után a statisztikai programcsomag (jelen esetben az SPSS for Windows) az egyes klaszterekhez középpontokat társít. A középpontok pedig az adatállomány adott eljárással kiválasztott elemeinek adataiból keletkeznek.

- A kezdeti klaszterközéppontok (iniciális klaszterközéppontok) először az adatállomány első  $k$  elemének adataiból adódnak, ahol ez az első  $k$  elem a meghatározott klaszterek száma. Ezután a statisztikai program egymás után elemzi a következő rekordokat, és abban az esetben, ha a soron következő

---

<sup>10</sup> Székelyi-Barna [2002] nyomán. Megjegyzendő, hogy a módszer Hartigan nevéhez fűződik (lásd Hartigan [1975, 1979])

elem távolsága nagyobb, mint a két egymáshoz legközelebbi klaszterközéppont távolsága, akkor a klaszterközéppontokat kicseréli<sup>11</sup>.

Az iniciális klaszterközéppontok meghatározása után a szoftver rendezi a rekordokat a középpontok által determinált klaszterekbe. Ezt a lépéssorozatot iterálva helyezi el a program az összes elemet az egyes klaszterekbe.

A klaszterelemzés további feltételei:

- a hiányzó adatok kezelése,
- az adatok összehasonlíthatósága (standardizálás).

Amennyiben az adatállomány egy rekordjának legalább egy adata hiányzik, a klaszterképzés során az a rekord nem sorolható be egyik klaszterbe sem. Például ha egy cég esetében nem ismert az árbevétel, az adott cég kimarad az elemzésből. A legbiztonságosabb megoldás ebben az esetben az, ha az adott rekord nem kerül bele a klaszterelemzésbe, azaz az adatállomány további szurést igényel. A korábban már módosított adatbázist leszűrve így n=611 cégről volt információ.

A figyelembe vett változói nomenklátúra mindegyike numerikus, többsége kategorizált, a folytonos változók (pl. az alapítás éve) viszont egyértelműen kategorizálhatók, így sikerült kialakítani ordinális változói skálákat. Mivel az egyes változók értéke az adott változóhoz képest volt csupán értelmezhető, ezért az adatok standardizálására volt szükség. Az egyes változók értékeinek standardizálása az

SPSS által is alkalmazott módszer segítségével, vagyis a  $t_i = \frac{x_i - \bar{x}}{\sum_i x}$  transzformáció

alkalmazásával történt meg.

---

<sup>11</sup> A távolság meghatározása a klaszterképző eljárásokban többféle is lehet. A leggyakrabban alkalmazott módszerek az euklideszi távolságon alapuló, az euklideszi távolság négyzetén alapuló számítások, valamint az asszociáción alapuló közelség-távolság számítások (részletesebben lásd: Székelyi-Barna [2002]).

### **A klaszterek meghatározása**

Több kísérlet után a négyklaszteres megoldás elégítette ki a leginkább a klaszterekkel szemben korábban megfogalmazott kritériumokat, melynek a levezetése – a fontosabb részletek szemléltetésével – a következőkben olvasható <sup>12</sup>.

Az iniciális klaszterközéppontok meghatározása után az iteráció 9 lépésben lezajlott.

**Iteration History<sup>a</sup>**

Iteration	Change in Cluster Centers			
	1	2	3	4
1	2,249	2,255	2,413	2,180
2	,156	,000	,267	,392
3	,109	,000	,208	,000
4	7,988E-02	,000	,169	,000
5	2,597E-02	,000	5,761E-02	,000
6	1,087E-02	,000	3,686E-02	,205
7	2,790E-02	,000	6,487E-02	,000
8	1,368E-02	,000	3,363E-02	,000
9	,000	,000	,000	,000

a. Convergence achieved due to no or small distance change. The maximum distance by which any center has changed is ,000. The current iteration is 9. The minimum distance between initial centers is 5,862.

**18. táblázat: Az iniciális klaszterközéppontok meghatározásátköveto iterációi**

**Forrás: KSH, saját számítás**

Az egyutas varianciaanalízisek (ANOVA) futásának eredményeként megállapítható, hogy a klaszterelemzés mindegyik bevont változója szignifikánsan különbözik egymástól az adott modellben, hiszen az F-statisztika mellett álló szignifikanciaértékek mind 0,05 alatti számot mutatnak (Székelyi-Barna, 2002 nyomán). Ez nem

---

<sup>12</sup> A K-középpontú klaszterelemzési eljárások alkalmával a klaszterek számának meghatározása nagyrészt a kutatói intuíciókon múlik. Gyakori eset, hogy a kutatónak elozetes hipotézisei vannak a különböző klaszterek típusáról, ez pedig valamely mértékben determinálja a klaszterek számát is. Ebben a klaszterezési eljárásvana klaszterek interpretációja, vagyis a megalkotott csoportok magyarázhatósága döntő lehet a klaszterek számának meghatározásában is, amint az a jelen esetben is történt.

jelent mást, mint azt, hogy az egyes klaszterek egymástól távol helyezkednek el, tehát heterogén csoportokat alkotnak.

Az F-statisztika értékeiből levonható következtetések megadják, hogy mely változók modellbeli szerepeltetése járult hozzá a klaszterek kialakításához: minél magasabb az F-statisztika értéke, annál erősebb szerephez jutott az adott változó a klaszterekben (Székelyi-Barna [2002] nyomán). A 19. táblázat alapján levonható következtetések, tehát a következők.

Az alkalmazotti létszám és az árbevétel jelenléte a legerősebb, amit az alapítás éve követ. Emögött az áll, hogy a klaszterek kialakulása elsősorban a vállalat méretétől és „életkorától” függ. A klaszterek meghatározása során viszonylag erős hatással bír az egyes társaságok gazdasági formája, vagyis a közkereseti társaságoktól a szövetkezeteken át a részvénytársaságokig: az egyes működési forma meghatározza azt, hogy mely szegmensbe sorolható egy adott cég.

Szignifikáns, de szinte alig jelentős annak a figyelembevétel, hogy az adott cég szolotermeléssel, vagy bortermeléssel foglalkozik, de a legcsekélyebb magyarázó ereje a társaság székhelyének van. Ez utóbbi utal arra, hogy a bortermelő cégek különböző szegmenseit alacsony mértékben írja le a területi elhelyezkedés.

#### ANOVA

	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	df		
Zscore(MEGYE)	3,500	3	,988	607	3,544	,014
Zscore(TEAOR)	13,362	3	,939	607	14,232	,000
Zscore(GFO)	37,050	3	,822	607	45,083	,000
Zscore(ARBEV)	150,137	3	,263	607	571,054	,000
Zscore(ALK)	152,420	3	,252	607	605,723	,000
Zscore(EV)	74,295	3	,638	607	116,494	,000

The F tests should be used only for descriptive purposes because the clusters have been chosen to maximize the differences among cases in different clusters. The observed significance levels are not corrected for this and thus cannot be interpreted as tests of the hypothesis that the cluster means are equal.

#### **19. táblázat: A vizsgált változók szignifikancia-szintje**

**Forrás: KSH, saját számítás**

A klaszterképzés végén megismerhető a szukított adatbázisban szereplő n=611 cég besorolása, vagyis az, hogy mely klaszterekben „foglalnak helyet” az egyes társaságok. Láthatjuk, hogy az n=4 klaszterben a cégek megoszlása egy domináns

szegmens (az első klaszter), egy nagyméretű szegmens (a harmadik klaszter) és két alacsony elemszámú szegmens (a második és a negyedik klaszterek) összességéből adódik.

**Number of Cases in each Cluster**

Cluster	1	415,000
	2	8,000
	3	175,000
	4	13,000
Valid		611,000
Missing		,000

**20. táblázat: Az egyes klaszterek minta-elemszáma**

**Forrás: KSH, saját számítás**

### **7.2.3. Az eredmények interpretálása**

A klaszterek kialakítását követően különböző profilokat kell rendelni az egyes klaszterekhez, vagyis az eredményeket interpretálni kell. Az eredmények interpretálása annyit jelent, hogy a klaszterek a jellemző tulajdonságaik alapján nevet kapnak. Ennek eredményeképpen nemcsak a jelenlegi szegmensek válnak ismertté, hanem egy bármilyen – szolotermesztő vagy bortermelő – cég, amelyik a jelenlegi kutatásban nem szerepelt, a későbbiek folyamán is besorolható. Így egy cég demográfiai adatainak ismeretében megmondható, hogy az melyik szegmentumot fogja képviselni, ezáltal pedig előrevetíthető a szükséges gazdaságpolitikai lépések sorozata. A klaszterekbe történő besorolás után megállapítható, hogy melyik cég lesz életképes támogatás nélkül, mely cégek azok, amelyek feltétlenül támogatásra szorulnak, és mely társaságok azok, amelyek támogatása gazdaságpolitikai szempontból nem indokolt.

Az eredmények interpretálása egyrészt a kutatói intuíciók, másrészt gondosan meghatározott statisztikai módszerek, jelen esetben statisztikai kereszttáblák alkalmazásával történik. A klaszterek magyarázó változóinak erőssége függvényében tekintjük át, hogy mely klaszterek milyen jellemzőkkel bírnak!



### **7.2.3.1. Alkalmazotti létszám**

A legerősebb változó a társaságok alkalmazottainak létszáma volt. Ennek megfelelően a következő jellemzők láthatók az egyes klaszterek esetében:

- az egyes klaszter kivétel nélkül 10 fő alatti létszámmal működik, tehát ez kisméretű cégeket foglal magában,
- a kettes klaszter alkalmazottai 5 és 100 fő közé esnek, vagyis kis-közepes méretű cégekről van szó,
- a hármas klaszterbe döntő többségében a 3-50 fő közötti munkavállalókkal működő cégek, vagyis szintén kis-közepes méretű társaságok kerültek; ebben az esetben azonban érdemes megjegyezni, hogy a szóródás nagyobb, tehát látni lehet 50 főnél nagyobb vállalkozásokat is,
- a negyedik klaszter egyértelműen a nagyvállalatoké; ezekben legalább ötven ember dolgozik.

**ALK \* Cluster Number of Case Crosstabulation**

% within ALK

		Cluster Number of Case				Total
		1	2	3	4	
ALK	0-1 fő	98,8%		1,2%		100,0%
	2 fő	80,0%		20,0%		100,0%
	3-4 fő	42,9%		57,1%		100,0%
	5-9 fő	5,8%	1,9%	92,3%		100,0%
	10-19 fő		7,9%	92,1%		100,0%
	20-49 fő		6,5%	93,5%		100,0%
	50-99 fő		22,2%	33,3%	44,4%	100,0%
	100-149 fő			25,0%	75,0%	100,0%
	150 főnél				100,0%	100,0%
Total		67,9%	1,3%	28,6%	2,1%	100,0%

**21. táblázat: : Az alkalmazotti létszám mint klaszterképző ismérő**

**Forrás: KSH, saját számítás**

### **7.2.3.2. Árbevétel**

A cégek árbevétele ugyancsak erosen magyarázza a szegmensek kialakítását. Az árbevétel függvényében a következő megállapítások szurhetok le:

- az egyes klaszter tagjainak elozo évi árbevétele legfeljebb 300 millió Ft volt, ami tovább erosíti a kisméretu cégek dominanciáját,
- a kettes klaszterbe foként az ötven millió forint feletti, de félmilliárd forint alatti árbevételt realizáló cégek kerültek, tehát ismételten kis-közepes méretu cégekról van szó,
- a hármasklaszterben csak olyan cégek találhatók, amelyek legfeljebb félmilliárd forintos évi árbevételt értek el, ami visszautal arra, hogy ezek kis-közepes méretu társaságok,
- a negyedik klaszter még mindig a nagyvállalatoké; itt legalább félmilliárd forint az éves árbevétel.

**ARBEV \* Cluster Number of Case Crosstabulation**

% within ARBEV

	Cluster Number of Case				Total
	1	2	3	4	
ARBEV 20 mFt-ig	87,4%		12,6%		100,0%
21-50 mFt	24,6%		75,4%		100,0%
51-300 mFt	4,3%	7,1%	88,6%		100,0%
301-500 mFt		16,7%	83,3%		100,0%
501-700 mFt				100,0%	100,0%
701-1000 mFt				100,0%	100,0%
1000-2500 mFt		16,7%		83,3%	100,0%
2501-4000 mFt				100,0%	100,0%
4000 mFt felett				100,0%	100,0%
Total	67,9%	1,3%	28,6%	2,1%	100,0%

**22. táblázat: Az árbevétel mint klaszterképzó ismérv**

**Forrás: KSH, saját számítás**

### **7.2.3.3. Az alapítás éve**

A harmadik legerősebb magyarázó változó a cégek „életkora” vagyis az alapítás éve volt. Ennek megfelelően látható, hogy:

- az egyes, a hármas és a négyes klaszter tagjai viszonylag „fiatal” cégek; ezek legfeljebb 13-14 évesek, ami jelentheti azt is, hogy a vállalkozások újonnan alakult cégek, de azt is, hogy a rendszerváltás során átalakult, privatizált társaságok,
- a második klaszter tagjai egyértelműen a nagy múltú szervezeteket tartalmazzák; életkoruk legalább huszonöt év.

**EV \* Cluster Number of Case Crosstabulation**

% within EV

		Cluster Number of Case				Total
		1	2	3	4	
EV	2	88,4%		11,6%		100,0%
	3	82,5%		17,5%		100,0%
	4	83,1%		15,4%	1,5%	100,0%
	5	77,4%		22,6%		100,0%
	6	64,3%		32,9%	2,9%	100,0%
	7	48,9%		46,7%	4,4%	100,0%
	8	70,0%		30,0%		100,0%
	9	64,7%		32,4%	2,9%	100,0%
	10	64,2%		32,8%	3,0%	100,0%
	11	70,0%		27,5%	2,5%	100,0%
	12	50,0%		47,0%	3,0%	100,0%
	13	53,3%		40,0%	6,7%	100,0%
	14	50,0%			50,0%	100,0%
	25		100,0%			100,0%
	28		100,0%			100,0%
Total		67,9%	1,3%	28,6%	2,1%	100,0%

**23. táblázat: Az alapítás éve mint klaszterképző ismérő**

**Forrás: KSH, saját számítás**

#### **7.2.3.4. Társasági forma**

A társasági forma mint a következő legnagyobb erővel bíró magyarázó változó az alábbi képet festi:

- az egyes és a hármas klaszter vegyes képet mutat, itt a korlátlan és korlátozott felelősségű társaságoktól a szövetkezetekig minden társasági forma megtalálható,
- a kettes klaszterbe csak szövetkezetek kerültek,
- a négyes klaszterben főként korlátozott felelősségű társaságok (Kft, Rt.) szerepelnek.

**GFO \* Cluster Number of Case Crosstabulation**

% within GFO

		Cluster Number of Case				Total
		1	2	3	4	
GFO	Korlátlan felelősségű	97,9%		1,4%	,7%	100,0%
	Szövetkezet	75,8%	12,1%	12,1%		100,0%
	Kft.	58,7%		40,1%	1,3%	100,0%
	Rt.	5,6%		55,6%	38,9%	100,0%
Total		67,9%	1,3%	28,6%	2,1%	100,0%

**24. táblázat: A társasági forma mint klaszterképző ismérv**

**Forrás: KSH, saját számítás**

#### **7.2.3.5. Tevékenység**

A TEÁOR-kódok alapján meghatározott tevékenység, vagyis a szolotermelés, illetve a bortermelés már kevésbé magyarázza a klaszterképzés folyamatát, mint a korábban említett változók:

- szolotermeléssel leginkább az egyes klaszterben foglalkoznak, de jelentős a bortermelés tevékenysége is, de közel ugyanezt a képet adja a kettes klaszter leírása is,
- a hármas és a négyes klaszterek tevékenységére a bortermelés a jellemző.

**TEAOR \* Cluster Number of Case Crosstabulation**

% within TEAOR

		Cluster Number of Case				Total
		1	2	3	4	
TEAOR	Szolotermelés	87,7%	,6%	11,7%		100,0%
	Bortermelés	60,8%	1,6%	34,7%	2,9%	100,0%
Total		67,9%	1,3%	28,6%	2,1%	100,0%

**25. táblázat: A gazdasági tevékenység mint klaszterképző ismérve**

**Forrás: KSH, saját számítás**

**7.2.3.6. Területi elhelyezkedés**

A KSH megyekódjai alapján meghatározható területi elhelyezkedés a cégek bejegyzett székhelyéről ad információt. Ezt alapvetően két szempont szerint lehet vizsgálni, egyrészt a hagyományos bortermelő vidékek szerinti elhelyezkedés, másrészt a nem hagyományos bortermelő vidékek szerinti székhelyeket, amelyek közül ez utóbbiak jellemzően fővárosi dominanciát foglalnak magukban. Ennek megfelelően érdemes megvizsgálni, hogy melyek azok a megyék, amelyek kiemelkednek a sorból, vagyis hol került a legtöbb szőlész-borász társas vállalkozás bejegyzésre. A szőlő- és bortermelő cégek fele három megyében koncentrálódik, nevezetesen Bács-Kiskun, Borsod-Abaúj-Zemplén és Heves megyékben. A vizsgált borászati vállalkozások döntő többsége (90%) tíz megyében helyezkedik el, és megtekintve a sorrendet, nem okoz meglepetést a gyakoriságok alakulása sem.

Egyedül talán Budapest szorul némi magyarázatra. A főváros elkelő, ötödik helyének oka az lehet, hogy ezek a cégek vagy a telephelyen, tehát nem a székhelyen folytatják a termelői tevékenységet, vagy pedig az, hogy e cégek a borászati-szőlészeti tevékenységet alapok nélkül nevezték meg főtevékenységként.

A megyék listájába egyedül Nógrád megye nem került be, ami természetesen nem azt jelenti, hogy Nógrádban nem folyik szőlőtermelés, csupán az adatállomány szűkítése jelenthetett korlátozó feltételt.

Megye	Megoszlás (%)	Kumulált megoszlás (%)
Bács-Kiskun	26,0	26,0
Borsod-Abaúj-Zemplén	14,9	40,9
Heves	10,0	50,9
Baranya	8,7	59,6
Budapest	8,3	67,9
Veszprém	7,9	75,8
Győr-Moson-Sopron	3,9	79,7
Pest	3,9	83,6
Zala	3,3	86,9
Tolna	3,1	90,0
Somogy	2,9	93,0
Fejér	2,6	95,6
Csongrád	1,5	97,1
Szabolcs-Szatmár-Bereg	0,8	97,9
Komárom-Esztergom	0,7	98,5
Jász-Nagykun-Szolnok	0,5	99,0
Vas	0,5	99,5
Hajdú-Bihar	0,3	99,6
Békés	0,2	100,0

**26. táblázat: A társaságok területi elhelyezkedésének megoszlása**

**Forrás: KSH, saját számítás**

A gazdálkodó szervezetek székhelye szignifikánsan ugyan, de alacsony mértékben magyarázza a klaszterképzés folyamatát, emiatt itt nem is észlelhetők jelentős különbségek:

- a kettes és a négyes klaszterbe tartozó cégek, a hagyományos bortermelő helyeken találhatóak meg azzal az egy különbséggel, hogy a negyedik klaszter tagjai a fővárosban is megtalálhatóak,
- az egyes és a hármas klaszter tagjai vegyes képet mutatnak: a hagyományos szolotermesztő területek, a kisebb hagyományokkal rendelkező területek és a főváros egyaránt megtalálhatóak ebben a szegmensben; érdemes megemlíteni azonban, hogy néhány megyét csak az egyes klaszter tagjai választottak székhelyül (Békés, Hajdú-Bihar, Jász-Nagykun-Szolnok, Vas).

**MEGYE \* Cluster Number of Case Crosstabulation**

% within MEGYE

		Cluster Number of Case				Total
		1	2	3	4	
MEGYE	Budapest	62,7%		31,4%	5,9%	100,0%
	Baranya	77,4%		20,8%	1,9%	100,0%
	Bács-Kiskun	53,5%	2,5%	41,5%	2,5%	100,0%
	Békés	100,0%				100,0%
	BAZ	73,6%		26,4%		100,0%
	Csongrád	33,3%		66,7%		100,0%
	Fejér	68,8%		31,3%		100,0%
	Gyor-Moson-Sopron	79,2%		20,8%		100,0%
	Hajdú-Bihar	100,0%				100,0%
	Heves	73,8%	4,9%	18,0%	3,3%	100,0%
	Komárom-Esztergom	75,0%		25,0%		100,0%
	Jász-Nagykun-Szolnok	100,0%				100,0%
	Pest	62,5%		37,5%		100,0%
	Somogy	72,2%		16,7%	11,1%	100,0%
	Szabolcs-Szatmár-Bereg	80,0%		20,0%		100,0%
	Tolna	78,9%		15,8%	5,3%	100,0%
	Vas	100,0%				100,0%
	Veszprém	75,0%	2,1%	22,9%		100,0%
	Zala	85,0%		15,0%		100,0%
Total		67,9%	1,3%	28,6%	2,1%	100,0%

**27. táblázat: A területi elhelyezkedés mint klaszterképző ismérv**

**Forrás: KSH, saját számítás**

## **7.2.4. A szervezeti szegmensek profilja**

Az eredmények interpretálása valójában a profilok marketinges nyelvezetre történő lefordításában manifesztálódik. Az előző elemzések alapján az egyes szegmensek elnevezése olvasható az alábbi fejezetben.

### **7.2.4.1. Egyes klaszter – regisztrált gazdaságok, „bóvli cégek”**

Az egyes klaszter jellemzőinek összegzése:

- székhely: relatíve magas arányban Budapest
- társasági forma: foként korlátlan felelősségű társaságok (bt., kkt.)
- árbevétel-kategória: legfeljebb 300 millió Ft évente
- létszám-kategória: 10 fő alatt.

A kis vállalati méret, a kisvállalkozásokra jellemző társasági forma arra enged következtetni, hogy ezek a társaságok családi üzemeltetésű cégek.

Nem szurhetőek ki azonban azok a vállalkozások, amelyek minden valószínűség szerint bejegyzésre kerültek a Központi Statisztikai Hivatalnál, azaz rendelkeznek a cégbíróság által kiadott cégjegyzékszámmal, mégsem működő vállalkozások. A gazdaság-statisztikai elemzésekben külön figyelmet szokás szentelni az ilyen jellegű létező, de nem működő vállalkozásoknak, jelen kutatás keretei azonban ezt nem tették lehetővé. Ezek a társaságok kapták a „bóvli cégek” elnevezést.

#### **7.2.4.2. Kettes klaszter – Nagy múltú szövetkezetek**

A kettes klaszter jellemzőinek összegzése:

- társasági forma: kizárólag szövetkezetek
- árbevétel-kategória: jellemzően 51-300 millió Ft évente
- létszám-kategória: 5-99 fő
- „életkor”: legalább 25 év
- székhely: hagyományos bortermelő vidékek.

A társaságok társasági formája, az alapítás éve és a székhely mind arra utalnak, hogy ezek régen megalakított szövetkezetek.

#### **7.2.4.3. Hármás klaszter – Kis-közepes borászatok**

A hármás klaszter jellemzőinek összegzése:

- tevékenység: jellemzően bortermelés
- társasági forma: túlnyomóan kft.
- árbevétel-kategória: legfeljebb 500 millió Ft egy évben
- létszám-kategória: döntően 2-49 fő között
- székhely: hagyományos bortermelő vidékek és Budapest

A harmadik szegmens sokban hasonlít az egyes klaszterhez, vagyis a családi gazdaságokhoz, de felfedezhetők különbségek. A hármás klaszter esetében a társasági forma kiegyensúlyozottabb képet mutat, ami a bortermelés felé tendál. Ezek a cégek még egy jellemzőt magukénak tudhatnak, ami utal arra, hogy nem a hagyományos értelemben vett családi vállalkozások tartoznak csak ide. Ez a jellemző a társasági forma. Míg a korlátlan felelősségű társasági formák foként a



családi vállalkozások jellemzői, addig a korlátozott felelősség – ahogy ez esetben is – a kisvállalkozások mellett a közepméretű társaságok egyik iránymutatója.

#### **7.2.4.4. Négyes klaszter – Nagyvállalatok**

A négyes klaszter jellemzőinek összegzése:

- tevékenység: csak bortermelés
- társasági forma: kft. és rt.
- árbevétel-kategória: 500-5000 millió Ft egy évben
- létszám-kategória: 50 fő felett
- székhely: hagyományos bortermelő vidékek és Budapest.

A negyedik klaszter a vállalkozások méretéből, a társasági formákból következtetve észrevehetően sugallja, hogy ezek a cégek kivétel nélkül a nagyvállalatok körébe tartoznak. Ide sorolhatók a privatizált, gyakran külföldi tulajdonba került hazai nagyvállalatok, amelyek a bortermelésen kívül más italgyártási tevékenységet (pl. pezsgőgyártás) is folytatnak.

### **7.3. Egy lehetséges összehasonlítás**

**Erdész F.-né** és **Radóczné** [2000], valamint **Kopcsay-Totth** [1997] és **Urbán** [1999] munkáinak nyomán a hazai borágazat termelőire készült már olyan besorolás, amely a borászat főbb szereplőit szegmentálja. Ennek az elemzésnek a háttérében a termelőegységek besorolása azok nagyságrendje alapján történt meg. A fent említett szerzők kutatómunkája – szintén – négy csoportot különböztet meg a bortermelői iparágán belül.

- A **nagyok**, hozzávetőlegesen tíz szervezet, a rendszerváltás után privatizált céget jelent. A szerzők által megfogalmazottak szerint e társaságok fő jellemzői:
  - jelentős tokeero;
  - számottevő export;
  - a hazai piacot felölelő értékesítési csatornák;
  - a termelést saját szőlőből, vagy termeltetett alapanyagokkal végzik;
  - fejlett technológiával dolgoznak;

- jó minőségű, de elfogadható árú, és prémium minőségű termékeket állítanak elő;
- a külföldi tulajdon miatt a tulajdonos országában versenyelőnyrel bírnak.

Saját kutatásommal összevetve ezek a társaságok megfeleltethetők a **nagyvállalatok szegmensébe** sorolt gazdálkodó szervezeteknek.

- Társas, egyéni vagy családi vállalkozások, amelyek a „**borászat éllovasaivá**<sup>13</sup>” nőtték ki magukat. Ezen cégek főbb jellemzői:
  - kis tokeero;
  - kiemelkedő termékminőség;
  - folyamatosan javuló technológia;
  - proaktív piaci magatartás;
  - a hazai viszonylatokhoz képest magas értékesítési árak;
  - a borturizmus lehetőségeinek kiaknázása;
  - a hazai és a nemzetközi gasztronómiában elismertek;
  - dinamikusan fejlődnek.

Ha a kutatásomban végzett piaci szegmentációt vesszük alapul, a harmadik klaszter, a **kis-közepes borászatok** szegmensét vethetjük össze ezzel a csoporttal.

- **Közepes forgalmú** cégek, amelyek a privatizációból sikeresen kikerült korábbi állami gazdaságok, szövetkezetek, pincegazdaságok, magyar és multinacionális gazdasági társaságok, amelyek jellemzői:
  - gyakran elavult technológia;
  - viszonylag magas csoportlétszám.

Sok a hasonlóság, azonban mégsem egyértelmű a megfeleltethetőség a kutatásom eredményeképpen létrehozott második szegmensevel, vagyis a **nagy múltú szövetkezetekkel**. Átfedésekkel lehet csak hasonlónak tekinteni e két csoportot.

- A legnagyobb csoportot képviselő, **ostermeloi, vállalkozói réteg**, akik termékeiket a nagyobb vállalatok felé, továbbfeldolgozásra értékesítik, vagy nagy kiszerelekben, „kannás” borként a fogyasztók felé kínálják.

---

<sup>13</sup> (Erdész F.-né-Radócsné [2000])

Ezek a cégek kutatásomban az egyes klaszter tagjainak, vagyis a **családi vállalkozások**nak feleltethetők meg.

### **7.3.1. A versenyképesség erősítése, lehetséges lépések**

A szegmentációs eljárás során sorrendet állítottam fel az egyes klaszterek között, mégpedig abban a tekintetben, hogy melyik termelői csoport milyen helyet foglal el a szőlészeti-borászati vállalkozások versenyében, illetve melyek azok a pontok, amelyek az erős és egyre erősödő versenyhelyzetben való előrelépést reális közelbe hozhatják. Értekezésemben elsősorban az agrártámogatások elosztásának szükségességét és indokoltságát emelem ki, javaslataimat összevetem azokkal az elképzelésekkel, amelyeket Erdész F.-né-Radóczné [2000] és Kopcsay-Totth [1997], valamint Urbán [1999] fogalmazták meg.

A versenyben előkelő helyet foglal el, és mindenképpen a győztesek közé sorolható a nagyvállalatok köre, amelyek nem szorulnak támogatásra, így nem is indokolt ezeknél a cégeknél a piaci versenybe való beavatkozás. A nagyvállalatok uralják a piacot, amit biztosít számukra a nagy volumenu, mégis differenciált termék- és termelési stratégia. Ismerve azt a tényt, hogy ezek a társaságok jellemzően multinacionális tulajdonnal rendelkeznek, ezért a tulajdonos feladata és érdeke is, hogy a megfelelő háttérrel biztosítsa a szervezeteknek. Ebbe a klaszterbe tartoznak például olyan társaságok, mint a Budafoki, a Badacsonyi borkombinátok, vagy éppen a Csányi pinészet. Ezekre a társaságokra Erdész F.-né-Radóczné [2000] és Kopcsay-Totth [1997], valamint Urbán [1999] sem utalnak úgy, mint fejlesztési való csoportra.

A nagy múltú szövetkezetek szintén jó versenyhelyzetben vannak, de ha nem fektetnek kellő odafigyelést a működésükre, a verseny veszteséivé válhatnak. Jelenleg a tömegtermékek területén kedvező piaci pozíciókkal rendelkeznek, és amennyiben a szövetkezeti egység nem bomlik fel, továbbra is számíthatnak arra, hogy meghatározó szerepük lesznek a hazai borgazdaságnak. Mivel azonban a szövetkezetek gépparkja, technológiája egyre kevésbé felel meg az Európai Unióban támogatott követelményeknek, ezért a támogatások sorából nem szabad kizárni ezt a

csoportot. Ezeknek a társaságoknak leginkább beruházásösztönző támogatásra van szükségük.

A nagy múltú szövetkezetek célcsoportját az Erdész F.-né-Radócsné [2000] és Kopcsay-Totth [1997], valamint Urbán [1999] által meghatározott – hasonló attribútumokkal bíró – közepes forgalmú cégek halmazával összevetve a szerzők szerint szintén beruházási támogatásokra van szükség. Emellett a szerzők említést tesznek arra vonatkozólag, hogy ezek a cégek fontosak a borgazdaság számára, ugyanis jelentős szerepet kaphatnának a kis parcellákon termelő gazdálkodások integrálásában. Ennek a tevékenységnek az előnye azt jelentené, hogy nem csupán e kategóriába tartozó cégek maradhatnak életképesek, de azok a termelők is, akik a jelenlegi besorolás szerint a kistermelői, ostermelői körbe tartoznak.

A harmadik klaszterbe, vagyis a kis-közepes borászatok kategóriájába tartozó vállalatok megfelelően képviselhetik a magyar bort a világpiacon és a hazai gasztronómiában egyaránt. Példaképpen megemlíthető néhány ismertebb borászat, amelyek ebbe a szegmensbe tartoznak. Ilyenek például a Gere, a Bock és a Thummerer pincészetek. Mivel ezek a cégek nem a termelés volumenére alapozzák tevékenységüket, hanem a magas minőségre, ezért magas áron is tudják értékesíteni a boraikat. Ezek a cégek folyamatos fejlődésen mennek át, a technológiájuk és marketingszempon্তু piaci magatartásuk lehetővé teszi azt, hogy támogatások nélkül működjenek. Azonban – mivel ezek a cégek lehetnek a magyar bor hírnevének újraélesztői, ezért – nem szabad támogatás nélkül hagyni ezeket a gazdálkodókat. Itt azonban nem beruházás-ösztönzési támogatásra van szükség, hanem képzési, oktatási támogatásokra, amely lehetővé teszi a termelőknek, hogy a szorosán vett szakmai oktatásokon kívül (pl. borászati továbbképzések) a gazdasági, és ezen belül a marketingismereteiket mélyítsék el, különös tekintettel a külföldön megszerezhető szakmai tapasztalatokra, eszmecserékre, tanulmányutakra.

Végül pedig az egyes klaszter képező regisztrált gazdaságok azok, amelyek a legnehezebb helyzetben vannak jelenleg, és nagy eséllyel ebbe a körbe fognak tartozni a közeljövoben is. Ezek a cégek támogatások nélkül nem maradnak talpon a szigorú EU-szabályozások életbe lépése után. Mindenképpen ez az a kör tehát, amelyik feltétlenül támogatásra szorul, de éppen ez az a kör, amelyiknél a legnehezebb meghatározni az agrártámogatások mibenlétét és arányait. Ez a

csoport a beruházástól az oktatásig minden területen várja a támogatásokat. Sok viszont az a szereplo, aki egyrészt támogatásokkal sem állná meg a helyét, másrészt viszont nehéz kiszurni azokat a szegmens-tagokat, amelyek nem jogosultak vagy csak korlátozott mértékben jogosultak a támogatásokra. Felvetodik a kérdés ezen gazdaságoknak a létjogosultságára vonatkozóan: megmaradjanak-e a szolo-bor ágazatban, esetleg támogatási pillért vagy még inkább profilt váltva forduljanak más ágazatok felé.

Erdész F.-né-Radócsné [2000] és Kopcsay-Totth [1997], valamint Urbán [1999] szerint ezeknek a termelőknek értékesítési célú pinceszövetkezeteket kellene alakítaniuk, amelyek nagyobb erot képviselve könnyebben juthatnak támogatásokhoz és elérhetőbben valósíthatnák meg különféle fejlesztéseiket. A szerzők szerint ezek azok a szervezetek, amelyek az alacsonyabb minőségi igényű piacokat láthatnák el borral, ami az elmúlt közel másfél évtizedben elveszített keleti piacok újbóli meghódítását jelentheti.

### **7.3.1.1. Portfolióelemzés a piacszegmentálás alapján**

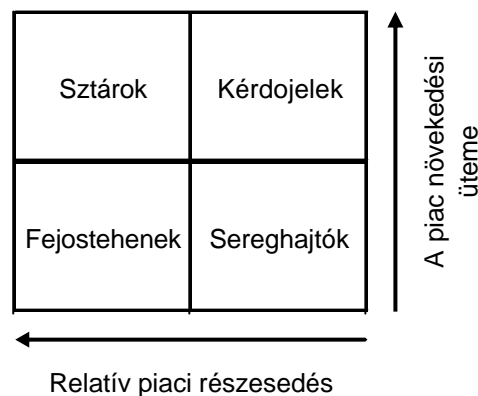
A kutatásom eredményeképpen létrehozott piaci szegmensek alapján a szolotermeszto és bortermelo gazdasági társaságokat – a különböző csoportokba sorolás révén – gyakorlatilag versenytársakként értelmezhetjük. Amennyiben a piacot zártnak tekintjük, és feltételezzük, hogy csak az elemzésben szereplo gazdasági társaságok a piac szereploi, akkor megállapítható, hogy amellet, hogy ezen cégek egy része más csoportokba integrálódva mukodik, mégis ugyanazon a piacon tevékenykednek, ami ismételten azt jelenti, hogy ezek versenytársai egymásnak. A verseny elemzéséhez a klasszikusnak tekintheto BCG-mátrix portfolióelemzési technikáját alkalmaztam.

A portfolióelemzés egy stratégiai elemzési módszer, melynek révén a vállalatvezetés áttekintheti a vállalat stratégiai üzletágainak piaci helyzetét és megtervezheti, hogy a jövőben az egyes üzletágak közül melyekre helyezze a hangsúlyt, illetve melyeket tartson szinten, vagy esetleg építsen le (Porter [1993]). Ebben az esetben a portfolióelemzést nem egy adott vállalatra, hanem a fenti feltételezések szerint leírt szolo-bor ágazatra értelmezem.

A **BCG-mátrix**<sup>14</sup> a Boston Consulting Group cég nevéhez fuzodo portfolióelemzési technika. Módszertana rendkívül egyszeru: egy kétdimenziós mátrixban helyezzük el a vállalat egyes üzletágait.

A két dimenzió:

- a piac növekedési üteme: az adott üzletág jövőbeni növekedési ütemét mutatja;
- az üzletág relatív piaci részesedése: az üzletág versenytársakhoz viszonyított piaci részesedését mutatja.



**30. ábra: A BCG-mátrix**

- **Sztárok:** azok az üzletágak, amelyekkel a vállalat gyorsan növekvő piacon magas piaci részesedést ért el. A sztárok általában nyereséget hoznak a vállalatnak, bár a nagy piaci verseny miatt jelentős összeget kell marketingtevékenységre költeni. A sztárok a jövőben a vállalat fejosteheneivé válhatnak.
  - A sztárok közé tartoznak a **nagyvállalatok** (negyedik klaszter).
- **Fejostehenek:** a vállalat azon üzletágai, melyek alacsony növekedésű piacon rendelkeznek jelentős részesedéssel. Mivel a piac bővülése és a verseny már nem számottevő, így alacsony marketingköltséggel működtethető az üzletág. A fejostehenek a vállalatok húzóágazatai, a legnagyobb profitteremtő képességgel.

---

<sup>14</sup> Porter [1993] alapján

- A fejostehenek közé a **nagy múltú szövetkezetek** sorolhatók (kettes klaszter).
- **Kérdojelek:** azok az üzletágak, amelyek egy gyorsan bővülő piacon alacsony relatív piaci részesedéssel rendelkeznek. Általában minden új üzletág innen indul útjára. A vállalatnak jelentős tokét kell az üzletágba fektetnie, hogy annak piaci részesedését növelje (gépek, eszközök, munkaerő, marketing stb.). A kérdojel elnevezés is innen ered: vajon megtérül-e a vállalat befektetése? Egy befutott kérdojel-üzletág később sztárrá válhat.
  - A kérdojelek között a **kis-közepes borászatokat** lehet megemlíteni (hármass klaszter).
- **Sereghajtók:** alapvetően gyenge növekedési ütemű piacon, alacsony piaci részesedéssel rendelkező üzletágak. Ezek az üzletágak alacsony nyereséget, vagy veszteséget termelnek. A vállalatvezetés feladata eldönteni, hogy kívánja-e a jövőben finanszírozni a veszteséges működést, vagy leépíti, felszámolja a sereghajtókat.
  - A sereghajtók közé sorolhatóak a **regisztrált gazdaságok** (egyess klaszter).

## **8. A borpiac kritikus pontjai – nemzeti borstratégia, uniós borreform, borpiaci jövőkép**

Miután ismerjük a borágazat jelenlegi helyzetét, a versenyképesség kedvező és kevésbé pozitív értékeit, érdemes megvizsgálni, hogy mindez hogyan ültethető át a gyakorlatba, miként vélekednek a különböző érdekeltek, melyek az irányadó gazdaságpolitikai elképzelések.

Előjáróban le kell szögezni, hogy a változások, a szükséges reformok folyamata rendkívül lassan zajlik mind hazánkban, mind az Unió egészére vetítve. Gyakori hibája a reformtörekvések között megfogalmazott gondolatoknak, hogy azok statikus állapotból indulnak ki, a *status quo*-t rögzítik, azaz javaslatok többsége *ceteris paribus* feltételezésekre építve vázolja fel a potenciális lehetőségeket. A javaslatok érintőlegesen említik az Újvilág támasztotta kihívásokat, holott már hosszú évek óta nyilvánvaló, hogy az európai borra a legnagyobb külső fenyegetettséget az új belépők egyre erőteljesebb térnyerése jelenti. Nem szabad figyelmen kívül hagyni a

kritikai értékelés során azt sem, hogy a gondolatokat megfogalmazó szakértők és bizottságok lekorlátozzák a megállapításukat a kínálati oldalra, nem reagálnak a fogyasztói preferenciák változásaira. Mindezek a hibák talán nemcsak a borpiac reformtörekvéseire jellemzők, de általánosságban érzékelhető az öreg kontinens csolátása a változásokat igénylő gazdasági területeken is.

### **8.1. A Nemzeti Borstratégia (NBS) kritikája**

A Nemzeti Borstratégia a hazai szőlő és borágazat nemzeti szintű stratégiáját fogalmazza meg 2022-ig. Az ágazat első ilyen irányú kezdeményezése nem tekinthető befejezettnek. Egyes kérdések, pl. az EU rendszerétől függő támogatási megoldások tényleges, és további számításokat igényelnek. Ugyanakkor az ágazat és a program nyitott külső szakemberekkel történő konzultációkra, egyes fejezetek pontosítására illetve kidolgozottságának növelésére. Így pl. elsősorban a kormányzat és a szakminisztérium kollégáival, a marketing szakterület képviselőivel, agrárközgazdászokkal képzelhető el ilyen jellegű munka. A stratégia az ágazat elképzeléseit tartalmazza és nem tér ki kapcsolódó területekre, mint pl. az ágazat foglalkoztatottsági kérdései, térségfejlesztés, stb. Az NBS értékelése közben azt érezheti a hozzáértő, hogy 2002-ben, amikor a Borstratégia megfogalmazódott, lezárult egy fejezet; a szerzők mintha befejezettnek tekintették volna a munkát, holott a tényleges feladatok csak ezután kezdődnek.

A Borstratégia megalkotói felvázolják az ágazat jelenlegi helyzetét, amelynek főbb megállapításai a következők:

- a privatizáció utáni szerkezeti átalakításban megtorpant;
- a hazai piac nem bővül, az exportunk csökkent;
- az ültetvények termelési potenciálja csökken és romlik;
- egyes termelők látványos sikereket érnek el, az ágazat egészének eredményessége azonban csökken,

Mindezek mellett a világ szőlő-és bortermelése, a nemzetközi borpiac jelentős mértékben fejlődött, az igények módosultak.

Az NBS a bevezetésében jól látja a fenyegetettséget és veszélyeket, azonban kifejezi abbéli reményét is, hogy a válság csak átmenetinek tekinthető. Úgy vélem,



nincs okunk azt feltételezni, hogy a válság körülményei valóban csak ideiglenesek. Egy borstratégia megalkotásánál a reális állapotfelmérés elengedhetetlen, sőt mivel a lehetséges jövőről csak elképzeléseink vannak, ezért a pesszimista jövőkép felrajzolása sokkal közelebb áll a racionalitáshoz. A válság ideiglenes volta a szerzők kimondatlan véleménye szerint legfeljebb húsz évig marad meg, hiszen erre az időtávra fektették le téziseiket. Ha a feltételezés a húsz évig tartó válságról igaz, akkor semmiképpen sem tekinthető az ideiglenesnek, ha ennél rövidebb ideig tartó válságra számítanak, akkor hiányos az indoklásuk, vajon mire alapozzák a válság megoldását, megoldódását.

Az NBS céljai megfogalmazódnak egyrészt ágazati szinten másrészt a kormányzat irányába. E két vonalon szeretnének átfogó változásokat elérni. Az alapelv természetesen nem vitatható, de túlságosan leszűkíti a szereplők körét, gyakorlatilag zárt gazdaságnak tekinti a borágazatot, nem hangsúlyozza, hogy a borpiacnak létezik egy keresleti oldala is, nem tér ki a fogyasztók és a nemzetközi piacok felé megfogalmazott célokra.

Az NBS megalkot egy modellt, amely a **gazdasági jövőkép** felvázolását rejti. Ez a modell az ágazat intenzív fejlesztési modelljeként értelmezhető. Ennek megvalósítása jelentős mértékben igényli a meglévő termelési, pénzügyi és szellemi, kereskedelmi és intézményi erőforrásainknak a koncentrációját, működésük hatékonyságának növelését. A modell feltételrendszere deklarálja, hogy a hazai borpiacon értékbeli növekedést kell elérni, ami feltételezi a hatékonyabb területi szerkezetet, meghatározza a minimálisan megművelendő szőlőterületet (75 ezer hektár 2022-ben). A modell kijelenti, hogy elengedhetetlen az ágazat anyagi, szellemi és intézményi erőforrásaink koncentrációja, átalakítása, az ágazat hatékonysági mutatóinak javulásához. A koncepció figyelembe veszi a világpiacon tapasztalt sikeres borászatok és ágazatok fejlődését.

A koncepció feltételrendszere azonban nem foglalkozik a fogyasztói preferenciákkal, a megnyíló piacok hozta változásokkal és megtisztult piaci viszonyokkal számol. Ez utóbbi alá érti például a borhamisítás, az illegális piacok működésének megszűnését. Tény, hogy az elmúlt években valóban megkezdődött egy piactisztulási folyamat, de az korántsem zárult le, így túlzott jóindulatra vall ennek statikus feltételezése.

A modell kitér a **borvidéki rendszer** átalakítására, annak elvárt koncentrálódását, belső struktúrájának differenciálását célul tűzve. Ezzel a törekvéssel általában egyetértenek az ágazat meghatározó szereplői, hiszen egy nagyobb borrégió erősebb befolyást ér el mind a piacokon, mind pedig a kormányzati, közösségi szintű támogatások megpályázásánál, mint több kisebb, elszórtan és egymástól elzártnan tevékenykedő borvidék. Ez a törekvés nem csupán a borágazat sajátossága. A közigazgatásban is egyre erőteljesebb felhangot kap a koncentrálódás iránti igény, aminek talán legszembetűnőbb példája a kormányzatnak a megyerendszernek a régiós rendszerrel való felváltása iránti törekvése.

Az NBS a **fajtapolitikát** kettősen ítéli meg. Egyrészt országos szinten szükségesnek tartja a diverzifikációt, másrészt viszont a borvidékek fajtaszámának csökkenését helyezi előtérbe. Ezzel az elképzelésével inkább a mennyiségi termelést szorgalmazza, a homogén borok előállítását célozza meg. Ez persze nem feltétlenül helytelen stratégia, a kérdés csak az, hogy milyen irányban mozduljon el a hazai borágazat: a homogén borok vagy a hungaricumok előállítása felé. Feltételezve mindkét stratégia sikerességét, ám egymást kizáró alkalmazhatóságát, az első lehetőség volumenben generálhat jelentős jövedelmet, a második lehetőségnek viszont a fajlagos profittartalma lehet nagyobb. A tömegtermelés kockázata, hogy elvesz az egyediség, a fogyasztók számára nem fog különbséget jelenteni a magyar vagy a külföldi bor, míg a prémium borok előállításának kockázata a kis mennyiségekben, de főként a változó fogyasztói preferenciákban rejlik.

Az NBS-nek a fajtapolitikára adott válaszai a fogyasztókat tehát ismét figyelmen kívül hagyták.

Az **ültetvényrekonstrukció** kérdéskörében az NBS megfogalmazásával gyakorlatilag egyetértő vélemény alakulhat ki. Ezen gondolatkör alapvető javaslata az előregedett, alacsony termőképességű, tokehiányos ültetvények teljes körű felújítására és újratelepítésére térnek ki.

A **borkategóriák** meghatározásának reformja is időszerű az asztali bor, a tájbor, a minőségi bor, a védett eredetű bor és a különleges minőségű bor meghatározásai jobban illeszkednek a világpiacon ismert nomenklatúrához. Ezek bevezetése, a

jelenlegi kategóriák módosítása megkönnyíti vásárláskor a (külföldi) fogyasztó helyzetét, hiszen a termék ismeretlenségéből adódó vásárláskori frusztrációt a vevo könnyebben csökkentti. Ha a vásárló egy terméket be tud azonosítani, nagyobb eséllyel választja azt, mint az ismeretlen, bizonytalan eredetű variánst.

Az NBS-nek ezen pontja a sokat hiányolt fogyasztói szempontú megközelítésre tehát már kitér.

Az NBS részletezi még a technológia, az intézményi rendszer, a minőség-ellenőrzés és az oktatás, kutatás kérdésköreit is. A Borstratégia külön fejezetet szentel a bormarketingnek, ami méltánytalanul került háttérbe a korábbi években Magyarországon. Ennek a stratégiának önálló megnevezése jól elkülöníti azt az NBS-tól amellyel, hogy szervesen integrálja is a Nemzeti Bormarketing Stratégiát (NBMS) az NBS-be. Elsődleges kritikai észrevétel lehet, hogy az NBMS kimondottan az ágazat meglévő termelési, termelési, piaci, jogi és gazdasági környezetére építi alapelveit, ezzel is rögzíti tehát a jelenlegi állapotokat, kevés hangsúlyt fektetve a változó környezetre.

A hazai és külföldi programokat fele-fele arányban határozza meg, tehát egyenlően értékeli a belföldi és nemzetközi piacokat, ám ennek az aránynak a nagysága nem kerül kellőképpen megindoklásra. A külföldi meghatározásánál 3-5 fő piaccsoportot említ, azonban a piacok részletezésénél már hat csoportot részletez, amelyek az NBMS megfogalmazásában egyben prioritást is jelentenek, de a prioritizálás mértéke nem kerül meghatározásra. Az NBMS szerint a következő stratégiai célpiacok lehetnek:

- a brit piac, ahol nagy ráfordítással erőteljes nemzetközi hatás érhető el olyan mértékben, ami az adott piacon is túlmutat;
- Észak-Amerika piacán szintén nagy ráfordítással érhető el jelentős hatás, esetleg lokális ráfordítással lokális eredmények realizálódhatnak;
- Németország és a BENELUX államok hagyományos piacain a minőség és a piaci pozíciók javítása révén helyi hatás lehet az eredmény;
- Kelet-Európa piacainál a jelentős ráfordításokkal történő piacok újraépítését hangsúlyozza, aminek eredményeképpen jelentős mennyiségi növekedés érhető el;

- a skandináv országok piacán a monopolizált kereskedelem miatt nem szükséges nagy ráfordítás, de a hatás is csak lokális lehet;
- a távol-keleten a nagy ráfordítással járó kezdeti piacépítés időben elnyúló megtérüléssel kecsegtet

Összegezve tehát a Nemzeti Borstratégia és a Nemzeti Bormarketing Stratégia téziseit, elmondható, hogy a kezdeményezés mindenképpen hasznos, előre mutató, de a folyamat mintha megakadt volna. Legnagyobb hátránya, hogy a jelenlegi helyzetet tekintve kiindulási pontnak és annak változatlanóságára épít, emellett továbbá nem fektet kellő hangsúlyt a keresleti oldalra. Amennyiben a piaci erő nem a kínálati oldalon a bortermelőknél van, akkor egy „Nemzeti Borstratégiának” erre a körülményre mindenképpen ki kell térnie, ha nem éppen ebből kell kiindulnia.

## **8.2. A borpiac közös szervezésének (bor-KPSZ) reformja**

Mariann Fischer Boel, az Európai Unió mezőgazdasági és vidékfejlesztési biztosa 2006. júniusában adta ki a borpiaci közös szervezésének (bor-KPSZ) reformjáról szóló anyagot, „Egy fenntartható európai borágazat irányába” címmel. Személyes érzésektől sem mentesen már a bevezető gondolatok első mondatában is azt hangsúlyozza, hogy „...az európai bor a legjobb a világon”. Fischer Boel asszony összegzést ad az európai borágazat helyzetképéről, a bortermelésről, fogyasztásról, a külföldi piacokról, valamint a verseny helyzetéről és az ágazatnak juttatott támogatások összegéről.

A tanulmány szerint a csökkenő borfogyasztás és a nagymértékű feleslegek keletkezése mellett biztató kilátásokkal kecsegtet az európai borágazat, azonban ahhoz, hogy a kilátásokból realitás váljék, a borpiac közös szervezésének mélyreható reformja szükséges.

Ennek a reformnak a szükségessége nem újkeletű gondolat, sőt, az olvasó talán a dokumentumtól sem vár elrelépést, hiszen a reformot hosszú évek óta halogatja az Unió annak ellenére, hogy tudatában vannak, hogy minden egyes év késlekedés egyben elveszített lehetőségeket is takar. A borpiaci reformmal szemben megfogalmazott első kritika tehát a hosszan elnyúló kivitelezés. A reformtörekvéseket 2006-ban fektették le, azonban a törvény beiktatása a teljes 2007. évet igénybe veszi, jöjjön, a törvénytervezetet a tervek szerint már az év

elején megalkotja az EU. A törvény életbe lépése tehát nem várható 2008 előtt, ami további lehetőséget teremt a romló folyamatok eszkalálódásához.

Maga a dokumentum elotár négy lehetőséget, amelyek vizsgálata vezetett oda, hogy a legalkalmasabbat kiválasszák és alkalmazzák. E négy lehetőség:

- 1. lehetőség: a status quo fenntartása kisebb kiigazításokkal,
- 2. lehetőség: a bor-KPSZ mélyreható reformja,
- 3. lehetőség: a bor-KPSZ-nek a megreformált közös agrárpolitika (KAP) modelljébe történő integrálása,
- 4. lehetőség: a borpiac deregulációja.

A Bizottság arra a következtetésre jutott, hogy az 1. lehetőség, a 3. lehetőség és 4. lehetőség nem nyújt megfelelő megoldást a problémákra. Ez a problémakezelés jellemzőnek tekinthető a nagy, bürokratikus elveken működő intézményekre. A lehetőségek vizsgálata már önmagában is felesleges volt, hiszen értelem szerű, csak a második lehetőség vezethet ki a válságból.

A második lehetőség, vagyis a bor-KPSZ mélyreható reformjára tett javaslatok két változatban, egy „A” (egylépcsős reform) és egy „B” variánsban (kétlépcsős reform) készültek el. Mindkét változat közös elemeiként az alábbi pontok kerültek elő:

- a lejáró programok és a termeléshez nyújtott egyéb támogatások megszüntetése;
- nemzeti keretek bevezetése;
- a vidékfejlesztési intézkedések alkalmazásának elmozdítása;
- az alkoholtartalom növelésének jobb szabályozása.

Az „A” változat, vagyis az **egylépcsős reform** a telepítési jogok és a kivágási program gyors megszüntetésére fekteti a hangsúlyt. A telepítési jogok rendszere 2010. augusztus 1-jén érvényét veszti, amivel egyidejűleg megszűnne a kivágási program. A későbbiekben a szőlőtermelők szabadon kivághatnák a tokéket, de immáron saját költségükre. Azok az ültetvények, amelyeken kivágják a szőlőtokéket, bekerülnének az egységes támogatási rendszerbe. Mindemellett azonban a tagállamok fenntarthatnák jogukat a földrajzi jelzéssel ellátott borokat területek korlátozására vonatkozóan.

Az egylépcsős reform igen indokoltnak és időszerűnek tekinthető, ám egyben meglehetősen radikális lépés is, egyfajta támogatásmegvonást jelent, elvárja, hogy a túltermeléssel küzdő ágazat önkorlátozásokat vezessen be, ami nem feltétlenül garantálja a program sikerességét.

A „B” változat, vagyis a **kétlépcsős reform** szerint először a piac szanálására kerülne sor egy voluntarista kivágási programon keresztül, majd ezt a versenyképesség helyreállítása követné. Ehhez a legkevesbé eredményes termelőket egy, a jelenleginél vonzóbb összegű kivágási támogatás nyújtása révén erőteljesen ösztönöznék a kivágásra. Ennek a kivágási programnak a meggyorsításához a felkínált összeget évről-évre csökkentenék. A tagállamok a jövőben nem korlátozhatnák e rendszer alkalmazását a területükön, és a kivágásra vonatkozó döntés joga a termelőket illetné meg. A felszabaduló földterületek automatikusan támogathatóvá válnának az egységes támogatási rendszer keretében.

Ez a változat a termelőkre nézve már egy sokkal kedvezőbb megoldást jelent, valószínűleg magasabb hatékonysággal is válhat kivitelezhető. A termelő itt nem feltétlenül gondolja azt, hogy megfosztják egy támogatástól, sőt, maga érzi úgy, érdekelt a program minél előbbi végrehajtásában.

A közös rendelkezésekből **megszűnnének azok a programok és támogatások, amelyek nem voltak hatékonyak**. Ilyenek például a lepárlási támogatás, a tárolási támogatás, a must felhasználásával kapcsolatos támogatás. Emellett betiltásra kerülne a szárazcukrozás, cukornak a borhoz történő hozzáadása.

Ez a rendelkezéssorozat mindenképpen elősegíti a hatékonyságot – legalábbis igazgatási szinten – és javítja a bor minőségét is.

A **nemzeti keretek bevezetése** több lehetőséget adna a tagállamoknak. A nemzeti keretek meghatározása minden egyes tagállam irányában objektív kritériumok alapján történne, amelyet a tagállamok egy „intézkedésmenü” alapján használhatnak fel.

A nemzeti keretek bevezetése liberalizálja a nemzeti intézkedéseket, de egyben szabadjára is engedi azt úgy, hogy valamilyen mértékben leveszi a közösség gondoskodó kezét az egyes tagállamokról.

A **vidékfejlesztési programok** elsődleges törekvései a szőlészeti-borászati ágazat modernizálásához is hasznosak lehetnek. Ilyenek például a fiatal gazdák támogatása, a korengedményes nyugdíj alkalmazása azon gazdák irányában, akik tevékenységüket másra átruházzák, agrár-környezetvédelmi intézkedések, modernizációs beruházási támogatások, valamint a minőségre, a címkézésre és a borászati eljárásokra vonatkozó egyszerűbb/hatékonyabb előírások bevezetése.

Ezek a javaslatok mind olyan tervként értékelhetők, amelyek sikeres megvalósulásuk esetén valóban hozzájárulhatnak az ágazat fejlődéséhez. A kérdés persze csak az, mennyiben váltják be a hozzájuk fűzött reményeket, hiszen korábban is voltak olyan támogatási rendszerek, amelyek nem bizonyultak hatékonyak (például a fent már említett lejárati támogatás).

A reform egyik fontos gondolatmenete, hogy világosabb, egyszerűbb, átlátható és hatékony **borminőségi** politikára van szükség. A jelenlegi rendszer olyan mértékben bonyolult, hogy a termelőket mindenképpen hátráltatja abban, hogy teljes mértékig meg tudjanak felelni neki, emellett azonban a fogyasztók is nehéz helyzetben vannak, például a borcímkék értelmezésénél, az egymással versenyző borok – nem érzékszervi – összehasonlítása során.

### **8.3. Borpiaci jövőkép**

A borpiaci kilátásokat összegzi új vitaanyagában **Radócné és Györe** (Radócné-Györe [2006]), melynek főbb megállapításai a következőkre térnek ki. A borpiaci várható alakulása nehezen megítélhető, aminek különböző okai vannak:

- a bor mint az élvezeti cikkek pozitív jövedelem-rugalmassággal bír, a kereslet jövedelem-rugalmassága 1-nél nagyobb;
- a borfogyasztás mennyisége a gazdaság állapotváltozására, a jövedelemalakulásra viszonylag széles amplitúdóval reagál;
- a GDP változása hatással van a borfogyasztásra, vagyis a bruttó hazai össztermék növekedése pozitív változást eredményez a borfogyasztásban is;
- az Európai Unió, amely a világ legnagyobb bortermelője, borfogyasztója exportora és egyben importora is a borpiaci rendtartás reformját tárgyalja 2006-tól;

- a WTO Dohai Fordulójának eredményei a további piacnyitás és az exporttámogatások megszüntetése miatt hatást gyakorolnak a borpiacra.

A gazdaság átmeneti visszaesését követően megmaradnak a borfogyasztás növekedésének kedvező feltételei Nyugat-Európában, illetve középtávon fejlődés várható Oroszországban és Kínában is. A fejlődő világban is növekszik a borfogyasztás, de lassabban, mint az előbb említett esetekben. A fejlett nyugati piacokon egy jelentősebb mennyiségi növekedés várható, amit az értékbeni bővülés még meg is halad. Ehhez a kínálatot főként az Újvilág termelői teremtik meg (Radócné-Györe [2006]).

A fogyasztói szokások változása miatt a következő hatásokkal számolhatunk (Radócné-Györe [2006]):

- a vörös bor kedvező egészségügyi hatásainak propagálása;
- a vörösborfajták árának nagymértvű csökkenése miatt Ausztráliában az új telepítéseknél a fehér fajták dominálnak;
- a bor mérsékletes fogyasztása révén az USA-ban mindennapos itallá vált a korábbi, különleges alkalmak italából;
- a nők körében is terjedő borfogyasztás szintén növelheti az Egyesült Államok piacát;
- az asztali borok fogyasztásának csökkenését ellensúlyozhatja a prémium termékek fogyasztásának bővülése;
- a házon kívüli étkezések gyakoriságnövekedése és a fogyasztói jövedelmek emelkedése szintén növelheti a borfogyasztást;
- hosszabb időtávon potenciális lehetőséget rejt a fogyasztás bővülésére Kína, ahol jelenleg még alacsony a borkultúra, de erős a borhamisítás, ami erős összefüggésben van azzal, hogy a kínai fogyasztók az olcsó borokat keresik;

Az Európai Unió borpiaci feszültségei időszerűvé tették a reformokat, amelyek tárgyalásait 2006 második felével folytatják le, a végső javaslatokat pedig a következő év elejével teszik meg (Radócné-Györe [2006]). Az Európai Bizottság a 2006. február 16-án Brüsszelben „*Challenges and opportunities for the European*



wines” elnevezéssel rendezett bor szemináriumán meghatározta a borreformmal kapcsolatos alapelveket, melyek az alábbiak:

- a borgazdaság szereplőinek fő felelőssége, hogy az EU bortermelését mennyiségben és minőségben egyaránt a fogyasztók igényeihez igazítsák. A borrendtartás feladata a működés biztosításához megadni a szabályozási keretet a termelés sajátosságainak megőrzése közben (foglalkoztatás, termékek sokfélesége, a környezet védelme). Emellett fontos feladat egy modern és erős európai boripar kialakítása;
- a költségvetési források hatékony felhasználásához a szerkezetátalakítást biztosító új elemek szükségesek;
- a struktúraváltás révén a termelési potenciál csökkentése is szükségessé válik;
- a szerkezetátalakításához a szőlőültetvényeknek a piaci igényekhez igazított mennyiségi és minőségi adaptációja alapvető;
- a borreform igazodik a KAP 2003-ban megkezdett reformjaihoz, főként a piaci orientáció, a horizontális megközelítés és a keresztmegtfelelés viszonyában. Ezzel szemben a borszektorban a termelésről leválasztott támogatás bevezetése nem várható;
- a borágazat vertikális fejlesztését a következetesség elvével kell megoldani. A telepítésekkel, a szőlőfeldolgozással és borkészítéssel, a borkategóriákkal, a bor megnevezésekkel, a címkézéssel és a marketinggel foglalkozó szabályozásoknak és intézkedéseknek összhangban kell lenniük a versenyképesség fejlesztése érdekében;
- az egyes tagállamoknak, bortermelő régióknak maximális önállóságot kell biztosítani a közösségi intézkedések alkalmazására a szükséges anyagi eszközökkel együtt;
- a bortermelő régiók esetében a borágazatot együtt kell kezelni a mezőgazdaság más termékeivel és a gazdaság fennmaradó részével. A vidékfejlesztési intézkedések alkalmazása elengedhetetlen a versenyképesség javítása érdekében, továbbá a helyi gazdaság diverzifikációjában valamint a környezet és a vidék megóvásában, főként a veszélyeztetett (erózióveszélyes) területeken.

A reform további törekvései között lehet megemlíteni a lepárlások megszüntetését és ehelyett a borászati modernizáció ösztönzését, aminek révén megkezdődhetne a felesleges szoloterületek felszámolása. A WTO kötelezettségvállalások végrehajtása is megoldást követel az EU számára, ami további 2,4 millió hektoliter asztali bor 2013-ig történő exporttámogatás nélküli elhelyezését írja elő.

A vámcsökkentésnek köszönhetően tovább nyílnak a piacok, fokozódik a verseny. A versenyképesség javulását szolgálhatják a borkészítési eljárások, a kiszerezési és minosítési előírások liberalizálása. A lepárlás és az exporttámogatás csökkenésével, megszűnésével a felszabaduló pénzt marketingkampányokra, információs adatbázisok felépítésére lehetne fordítani.

A borkínálat növekszik, ahogy az Újvilág országában az új ültetvények termőre fordulnak.

A borpiac egyensúlyba kerülhet, ahogy az EU rendtartás átalakul, lévén a termelés csökken, a borfogyasztás ezzel párhuzamosan globális növekedést mutat. Ez az árnyomást csökkentheti.

A közeljövőben Kelet-Európa és Kína, valamint a további fejlődő piacokon nem várható áttérés az olcsóbb borokról a magasabb árkategóriájú termékek fogyasztására való átállásban. A világon összességében azonban a szuper-prémium és prémium borok kínálata és fogyasztása erősödhet meg, amivel párhuzamosan az alacsonyabb árfekvésű és minőségű borok visszaesését láthatjuk.

A gazdaság, a makroökonómiai pozíciók fejlődésével az export-import növekedése indulhat meg. Ez a növekedés leginkább a magasabban pozícionált borok esetében lehet jelentős, a gyengébb minőségű és alacsonyabb árú termékek (basic borok) esetében a hatás pont fordított. Az Újvilág elretörése azonban a hagyományos bortermelő országok jelentőségének további csökkenését hozhatja.

A fogyasztói preferenciák a változatosságot is előtérbe helyezik, ami azt jelenti, hogy kevésbé homogén termékeket igényel a piac, vagyis a nagyméretű borgazdaságokkal szemben a kis-közepes borászatok fejlődése nagy reményekkel kecsegtet. Az új kommunikációs médium, az internet kiemelt szerepet játszhat

abban, hogy a potenciális vásárlók megismerkedhessenek ezekkel a kisebb borászatokkal szerte a világon. Az internet nemcsak a tájékozódást segíti elő, de a kereskedelmet is. A bor tipikusan egy olyan termék, ahol a vásárláskor a vevo személyes jelenléte nem szükséges (ellentétben például a ruházati termékekkel). Ezt támasztja alá az is, hogy Magyarországon is több internetes borkereskedés működik – sikerrel. Az internet szerepét ki kell emelni abban is, hogy zsugorítja a világot. Egy magyar bort akár az Egyesült Államokban is megvásárolhat a fogyasztó anélkül, hogy fel kellene állnia a székéből.

Ugyanakkor nem szabad elfelejteni, hogy a kereskedelem döntő többsége az élelmiszerláncokon keresztül zajlik le, ahol viszont nagy mennyiségű, homogén termékekre van szükség, és ezeknek a követelményeknek a kis-közepes magyar borászatok nem tudnak megfelelni.

A fentiek ellenére a szerzők (Radóczné-Györe [2006]) Magyarország kilátásait kedvezőtlennek, de nem reménytelennek ítélik. A 2004/2005. és a 2005/2006. borpiaci folyamatok miatt a termelők kivágási szándéka megerősödött. A HNT felmérése szerint 3 év alatt mintegy 11 ezer hektár szőlőültetvény kivágását tervezik a termelők. Ezzel a mai borszőlő-ültetvények területe 76, de akár 60 ezer hektárra is csökkenhet. Mivel a telepítések megszűntek, a szerkezetátalakítási intézkedések miatt újratelepítések nem zajlanak, ezért szaporítóanyagra sincs igény. Remélhetőleg emögött csak az áll, hogy nagyok a kezdeti bizonytalanságok az intézkedés végrehajtásával kapcsolatban, ami vonatkozik a tapasztalatlanságra, a források gyors felhasználására, valamint a kihasználatlan uniós források esetén járó büntetések elkerülésére.

A belföldi borfogyasztás világviszonylatban magas, de a bortermelő országok között átlagos szinten van, ám a további növekedés nem tűnik reális feltételezésnek. A borhamisítás visszaszorulásával azonban a szürke és illegális gazdaság egyre inkább a törvényes keretek között működő piac irányába mozdulhat el. Hatást gyakorolhat a borfogyasztás nagyságára az ÁFA mértéke, továbbá az importborok jelenléte. Eddig nem mutatkozott erős tendencia a külföldi borok erőteljes piacára Magyarországon, de a különböző nemzetközi diszkontláncok terjedése változtathat az eddigi trendeken. Ha a vásárlóerő növekedését feltételezzük, akkor nemcsak az olcsó importborok, hanem a prémium termékek is erősítik a hazai termelők által

realizált versenyhelyzetet. A bor kivitelének növelése jelenti tehát a megerősödés zálogát, ehhez azonban javítani kell a minőségen, a termékek imázsán, a termékpozicionáláson, az ismertségen, a kapacitáskorlátokon (megfelelo szállítási mennyiségeket kell biztosítani), egyszóval a marketingen. Más marketingelemek is szerepet kapnak a bor értékesítésében, mint például a design, a csomagolás, a borászati vállalat identitása, az országimázs. Mindezekhez a piacfejlesztésnek pótlólagos beruházási igényei vannak.

A külföldi piacok meghódítását segítheti a Magyar Bormarketing Kht. tevékenysége. A közhasznú társaságban a fontosabb érdekvédelmi és szakmai szervezetek képviseltetik magukat. Az eredeti tervek szerint 5 éves marketing program alapján, pályázat útján kiválasztott marketingszakérto szervezetek megbízása révén lenne erősítheto a bormarketing. Az ehhez szükséges forrásokat a literenként 8 forintos jövedéki adónak a marketingbe (60%-ban) és a borpiaci ellenorzésekbe (40%-ban) való visszaforgatása képezné. Ez azonban az uniós szabályozások és a hazai gyakorlatnak a kifizetésekre vonatkozó ellentmondó kezelése miatt még nem valósult meg, igen nagy visszhangot adva ezzel a bormarketing ügyének.

A bormarketing mellett azonban a termékek minőségének és mennyiségének javítása elengedhetetlen feladat. Ez az ültetvények korszerűsítésből, a fajtaszerkezet kialakításából, a technológiai fejlesztésekből, az ellenorizhetoségből és a megfelelő képzésből adódhat.

A feladatok köre ezzel még nem zárul be. A hazai borágazatnak nincs kialakult stratégiája, ezért a termelők leginkább a nemzetközi trendekhez próbálnak igazodni. Ennek akár káros hatása is lehet a fajtapolitikára. Célszerűbb lenne a honos fajtákra koncentrálni, kevésbé a világfajták termelésére.

Ezt segítheti elő a turizmusban egyre nagyobb szerepet játszó borutak fejlesztése és népszerűsítése, amelyekkel a helyi fajták megismertethetők mind a hazai, mind pedig a nemzetközi közönséggel. A fajtapolitika kialakításakor figyelembe kell venni a fehér és vörösborkok népszerűségének változását, de még fontosabb, hogy az egyedi karakterekkel rendelkező borok, különösképpen az eredetvédett borok, a különleges minőségű italok, a hungaricumok kerüljenek előtérbe.

A szerzők véleménye (Radócné-Györe [2006]) és más szakértők szerint a magyar borszektornek középtávon legfeljebb 4 millió hektoliter bor termelését kellene biztosítania. Ebből 3,2-3,5 millió hektoliter hazai fogyasztásra, a maradék 500-800 ezer hektoliter pedig exportra kerülhetne. Ez a fennmaradó 70-76 ezer hektárnyi szőlőültetvényen, kiegyenlített hozamokat feltételezve reális cél lehet, még ha szűken számolva is. A csökkenő termeléssel párhuzamosan a piaci koncentráció növekedésére számíthatunk a szőlőterület és a bor adóraktárak tekintetében is. Az támogatott ültetvénykivágás azért hátrányos, mert azzal az újratelepítési jog elvesz, így nem érhető el a versenyképes gazdálkodók növekedése. A koncentrálnódó piac szükségessé teszi a termelők összefogását is, mert a kiskereskedelmi láncok és társulások kiszolgálására való képesség a javuló minőség mellett a növekedés kulcsa.

## **9. Összefoglalás**

A magyar borágazat sok vitakérdést vetett fel az elmúlt években vált, különösen a rendszerváltás óta. Gyakran hangoztatott kijelentés, miszerint a bor termelése és értékesítése mind hazánkban, mind a nemzetközi piacokon válsághelyzetbe került. Magyarországi viszonylatban ez a gazdasági-társadalmi változásokban gyökerezik, nemzetközi kitekintésben pedig a folyamatosan változó piacok keresletének ingadozásában rejlik. Magyarországon a mezőgazdasági termelés és az agrárágazathoz kapcsolódó feldolgozóipar tulajdonosi struktúrájának átrendeződése, valamint a fogyasztói szokások – gyakran gazdasági eredetű – változása kritikus helyzetbe sorolta azt az agrárágazatot, amely több évszázados hagyományokon alapulva a különböző piacokon piacvezető szerepet játszott. A külföldi értékesítéseink visszaestek egyrészt a keleti piacok beszűkülése, másrészt a nyugati piacok átrendeződése, harmadrészt pedig új versenytársak megjelenése miatt. Természetesen a nemzetközi fogyasztási tendenciák is változtak, aminek eredete részben a fogyasztói magatartás formálódásában érzékelhető.

Disszertációmban arra törekedtem, hogy megvizsgáljam a borágazat helyzetét, választ keresve arra a kérdésre, vajon tényleg válsághelyzetben van-e az bortermelés, illetve arra, versenyképes-e a magyar bor. Ennek a megvilágításához fogalmaztam meg egy hipotézist, miszerint a magyar borágazat alacsony

versenyképességi szinttel küzd mind a kínálati, mind pedig a keresleti oldalt tekintve. Ezzel párhuzamosan hipotézisem szerint a hazai borászat versenyképessége lemaradást tükröz a jövedelmezőségi számítások tekintetében, de a Balassa-logika mentén haladva is.

Ezt a hipotézist a kínálati és a keresleti oldalra elvégzett versenyképességi jelzőszámok meghatározásával kívántam alátámasztani. A kínálati versenyképesség során a jövedelemtermelő-képességet, míg a keresleti oldal analíziséhez a külkereskedelmi megközelítésben gyökerezo, komparatív elonyökkel kalkulálható versenyképességet elemeztem.

A hipotézis verifikálása/falszifikálása köré építettem értekezésem logikai menetét, amelynek során kitértem a borágazat világviszonylatú és hazai szektorális elemzésére, megfogalmaztam a versenyképesség fontosabb meghatározásait, bemutattam a legfőbb indikátorokat és elvégeztem a kínálati és a keresleti versenyképességi számításokat.

A versenyképességgel összefüggésben alkalmaztam a piaci koncentráció fogalmát mint a verseny mérésére szolgáló mutatót és különböző indikátorok segítségével számszerűsítettem a borkereskedelem koncentrációját..

A versenyképesség elemzését egy más megközelítésbol is alkalmaztam, egy szegmentációs eljáráson keresztül bemutatva hazai szolo-borágazat társas vállalkozásainak lehetséges csoportokba sorolását, amely csoportok a versenyképesség különböző szintjein helyezkednek el.

A versenyképesség keretbe foglalását a szabályozások, a jövőbe tett kitekintés mentén értékelve és elemezve tettem meg, felhasználva ehhez többek között a Nemzeti Borstratégia (NBS) téziseit, az Unió borreform-törekvéseit.

Az alábbiakban disszertációm fobb megállapításainak összegzése olvasható, az értekezés logikai felépítését követő részletezésben.

Az ágazati elemzés megmutatta, hogy a világ szoloterülete jelentosen csökkent az elmúlt évtizedekben. A tartós termoterület-csökkenés 1980-ban kezdődött és

napjainkban is tart. A szoloterület csökkenése egyértelműen az európai ültetvénykivágásoknak tudható be, a többi kontinensen a szoloterület folyamatos és dinamikus növekedésen ment keresztül. A világ legnagyobb szolotermelő kontinense Európa, de folyamatosan veszíti el és számolja fel a termőterületeit, mialatt a „versenytárs” földrészek bővülést mutatnak a termőterületek nagyságát tekintve. A versenytársak elsősorban az Újvilág szolo- és bortermelését jelentik.

A világ bortermelése ezzel szemben nem mutat olyan csökkenést, mint a szoloterület, viszonylag stabil. Ez azt jelenti, hogy a bortermelés hatékonysága, a szolotermelés hozama nőtt az évek során. A szoloterület megoszlásához hasonlóan, borból is Európa állítja elő a legtöbbet, de veszített a korábbi részesedéséből. Az összes többi versenytárs földrész egyre nagyobb piaci részt szerez meg.

A világ borfogyasztása a nyolcvanas évtized közepétől zuhanórepülésbe kezdett. Az ezredforduló óta a korábbi tendenciákkal szemben viszont már enyhe emelkedést látunk, ami köszönhető a növekvő jövedelmeknek, a bor egészségre gyakorolt kedvező hatásának, a minőségi borok iránti igény élénkülésének, a nők körében tapasztalható növekvő alkoholfogyasztásnak és a házon kívüli étkezések terjedésének.

A bor exportjának viszonyában is igazolódnak a termelés és a fogyasztás trendjei. Az export csökken, de az Újvilágnak a kiviteltől nyert részesedése növekszik. A legnagyobb kivitellel bíró országok exportjának részesedése húsz év alatt 70%-ról 58%-ra esett vissza. Magyarország részesedése a borok kiviteliében ugyancsak esett ebben a húsz évben. Az 1980-1984 közötti időszakban 5%-os piacrészt tudtunk magunkénak, addig a 2000-2004. évek intervallumára ez az export-részesedés már csupán 1% volt.

A bor exportjának permanens természetesen jelentkezik az import mutatóiban is; a borbehozatal mennyisége csökkent a világon. A világ legnagyobb borimporterei Németország, az Egyesült Királyság és az Egyesült Államok a bor behozatalából 40-48%-os részesedéssel bírnak, de továbbra is az Európai Unió játssza a vezető szerepet a bor importjában (hatvan százalékos részesedéssel).

Magyarország szoloterülete a 2005. évben fele volt a harminc évvel korábbi területnagyságnak. A szoloterületekre jellemző a fehérszolo-dominancia, és veszélyt hordozó tényező a tokék előregedésének folyamata, valamint a modern művelési módokban alkalmazásának relatíve alacsony szintje.

A hazai bortermelés is csökkenő trendet szemléltet hosszabb időszakon vizsgálva azt, jóllehet, voltak bizonyos csúcspontok, amikor rekordmennyiségű termelést sikerült realizálni (1982, 1990, 2001).

A magyarországi borfogyasztás szintén csökkent hosszútávon, habár a visszaesés nem volt olyan mértékű, mint a termelés esetében. A hazai borfogyasztás a mélypontját a rendszerváltás előtti években, 1985-1989 között érte el. Az egy főre eső hazai fogyasztás 20,8 liter/év (1988) és 38,5 liter/év (1973) között váltakozott, folyamatosan csökkenő tendenciát mutatva. A mélypontot az 1988. év hozta, de innen a fajlagos fogyasztási mennyiség növekedni kezdett.

A magyar bor kivitele jelentős mértékben meghaladja a behozott bor mennyiségét, de az export folyamatosan csökken. Legfőbb kereskedelmi partnerünk a külföldön az Európai Unió.

Kutatásomban feltártam és bemutattam azon tényezőket, amelyek a borászat versenyképességét, illetve a lehetséges versenystratégiai lépéseit határozzák meg. Összegzésre kerültek a versenyképességet leíró általános és bor-specifikus meghatározásai, valamint a klasszikus versenystratégiai modellek irányadó alapelvei.

Az empirikus elemzések során egy kvantitatív kutatás gondolat kísérletként a versenyképesség, azon belül is a komparatív elonyök mutatóit alkalmazva vettem össze a hazai borászatot a külföldön, különös tekintettel az Európai Unióra. E kutatási fázisban a komparatív versenyképesség elemzésén túl a piaci koncentráció fogalmának mint a versenyképesség lehetséges mérőszámának megítélése is analízis alá esett. A piaci koncentráció indikátoraként bevezetésre került egy új mutatószám, amely a jelenlegi koncentrációs indexek mellett egy lehetséges mérték lehet a piacok telítettségének.

A kínálati oldalú versenyképesség megítélésekor egy olyan kép körvonalazódott, amely arra enged következtetni, hogy a hazai termelők erős kihívásokkal küzdenek,



állami beavatkozások, támogatások nélkül gyakorlatilag képtelenek fennmaradni. Az 1990-tól kezdődően vizsgált hat év alatt folyamatosan csökkenő termésátlagok mellett költségnövekedés volt érzékelhető. A költségek ilyen mértékű növekedését a gazdaság csak kismértékben tudta ellensúlyozni az árak emelésével, ami óhatatlanul a jövedelemtermelő-képesség eséséhez vezetett. A fatermék önköltsége folyamatosan emelkedett, a jövedelmezőség szinte végig negatív volt. Ezzel a hipotézisem a kínálati oldal versenyképességére vonatkozólag beigazolódott, vagyis a magyar borágazat nem versenyképes a termelést tekintve.

Hipotézisem második része a magyar bor-külkereskedelem versenyképességének az Európai Unión belüli alacsony voltát tételezte fel. Ennek vizsgálata során sikerült azt megállapítanom, hogy Magyarország az RSCA és az RXA (Balassa-index) jelzőszámokban rendelkezik, némely esetben pedig nem is kismértékű komparatív előnnyel. Azonban hazánk nem rendelkezik komparatív előnnyel a teljes külkereskedelem és az élelmiszer/élelmiszer-kereskedelem mint referencia-termékkör tekintetében. A hipotézist a vizsgált versenyképességi jelzőszámok tehát nem támasztották alá, sőt sikerült azt a megállapítást leszűrni, hogy az Uniót zárt gazdaságnak tekintve Magyarország igen jó pozícióval rendelkezik az EU piacon.

A koncentráció indikátora mint a versenyhelyzet mérőszáma rámutatott arra a nyilvánvaló tényre, hogy az unión belüli borkereskedelem, sőt, a teljes kereskedelem is mérsékelt-magas fokon koncentrálnak. A borkereskedelem mérsékelt koncentrációt Spanyolországban, Szlovéniában, Lengyelországban és Portugáliában. Magyarország koncentrációs jelzőszáma a mérsékelt és magas koncentráció határvonalán helyezkedik el. A koncentrációs mutatók közül a leggyakrabban alkalmazottak mellett (Gini, HHI, CR) bevezettem egy új koncentrációs indexet, amit különböző függvényillesztési eljárások segítségével sikerült megalkotnom.

Egy másik empirikus kutatási egység a hazai bortermelő gazdasági társaságok körében végzett elemzés, melynek során homogén csoportokba soroltam a magyarországi bortermelőket. A homogén csoportok képzése, más néven a szegmentáció egy statisztikai adatelemzés, a klaszteranalízis módszerét használja fel, eredményeképpen pedig meghatározhatók azok a bortermelő cégek, amelyek győztesei vagy éppen vesztesei lehetnek a versenynek.

A piacszegmentálás keretében négy termelői klasztert sikerült meghatározni. Az első a regisztrált gazdaságok és „bóvli cégek” csoportja, amelyek a kisvállalkozásokat, illetve a bortermelést ténylegesen nem uzo társaságokat foglalja magában. A nagy múltú szövetkezetek még az előző rendszer maradványai, szövetkezeti formában tevékenykedő szervezetek. A kis-közepes borászatok tartalmazzák a nagynevu, feltörekvő társaságokat. A nagyvállalatok szegmense az igazán nagyméretu, tokeeros cégek összessége.

Zárásként – megismételve a fentiek közül a legfontosabb gondolatokat – sikerült megállapítani, hogy a világ borpiaca valóban erős fenyegetettséggel küzd, és ugyanez érvényes a magyar borágazatra is. Hazánk borpiaca a versenyképesség kínálati oldalán jelentős problémákkal néz szembe, de a külkereskedelmi versenyképességben mért szerepünk még mindig a legjobbak közé helyez minket.

# **Függelék**

Év	Argentína	Ausztrália	Chile	Új-Zéland	Dél-Afrika	USA	Újvilág összesen	ROW	Világ összesen
1961	239 000	49 288	101 000	477	67 000	206 950	663 715	8 669 398	9 333 113
1962	245 000	49 416	102 000	500	67 000	214 400	678 316	8 704 602	9 382 918
1963	253 000	49 364	101 000	504	75 000	217 520	696 388	8 795 501	9 491 889
1964	261 000	50 144	103 000	554	75 000	219 420	709 118	8 910 082	9 619 200
1965	267 000	50 703	103 000	654	85 000	221 200	727 557	8 859 221	9 586 778
1966	271 000	51 483	119 000	526	85 000	221 240	748 249	8 740 706	9 488 955
1967	276 000	51 488	109 000	577	90 116	220 000	747 181	8 727 593	9 474 774
1968	291 000	51 736	114 000	671	93 800	219 130	770 337	8 621 903	9 392 240
1969	294 167	51 555	100 000	728	99 178	219 820	765 448	8 415 829	9 181 277
1970	294 700	52 043	104 002	1 468	100 167	216 710	769 090	8 321 048	9 090 138
1971	299 664	53 419	105 430	1 480	100 000	216 540	776 533	8 270 835	9 047 368
1972	304 100	56 800	105 852	1 500	100 000	214 930	783 182	8 278 945	9 062 127
1973	299 400	59 700	108 134	2 250	105 000	222 090	796 574	8 256 647	9 053 221
1974	310 000	62 500	106 334	2 350	105 000	236 700	822 884	8 263 355	9 086 239
1975	331 200	64 047	105 156	2 356	105 000	253 490	861 249	8 300 695	9 161 944
1976	339 100	63 400	105 933	2 500	110 000	283 840	904 773	8 374 835	9 279 608
1977	340 700	64 432	102 789	3 066	100 000	293 070	904 057	8 387 309	9 291 366
1978	341 000	64 907	100 542	3 720	120 000	291 450	921 619	8 389 793	9 311 412
1979	316 355	65 800	115 000	4 182	113 000	281 860	896 197	8 334 101	9 230 298
1980	318 463	65 200	115 000	4 858	115 000	281 900	900 421	8 348 269	9 248 690
1981	318 904	64 700	125 000	5 407	100 000	290 800	904 811	8 353 034	9 257 845
1982	321 210	63 700	122 000	4 700	100 000	302 500	914 110	8 217 808	9 131 918
1983	318 675	61 900	121 000	5 000	100 000	302 010	908 585	7 989 733	8 898 318
1984	305 981	60 200	112 000	5 500	100 000	311 600	895 281	7 876 183	8 771 464
1985	291 906	59 986	112 000	5 900	95 000	316 540	881 332	7 777 423	8 658 755
1986	280 314	59 965	108 000	4 300	85 000	311 840	849 419	7 663 346	8 512 765
1987	270 939	53 900	115 000	4 300	95 000	309 050	848 189	7 557 679	8 405 868
1988	264 736	53 662	117 674	4 300	95 000	307 880	843 252	7 444 463	8 287 715
1989	258 362	53 771	118 486	4 370	95 000	301 500	831 489	7 391 609	8 223 098
1990	206 014	53 914	119 626	4 873	99 817	299 400	783 644	7 222 170	8 005 814
1991	204 890	54 462	120 590	5 440	99 763	297 800	782 945	7 095 811	7 878 756
1992	208 468	56 371	120 690	5 800	100 527	301 959	793 815	7 049 537	7 843 352
1993	202 857	58 369	111 513	5 980	101 654	307 450	787 823	6 816 898	7 604 721
1994	206 910	61 362	111 927	6 110	102 625	314 300	803 234	6 717 722	7 520 956
1995	206 378	62 454	113 591	6 110	103 325	316 700	808 558	6 594 128	7 402 686
1996	205 568	64 858	116 164	6 610	105 608	327 320	826 128	6 506 080	7 332 208
1997	204 743	72 119	123 200	7 410	108 449	338 020	853 941	6 436 984	7 290 925
1998	199 739	78 090	134 353	7 580	111 277	346 480	877 519	6 373 709	7 251 228
1999	195 418	95 301	140 169	9 000	104 179	366 132	910 199	6 361 529	7 271 728
2000	187 740	110 623	156 859	10 197	108 419	383 016	956 854	6 420 153	7 377 007
2001	201 971	130 591	168 440	11 648	111 672	377 357	1 001 679	6 427 215	7 428 894
2002	205 919	143 373	170 000	13 787	116 709	384 431	1 034 219	6 462 811	7 497 030
2003	208 731	142 793	172 000	15 479	120 811	384 860	1 044 674	6 444 995	7 489 669
2004	208 000	150 561	175 000	18 112	120 800	377 572	1 050 045	6 475 694	7 525 739
2005	208 000	153 400	178 000	19 960	123 190	380 000	1 062 550	6 257 895	7 320 445

**28. táblázat: Az Újvilág és a világ szoloterülete (hektár)**

**Forrás: FAO, saját számítás**

Év	Argentína	Ausztrália	Chile	Új-Zéland	Dél-Afrika	USA	Újvilág összesen	ROW	Világ összesen
1961	1 675 000	153 481	485 300	4 319	305 172	641 632	3 264 904	18 227 221	21 492 125
1962	1 917 200	189 732	553 300	5 201	348 988	695 115	3 709 536	24 225 748	27 935 284
1963	2 074 400	135 894	460 600	6 003	350 429	734 876	3 762 202	21 362 045	25 124 247
1964	1 953 300	170 639	483 700	6 778	373 124	730 391	3 717 932	24 323 048	28 040 980
1965	1 827 100	176 900	364 800	7 820	451 947	830 899	3 659 466	24 432 960	28 092 426
1966	2 191 700	155 132	473 600	8 770	416 420	733 994	3 979 616	22 783 440	26 763 056
1967	2 817 100	188 723	488 800	10 340	432 137	780 013	4 717 113	23 484 760	28 201 873
1968	1 951 300	201 074	518 200	13 700	492 232	811 897	3 988 403	24 101 055	28 089 458
1969	1 791 600	235 372	402 300	16 400	489 843	1 022 542	3 958 057	23 431 003	27 389 060
1970	1 835 975	286 900	400 500	18 500	423 584	968 776	3 934 235	26 256 893	30 191 128
1971	2 178 317	254 965	525 100	20 500	552 859	1 369 915	4 901 656	23 934 687	28 836 343
1972	1 998 649	290 239	611 200	24 516	535 171	1 204 091	4 663 866	22 599 395	27 263 261
1973	2 256 700	279 943	569 000	33 613	538 752	1 581 337	5 259 345	29 857 743	35 117 088
1974	2 718 321	294 700	499 700	30 961	504 655	1 424 071	5 472 408	28 080 514	33 552 922
1975	2 210 306	361 177	464 900	24 772	589 633	1 453 457	5 104 245	25 943 540	31 047 785
1976	2 819 747	356 245	514 000	29 952	597 476	1 436 597	5 754 017	26 097 389	31 851 406
1977	2 331 870	383 058	579 000	33 212	482 340	1 582 700	5 392 180	23 233 623	28 625 803
1978	2 026 665	339 577	561 000	40 510	606 277	1 616 000	5 190 029	24 320 068	29 510 097
1979	2 634 705	335 092	592 500	42 341	630 352	1 605 000	5 839 990	31 704 571	37 544 561
1980	2 348 998	414 237	586 000	46 647	706 872	1 800 000	5 902 754	29 329 975	35 232 729
1981	2 179 881	374 273	594 300	44 353	666 712	1 630 000	5 489 519	26 129 147	31 618 666
1982	2 518 070	402 700	610 000	47 001	772 332	1 950 000	6 300 103	31 064 342	37 364 445
1983	2 471 916	340 100	490 000	57 743	791 723	1 476 000	5 627 482	29 147 746	34 775 228
1984	1 880 833	396 244	385 000	41 684	783 815	1 665 600	5 153 176	26 903 218	32 056 394
1985	1 574 083	451 211	438 000	59 626	733 460	1 720 000	4 976 380	24 419 441	29 395 821
1986	1 857 060	389 200	335 000	42 392	646 832	1 927 000	5 197 484	26 872 437	32 069 921
1987	2 601 780	401 060	390 000	37 738	754 686	1 904 000	6 089 264	26 245 861	32 335 125
1988	2 062 947	407 772	422 700	39 192	784 174	2 011 000	5 727 785	21 657 193	27 384 978
1989	2 031 751	499 933	390 000	45 647	819 275	1 829 000	5 615 606	23 183 776	28 799 382
1990	1 403 630	444 584	397 800	54 445	771 338	1 844 500	4 916 297	23 599 060	28 515 357
1991	1 450 027	394 289	289 500	49 925	801 668	1 721 800	4 707 209	20 886 271	25 593 480
1992	1 435 007	458 501	316 500	41 600	770 009	1 521 900	4 543 517	24 515 954	29 059 471
1993	1 447 084	461 836	380 600	32 500	628 059	1 944 100	4 894 179	20 999 276	25 893 455
1994	1 817 290	587 377	359 800	41 100	719 929	1 755 000	5 280 496	20 404 346	25 684 842
1995	1 644 300	502 796	316 700	56 400	752 668	1 866 800	5 139 664	20 220 513	25 360 177
1996	1 268 100	673 445	382 369	57 300	845 071	1 887 700	5 113 985	22 153 973	27 267 958
1997	1 350 030	617 379	454 918	45 800	811 457	2 617 600	5 897 184	20 772 972	26 670 156
1998	1 267 338	741 547	547 477	60 600	770 251	2 050 000	5 437 213	21 063 654	26 500 867
1999	1 588 770	851 143	480 650	60 200	796 841	2 075 000	5 852 604	22 667 473	28 520 077
2000	1 253 700	806 300	667 403	60 200	694 917	2 660 000	6 142 520	22 550 830	28 693 350
2001	1 583 500	1 016 300	565 180	53 300	647 077	2 300 000	6 165 357	20 737 248	26 902 605
2002	1 269 500	1 150 900	562 323	89 000	718 831	2 540 000	6 330 554	20 154 867	26 485 421
2003	1 322 500	1 019 400	668 222	55 000	885 300	2 350 000	6 300 422	20 880 610	27 181 032
2004	1 564 000	1 381 064	630 073	119 200	1 015 697	2 232 000	6 942 034	24 160 552	31 102 586
2005	1 564 000	1 274 000	788 551	120 000	1 157 895	2 232 000	7 136 446	21 886 089	29 022 535

**29. táblázat: Az Újvilág és a világ bortermelése (ezer liter)**

**Forrás: FAO, saját számítás**

Területi egység	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Világ	7 843 352	7 604 721	7 520 956	7 402 686	7 332 208	7 290 925	7 251 228	7 271 728	7 377 007	7 428 894	7 497 030	7 489 669	7 525 739	7 320 445
Afrika	323 353	315 881	308 904	295 698	298 239	298 941	301 802	303 451	308 120	320 347	320 011	330 973	329 713	333 910
Ázsia	1 766 015	1 676 845	1 681 543	1 666 587	1 668 516	1 639 595	1 630 545	1 657 057	1 708 609	1 757 380	1 800 321	1 824 323	1 841 351	1 872 119
Európa	4 922 971	4 787 112	4 693 439	4 595 132	4 510 278	4 472 340	4 416 103	4 369 510	4 377 384	4 323 011	4 321 323	4 264 729	4 276 683	4 023 361
EU15	3 764 838	3 650 365	3 563 250	3 491 637	3 434 218	3 417 426	3 385 859	3 378 716	3 410 012	3 346 831	3 375 360	3 347 490		
EU25													3 506 546	3 248 621
Észak- és Közép-Amerika	352 232	358 150	364 525	368 558	377 929	386 395	394 610	415 588	431 621	424 524	428 320	435 082	428 387	430 616
Óceánia	62 171	64 349	67 472	68 564	71 468	79 529	85 670	104 301	120 820	142 239	157 160	158 272	168 673	173 360
Dél-Amerika	416 610	402 384	405 073	408 147	405 778	414 125	422 498	421 821	430 453	461 393	469 895	476 290	480 932	487 079

**30. táblázat: A világ betakarított szoloterülete fobb területi egységenként (hektár)**

Forrás: FAO, saját számítás

Területi egység	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Világ	28 515 357	25 593 480	29 059 471	25 893 455	25 684 842	25 360 177	27 267 958	26 670 156	26 500 867	28 520 077	28 693 350	26 902 605	26 485 421	27 181 032
Afrika	888 797	941 167	900 555	772 803	839 482	869 046	948 706	936 202	884 791	948 910	822 676	765 282	865 326	1 042 028
Ázsia	420 792	450 201	1 051 432	1 034 860	1 100 548	1 148 003	1 120 429	1 354 538	1 525 783	1 440 857	1 448 112	1 452 991	1 463 190	1 563 135
Európa	20 879 676	18 274 556	22 660 438	19 234 286	18 559 902	18 355 551	20 414 639	18 707 497	18 904 230	20 415 845	20 399 768	18 557 201	17 966 632	18 639 445
Észak- és Közép-Amerika	2 031 238	1 939 363	1 739 208	2 136 145	1 988 726	2 049 035	2 054 394	2 804 579	2 225 864	2 285 524	2 822 640	2 499 889	2 699 247	2 507 362
Óceánia	499 029	444 214	500 101	494 336	628 477	559 196	730 745	663 179	802 147	911 343	866 500	1 069 600	1 239 900	1 074 400
Dél-Amerika	2 225 825	2 143 979	2 207 737	2 221 025	2 567 707	2 379 346	1 999 045	2 204 161	2 158 052	2 517 598	2 333 654	2 557 642	2 251 126	2 354 662

**31. táblázat: A világ szolotermelése fobb területi egységenként (tonna)**

Forrás: FAO, saját számítás

Ország	1980-1984 évek átlaga	1985-1989 évek átlaga	1990-1994 évek átlaga	1995-1999 évek átlaga	2000-2004 évek átlaga
Spanyolország	94,0	82,8	77,0	73,3	99,3
Franciaország	125,1	118,8	98,1	98,3	89,4
Olaszország	135,8	118,9	107,2	97,8	86,4
Portugália	94,2	79,5	80,0	67,6	72,9
Ausztrália	25,8	26,6	27,0	36,6	55,0
Ciprus	76,6	107,9	84,9	76,5	52,4
<b>Magyarország</b>	<b>51,9</b>	<b>36,2</b>	<b>41,3</b>	<b>38,7</b>	<b>45,0</b>
Moldova	0,0	0,0	98,1	41,1	44,1
Macedónia	0,0	0,0	47,3	52,3	43,4
Horvátország	0,0	0,0	43,5	46,9	42,9
Chile	46,4	31,7	25,8	29,8	39,6
Argentína	78,7	64,9	45,2	39,9	36,8
Görögország	48,9	44,3	35,8	39,3	34,9
Ausztria	43,1	30,5	34,0	28,8	31,4
Luxemburg	0,0	0,0	0,0	0,0	30,1
Uruguay	25,7	26,6	27,4	29,9	26,2
Románia	44,7	31,6	22,3	28,2	25,0
Szlovénia	0,0	0,0	44,2	27,6	20,5
Új-Zéland	15,0	13,7	12,7	15,2	19,6
Dél-Afrika	24,3	21,7	19,2	18,8	17,7
Bulgária	54,7	39,2	25,2	26,0	17,3
Svájc	18,3	18,1	17,4	16,6	15,9
Németország	13,0	13,1	13,4	11,9	11,6
Egyesült Államok	7,2	7,6	6,7	7,6	8,3
Szlovákia	0,0	0,0	11,7	10,0	8,0
Csehország	0,0	0,0	4,6	4,9	6,1
Albánia	8,0	7,4	4,7	5,5	3,5
Oroszország	0,0	0,0	2,5	1,5	2,7
Liechtenstein	2,2	2,3	2,7	2,5	2,4
Algéria	10,3	3,4	1,9	1,5	2,0
Málta	7,0	6,4	6,4	7,9	1,6
Kanada	2,0	1,8	1,1	1,3	1,4
Belgium	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4
Litvánia	0,0	0,0	1,2	1,0	1,3
Észtország	0,0	0,0	1,0	1,6	0,9
Japán	0,4	0,4	0,4	0,7	0,8
Egyesült Királyság	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Belgium-Luxemburg	1,5	1,6	1,7	1,3	0,0
Jugoszlávia	34,8	25,8	24,4	0,0	0,0
Csehszlovákia	9,2	6,6	9,2	0,0	0,0

**32. táblázat: A világ fajlagos bortermelése a jelentosebb országokban (liter/fo)**

**Forrás: FAO, saját számítás**

Ország	1980-1984 évek átlaga	1985-1989 évek átlaga	1990-1994 évek átlaga	1995-1999 évek átlaga	2000-2003 évek átlaga
Olaszország	84,5	67,2	59,3	56,5	51,8
Franciaország	89,1	75,0	64,6	60,0	51,4
Portugália	77,3	62,1	57,6	54,0	49,9
Horvátország			39,51	43,45	42,46
Svájc	52,4	45,3	43,4	41,6	41,6
Spanyolország	53,2	45,9	41,3	36,1	34,8
Dánia	16,3	20,3	23,2	29,1	32,7
Argentína	71,4	58,1	49,3	37,0	32,4
<b>Magyarország</b>	<b>31,4</b>	<b>22,7</b>	<b>29,4</b>	<b>30,4</b>	<b>32,2</b>
Ausztria	35,8	34,5	33,1	31,1	29,7
Belgium	0,0	0,0	0,0	0,0	26,7
Uruguay	25,8	26,8	27,5	32,3	25,5
Görögország	26,3	24,9	17,9	20,9	25,4
Németország	22,8	22,7	24,3	23,9	24,3
Románia	38,7	32,9	22,2	26,2	22,7
Ausztrália	19,2	20,8	18,3	18,8	20,7
Chile	43,1	29,8	19,6	16,3	17,4
Szlovénia	0,0	0,0	46,2	28,7	17,3
Egyesült Királyság	8,4	11,1	12,1	13,5	16,9
Ciprus	10,7	11,0	10,7	11,2	16,0
Svédország	10,2	12,2	12,5	12,9	15,7
Hollandia	13,8	14,9	14,7	12,6	15,2
Norvégia	4,2	5,9	6,8	9,3	13,3
Új-Zéland	13,0	13,3	11,1	9,9	9,5
Dél-Afrika	24,0	10,9	9,9	10,4	9,5
Csehország	0,0	0,0	6,3	6,4	9,4
Kanada	7,3	7,1	6,4	7,5	9,3
Moldova	0,0	0,0	41,0	25,0	9,3
Szlovákia	0,0	0,0	3,6	7,7	8,5
Macedónia	0,0	0,0	14,2	12,6	7,7
Egyesült Államok	8,4	8,6	7,0	7,6	7,5
Észtország	0,0	0,0	2,1	6,5	7,2
Litvánia	0,0	0,0	1,9	6,2	6,5
Bulgária	20,0	13,3	12,3	8,3	5,6
Oroszország	0,0	0,0	4,4	3,6	4,6
Málta	4,1	6,8	6,9	8,2	3,3
Albánia	1,4	1,9	3,7	5,8	3,2
Japán	0,8	0,9	1,1	2,1	2,1
Lengyelország	1,5	2,6	1,1	1,5	1,8
Algéria	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Jugoszlávia	28,0	23,1	18,6	0,0	0,0
Belgium-Luxemburg	21,2	22,1	23,5	22,9	0,0
Szovjetunió	15,3	7,4	5,5	0,0	0,0
Csehszlovákia	9,0	9,6	10,1	0,0	0,0

**33. táblázat: A világ fajlagos borfogyasztása a jelentosebb országokban (liter/fo)**

**Forrás: FAO, saját számítás**



<b>Ország</b>	<b>1980-1984 évek átlaga</b>	<b>1985-1989 évek átlaga</b>	<b>1990-1994 évek átlaga</b>	<b>1995-1999 évek átlaga</b>	<b>2000-2004 évek átlaga</b>
Franciaország	4 830 949	6 364 791	5 778 804	7 164 093	7 502 342
Olaszország	8 209 296	6 395 154	6 459 858	7 530 798	7 239 376
Spanyolország	2 746 130	2 527 970	3 493 542	4 026 719	5 111 932
Ausztrália	38 925	120 756	426 193	806 049	2 341 132
Chile	68 911	84 816	386 910	1 354 725	2 092 502
Egyesült Államok	154 996	233 387	551 866	1 012 804	1 544 250
Németország	1 190 997	1 368 922	1 391 736	1 153 704	1 257 593
Portugália	723 833	762 089	975 192	1 010 098	1 172 686
Dél-Afrika	55 800	44 209	137 782	540 432	1 039 835
Moldova	0	0	401 227	729 620	819 844
Argentína	86 244	97 857	192 242	693 017	659 948
Bulgária	1 431 261	1 070 022	503 641	793 115	412 952
Macedónia	0	0	148 259	346 472	347 462
<b>Magyarország</b>	<b>1 194 480</b>	<b>993 104</b>	<b>494 433</b>	<b>528 458</b>	<b>341 184</b>
Ausztria	232 566	45 650	77 370	110 113	300 525
Görögország	135 561	428 339	320 329	257 689	198 795
Románia	421 000	252 770	108 148	250 594	193 182
Új-Zéland	2 901	8 582	33 707	65 599	153 666
Dánia	11 547	17 837	16 601	39 081	146 658
Hollandia	25 293	30 610	36 363	94 065	121 029
Egyesült Királyság	56 210	31 858	27 402	114 146	107 656
Belgium	0	0	0	0	97 308
Szlovákia	0	0	39 480	45 652	45 861
Szlovénia	0	0	58 227	46 430	40 985
Horvátország	0	0	77 579	66 420	40 450
Ciprus	192 037	116 934	238 879	90 700	37 529
Luxemburg	0	0	0	0	33 867
Svédország	32	364	1 437	4 761	18 024
Algéria	841 242	380 776	49 442	45 133	17 397
Csehország	0	0	4 664	6 403	13 143
Kanada	0	4 181	3 433	7 784	13 124
Uruguay	134	41	401	6 336	10 993
Svájc	6 127	7 972	6 226	7 739	7 200
Oroszország	0	0	8 987	23 113	5 722
Norvégia	17	138	1 143	1 746	5 013
Japán	433	562	1 187	2 010	3 009
Litvánia	0	0	14 574	698	1 822
Észtország	0	0	263	1 092	1 360
Lengyelország	0	0	19 424	47 830	1 252
Málta	6 281	572	384	316	379
Albánia	94 000	81 000	27 000	34	12
Belgium-Luxemburg	75 644	53 826	68 993	120 339	0

**34. táblázat: A világ borexportja a jelentosebb országokban (liter/fo)**

**Forrás: FAO, saját számítás**

Ország	1980-1984 évek átlaga	1985-1989 évek átlaga	1990-1994 évek átlaga	1995-1999 évek átlaga	2000-2004 évek átlaga
Németország	5 539 578	5 368 975	5 019 379	5 282 953	5 784 793
Egyesült Királyság	2 121 288	2 942 764	3 293 509	3 936 196	5 340 749
Egyesült Államok	2 220 175	1 747 806	1 220 773	1 875 384	2 718 596
Franciaország	3 313 957	2 628 439	2 832 800	2 748 832	2 341 301
Oroszország	0	0	807 183	1 391 075	1 638 827
Hollandia	954 520	1 059 276	1 100 443	1 065 876	1 372 699
Belgium	0	0	0	0	1 323 200
Kanada	637 143	688 833	736 337	918 474	1 254 873
Dánia	406 150	515 576	592 933	782 910	988 756
Svájc	1 215 032	1 051 061	883 726	932 975	913 287
Japán	197 714	290 323	384 374	870 233	830 554
Portugália	324	182 303	181 808	533 834	753 406
Svédország	410 490	498 168	550 143	541 342	682 807
Olaszország	83 228	267 981	280 157	243 026	513 869
Csehország	0	0	65 155	259 340	490 633
Norvégia	78 721	116 584	139 318	201 885	311 421
Kína	20 096	29 547	40 809	276 195	283 710
Lengyelország	256 460	502 133	214 104	268 347	282 927
Ausztria	125 495	147 697	105 747	228 655	277 964
Írország	53 880	59 670	75 504	144 912	264 312
Finnország	55 588	73 170	129 192	154 871	232 467
Új-Zéland	13 242	17 486	79 504	138 182	206 332
Brazília	21 118	34 494	59 053	129 136	156 159
Spanyolország	7 447	30 258	85 889	560 435	140 900
Luxemburg	0	0	0	0	98 998
Litvánia	0	0	21 948	89 264	84 154
Ausztrália	39 875	50 613	43 529	89 723	82 186
Szlovákia	0	0	8 520	64 018	79 677
Görögország	1 660	7 307	27 688	23 597	79 031
Moldova	0	0	5 536	76 971	63 241
Észtország	0	0	4 647	31 717	41 675
Horvátország	0	0	49 706	21 263	39 602
Szlovénia	0	0	104 220	78 804	36 654
Uruguay	1 168	1 564	8 854	37 458	26 371
Dél-Afrika	7 511	4 236	3 511	62 964	25 796
<b>Magyarország</b>	<b>162 228</b>	<b>256 471</b>	<b>54 273</b>	<b>16 843</b>	<b>21 873</b>
Algéria	24	2	53	5 616	15 100
Bulgária	62 953	11 040	44 668	110 183	13 586
Argentína	4 749	51	53 850	29 612	12 434
Ciprus	462	741	915	2 612	7 039
Málta	1 680	1 748	2 236	2 117	6 617
Románia	21 800	2 600	107 160	34 660	4 562
Albánia	0	0	3 205	4 315	4 118
Chile	12 524	446	771	5 823	3 710
Macedónia	0	0	5 432	4 792	1 274
Belgium-Luxemburg	948 176	999 267	1 101 815	1 170 174	0

**35. táblázat: A világ borimportja a jelentosebb országokban (liter/fo)**

**Forrás: FAO, saját számítás**

*A hazai borágazat versenyképessége a nemzetközi piacokon, különös tekintettel az Európai Unióra*

Év	Szolo			Bor										Alkoholos italok fogyasztása (egy fore, abszolút literben)				
	Betakarított terület	Termelés	Hozam	Termelés	Behozatal	Kivitel	Veszteség	Zárókészlet	Belföldi felhasználás	Hazai fogyasztás		Önellátottsági fok	Export/termelés	Bor	Sör	Égetett szesz	Összesen	Bor/összesen
										Hazai fogyasztás (összesen)	Hazai fogyasztás (egy fore)							
	(hektár)	(tonna)	(t/ha)	millió liter										liter				
1970	229 715	742 601	32 327	447.6	10.0	98.4	19.4	423.7	410.2	389.5	37.7	115%	22%	4.3	2.1	2.7	9.1	48%
1971	222 323	745 340	33 525	457.3	35.7	110.7	13.3	381.9	410.8	399.4	38.5	114%	24%	4.4	2.1	2.9	9.4	47%
1972	218 488	844 390	38 647	534.9	29.0	122.1	14.4	398.2	411.1	399.7	38.4	134%	23%	4.4	2.0	3.1	9.5	46%
1973	213 339	1 016 000	47 624	655.4	22.0	150.4	17.0	489.2	419.0	401.9	38.5	163%	23%	4.4	2.2	2.9	9.5	47%
1974	210 330	689 716	32 792	480.3	11.0	166.5	23.1	418.7	372.2	362.5	34.6	132%	35%	4.0	2.3	3.1	9.4	42%
1975	206 216	813 121	39 431	554.4	24.6	161.2	17.7	454.3	364.5	360.3	34.2	154%	29%	3.9	2.5	3.6	10.1	39%
1976	199 843	741 809	37 120	547.1	30.5	177.3	26.0	451.4	377.2	373.7	35.3	146%	32%	4.1	2.7	4.0	10.7	38%
1977	191 798	919 656	47 949	631.7	35.4	214.3	29.2	506.8	368.2	361.9	34.0	175%	34%	3.9	2.8	4.6	11.3	35%
1978	185 703	785 523	42 300	567.3	22.4	203.8	19.0	497.5	376.2	360.8	33.8	157%	36%	3.9	3.0	4.6	11.5	34%
1979	173 829	838 639	48 245	590.5	22.4	230.4	20.1	474.8	385.1	363.9	34.0	162%	39%	3.9	3.0	4.2	11.1	35%
1980	167 744	898 198	53 546	651.9	16.4	230.8	19.5	508.3	384.5	372.4	34.8	175%	35%	4.0	3.0	4.7	11.7	34%
1981	161 282	627 881	38 931	466.3	44.4	251.9	18.3	418.3	330.5	318.5	29.8	146%	54%	3.4	3.1	5.0	11.6	30%
1982	159 257	1 046 508	65 712	757.3	64.3	257.6	23.2	597.7	361.4	340.4	31.9	222%	34%	3.7	3.1	4.8	11.6	32%
1983	156 656	978 817	62 482	670.1	28.5	304.1	23.7	626.6	341.9	316.9	29.7	211%	45%	3.4	3.1	4.8	11.3	30%
1984	154 741	800 496	51 731	547.4	31.7	321.5	26.7	510.4	347.1	327.1	30.8	167%	59%	3.5	3.1	5.1	11.7	30%
1985	153 564	465 959	30 343	405.0	77.3	322.7	16.0	388.3	265.7	263.7	24.9	154%	80%	2.9	3.3	5.5	11.6	25%
1986	147 444	690 640	46 841	507.2	104.0	210.4	16.5	506.0	266.6	246.6	23.4	206%	41%	2.7	3.5	5.3	11.5	23%
1987	144 861	512 213	35 359	380.1	52.8	207.5	16.1	463.9	251.4	228.6	21.8	166%	55%	2.5	3.5	4.7	10.8	23%
1988	142 168	736 042	51 773	521.8	38.9	214.4	22.1	534.5	253.6	217.4	20.8	240%	41%	2.4	3.6	4.5	10.5	23%
1989	140 345	580 445	41 358	415.6	14.4	228.5	16.2	445.7	274.1	237.2	22.8	175%	55%	2.6	3.6	5.0	11.3	23%
1990	111 000	862 974	77 745	577.6	35.1	159.8	16.3	558.2	324.1	286.9	27.7	201%	28%	3.2	3.7	4.3	11.2	29%
1991	110 228	758 618	68 823	468.6	21.8	113.5	18.4	595.3	342.8	299.4	28.8	157%	24%	3.3	3.5	3.9	10.7	31%
1992	111 916	661 623	59 118	402.4	8.5	67.2	22.9	515.1	401.0	307.9	29.7	131%	17%	3.4	3.4	3.7	10.5	32%
1993	106 656	606 634	56 878	378.5	9.6	82.8	15.2	426.0	379.2	324.6	31.3	117%	22%	3.6	3.3	3.6	10.5	34%
1994	101 212	613 841	60 649	383.3	7.0	94.2	10.1	372.0	340.0	300.0	29.0	128%	25%	3.3	3.6	3.5	10.4	32%
1995	100 108	544 203	54 362	409.8	5.3	135.3	11.0	362.6	278.2	271.9	26.3	151%	33%	3.0	3.4	3.4	9.9	31%
1996	99 660	664 923	66 719	455.9	5.5	90.8	14.2	400.9	318.1	308.4	29.9	148%	20%	3.4	3.5	3.2	10.2	34%
1997	98 901	716 670	72 463	447.2	3.8	104.0	15.2	403.4	329.3	323.9	31.5	138%	23%	3.6	3.4	3.1	10.2	36%
1998	99 099	719 573	72 612	429.7	2.5	110.0	16.3	363.3	346.1	339.6	33.1	127%	26%	3.8	3.4	3.1	10.3	37%
1999	99 000	570 312	57 607	333.9	2.1	90.9	16.7	282.8	315.1	309.4	30.2	108%	27%	3.5	3.4	3.0	9.9	35%
2000	88 672	683 641	77 098	429.9	2.9	79.3	13.5	326.4	296.5	288.8	28.3	149%	18%	3.3	3.6	3.2	10.0	32%
2001	82 186	811 399	98 727	540.6	3.4	69.7	11.3	617.0	359.3	344.3	33.8	157%	13%	3.9	3.6	3.4	10.8	36%
2002	82 846	501 499	60 534	333.3	5.4	76.8	10.5	501.3	367.2	352.7	34.7	94%	23%	4.0	3.6	3.4	11.0	36%

**36. táblázat: Magyarország szolo-borágazatának fontosabb naturális mutatói**

Forrás: FAO, KSH

*A hazai borágazat versenyképessége a nemzetközi piacokon, különös tekintettel az Európai Unióra*

Ország	Export						Import					
	Összesen	Élelmiszer és élőállat	Italok és dohányárú	Italok	Alkoholos italok	Bor	Összesen	Élelmiszer és élőállat	Italok és dohányárú	Italok	Alkoholos italok	Bor
Ausztria	373 978 390 601	17 471 135 054	4 793 826 040	3 914 471 348	536 047 124	309 323 951	424 376 016 874	23 689 565 178	2 541 753 594	1 913 207 072	1 511 889 698	629 912 639
Belgium	1 060 965 540 740	93 133 746 315	9 244 742 346	6 197 679 135	3 437 987 362	400 121 466	933 712 859 668	63 659 086 697	12 000 130 216	8 861 624 186	6 253 839 178	3 493 735 641
Ciprus	2 188 956 090	528 601 635	63 020 879	61 691 528	50 292 109	28 081 175	14 865 534 580	1 482 069 075	332 909 828	242 871 308	161 556 284	24 257 895
Csehország	230 892 455 479	6 143 381 032	1 433 019 161	935 005 339	588 677 484	14 332 495	214 554 161 182	9 318 385 980	1 211 637 154	837 687 275	588 442 454	275 517 789
Németország	2 579 572 471 581	121 135 827 863	21 047 107 072	10 828 295 525	7 511 021 921	1 660 404 270	2 144 948 470 650	157 089 968 143	24 258 771 493	18 959 335 115	15 459 705 293	8 301 818 806
Dánia	253 760 188 279	44 786 479 410	1 836 250 481	885 879 648	719 864 021	338 068 712	231 288 168 283	19 876 186 666	3 046 004 550	2 892 406 191	2 715 180 377	1 830 288 820
Észtország	20 901 093 079	1 061 869 952	168 380 383	154 965 067	84 250 088	2 933 870	24 682 804 734	1 888 869 419	455 191 115	315 112 307	245 193 707	51 868 519
Spanyolország	599 065 317 174	81 802 280 363	9 014 634 167	8 379 190 509	7 467 443 902	4 886 126 390	761 696 753 714	50 179 395 950	13 499 966 697	6 903 940 924	6 146 605 278	264 667 066
Finnország	175 713 045 934	2 575 767 343	278 799 766	256 720 190	239 236 164	5 861 637	158 553 299 705	8 377 615 448	1 669 596 427	1 211 332 844	1 098 226 061	418 521 596
Franciaország	1 377 853 846 924	124 406 457 094	31 206 549 742	29 247 850 918	24 914 686 064	14 108 092 901	1 500 647 795 571	105 968 056 872	20 467 801 448	10 054 595 221	7 722 028 154	2 198 325 065
Egyesült Királyság	1 033 993 683 608	41 008 903 674	17 710 202 178	13 368 088 128	12 141 411 984	427 032 898	1 184 594 290 275	98 912 294 072	21 372 714 286	19 458 565 315	16 155 456 282	8 378 607 909
Görögország	38 599 105 773	7 835 410 311	1 187 303 339	479 933 964	446 616 624	288 439 190	129 373 495 804	16 340 544 555	3 289 402 108	1 935 423 525	1 648 480 562	103 020 557
<b>Magyarország</b>	<b>186 907 551 948</b>	<b>9 379 717 541</b>	<b>539 020 998</b>	<b>459 208 669</b>	<b>362 075 399</b>	<b>310 863 575</b>	<b>167 368 829 371</b>	<b>5 473 342 024</b>	<b>533 053 005</b>	<b>418 240 559</b>	<b>256 402 169</b>	<b>19 278 329</b>
Írország	329 186 935 122	27 165 602 166	4 132 957 085	3 596 319 505	3 203 084 115	4 033 522	198 808 696 153	15 950 431 202	3 308 765 313	2 845 218 864	2 016 342 427	596 165 733
Olaszország	982 480 661 655	57 130 117 020	13 906 649 955	12 922 371 574	11 692 731 679	8 243 830 974	981 746 731 938	87 705 230 877	14 818 113 196	5 824 936 033	4 969 014 333	461 054 739
Litvánia	25 262 319 496	2 364 791 511	277 028 281	59 250 680	20 772 991	1 138 915	29 675 365 064	2 301 480 180	381 095 016	272 654 555	174 721 013	57 589 902
Luxemburg	61 374 930 742	2 500 631 530	1 300 734 918	358 581 815	166 725 627	59 596 953	68 556 686 535	5 084 990 685	2 536 727 937	1 222 287 264	786 939 344	329 094 141
Lettország	12 841 166 807	756 212 157	153 093 871	122 555 890	74 928 584	625 811	21 717 128 610	2 181 050 301	496 243 995	293 941 291	213 628 288	66 451 621
Málta	5 880 134 475	73 565 533	4 970 590	2 830 502	2 355 982	1 075 781	12 210 213 380	1 287 313 154	213 164 805	140 138 464	93 390 391	23 093 783
Hollandia	1 314 296 209 543	156 682 983 093	25 068 612 153	5 221 699 007	2 758 931 423	485 331 125	778 494 475 918	75 324 195 233	11 886 486 209	6 818 042 909	4 840 990 421	2 457 399 653
Lengyelország	236 480 198 877	16 160 168 905	642 360 012	355 320 383	124 574 168	658 575	272 080 218 691	12 927 680 074	1 075 795 693	707 220 008	569 497 590	242 925 783
Portugália	134 649 563 008	6 059 227 310	3 106 007 924	2 511 999 056	2 458 778 460	2 226 855 301	203 852 561 428	19 496 026 888	2 332 715 624	1 962 384 418	1 551 244 486	329 011 841
Svédország	318 684 501 869	9 761 107 603	733 791 044	656 649 657	549 870 141	19 824 412	312 217 631 950	19 137 342 233	3 677 637 883	2 699 141 258	2 298 159 398	1 292 379 046
Szlovénia	47 815 983 632	607 378 869	135 383 213	124 370 419	85 356 320	9 994 809	59 397 401 421	2 946 045 190	291 919 870	163 483 338	80 439 759	5 541 698
Szlovákia	94 500 172 626	2 691 463 903	341 323 271	221 098 981	73 767 220	33 243 226	90 062 793 002	4 319 985 032	888 998 370	428 240 736	263 117 023	54 552 706
<b>EU25 totál</b>	<b>11 497 844 425 062</b>	<b>833 222 827 187</b>	<b>148 325 768 869</b>	<b>101 322 027 437</b>	<b>79 711 486 956</b>	<b>33 865 891 934</b>	<b>10 919 482 384 501</b>	<b>810 917 151 128</b>	<b>146 586 595 832</b>	<b>97 382 030 980</b>	<b>77 820 489 970</b>	<b>31 905 081 277</b>

37. táblázat: Az EU25 országok termékcsoportonkénti exportja és importja 2000-2005 között (euró)

Forrás: Comext, saját számítás

<b>Szolo termésmennyisége (tonna)</b>		811 399
<b>Terület (%)</b>	500-999 ha	7,02
	1000-1499 ha	6,59
	1500-4999 ha	16,49
	5000-9999 ha	9,54
	10000-49999 ha	22,54
	50000-99999 ha	11,12
	100000- ha	26,70
<b>Fajta (%)</b>	Fehér-	67,35
	Vörös-	23,03
	Csemege-	1,17
	Egyéb	8,46
<b>Kor (%)</b>	Legfeljebb 5 éves	9,91
	6-10 éves	3,56
	11-20 éves	39,01
	21-30 éves	25,62
	31-40 éves	10,42
	41-50 éves	4,12
	50 évesnél több	7,35
<b>Művelés (%)</b>	Fej-	15,70
	Bak-	5,27
	Kordon-	67,88
	Ernyo-	7,77
	Egyéb	3,37

**38. táblázat: Magyarország szoloterületének fobb megoszlási mutatói**

**Forrás: KSH ültetvényösszeírás, 2001**

A klaszterelemzés során alkalmazott TEÁOR-kódok részletezése

- **01.13 Gyümölcs, fűszernövény termelése**; ebbe a szakágazatba tartozik<sup>15</sup>:
  - a gyümölcsök (pl. alma, körte, citrusfélék, sárgabarack, szamóca (földieper), bogyós gyümölcsök, cseresznye, oszibarack, banán, avokádó, datolya, meggy, szilva) termesztése,
  - a bor- és csemegeszőlő termesztése,
  - a borkészítés saját termelésű szőlőből (szőlőmust, surított szőlőmust, szőlőbor a pezsgó és a habzóbor nélkül),
  - az ehetséges héjas (pl. dió, mandula) gyümölcsök termesztése, beleértve a kókuszdiót,
  - az italnövények, mint pl. kávé, kakaó, tea termesztése,
  - a saját termelésű tealevél feldolgozása,
  - a fűszernövények termesztése: babérlevél, bazsalikom, ánizsmag, koriander, köménymag, fahéj, szegfűszeg, szerecsendió, gyömbér, fűszerpaprika stb.,
  - az olajbogyó termesztése,
  - az olívaolaj előállítása saját termelésű olajbogyóból,
  - a vadon termő gyümölcsök (bogyós, héjas és másfélék) begyűjtése,
  - a saját termelésű gyümölcs feldolgozása,
  - a saját termelésű szőlőből történő szőlőmust, bor termelése,
  - a saját termelésű gyümölcsből történő bor termelése.

De nem ebbe a szakágazatba tartozik:

- a bortermelés nem saját termelésű szőlőből, lásd 15.93
- 15.93 Bortermelés; ebbe a szakágazatba tartozik<sup>16</sup>:
  - a bor termelése szőlőből:
  - asztali bor,
  - különleges, minőségi bor meghatározott vidékeken termesztett szőlőből, tájjellegű bor,
  - a pezsgó, a habzóbor termelése,

---

<sup>15</sup> Forrás: <http://www.ksh.hu/pls/ksh/docs/hirek/teor/teor03.pdf>

<sup>16</sup> Forrás: <http://www.ksh.hu/pls/ksh/docs/hirek/teor/teor03.pdf>

- a bor termelése szolomust-koncentrátumból,
- az alacsony alkoholtartalmú vagy alkoholmentes szolobor gyártása,
- a szolomust készítése nem saját termelésű szolobor,
- az ízesített és szeszezett bor termelése, mint pl. a cherry és a marsalabor,
- a borsepro, a nyers borko előállítás

De nem ebbe a szakágazatba tartozik:

- a saját termesztésű szolobor történo szolomust, bor termelése, lásd 01.13
- a bortermeléstől elkülönülten végzett átalakítás nélküli nagykereskedelmi palackozás, lásd 51.34
- a bér munkában végzett palackozás, lásd 74.82

	Hordós			Palackos			Összesen		
	ezer hl	euro/hl	ezer euro	ezer palack	euro/palack	ezer hl	ezer euro	ezer hl	ezer euro
1 Magyar kereskedelmi borforgalom (2+3)	989	80	79 084	255 860	2,1	1 919	540 795	2 908	619 879
2 Saját termelésű belföldi borforgalom	989	80	79 084	197 710	2	1 483	395 420	2 472	474 504
3 Import borforgalom				58 150	2,5	436	145 375	436	145 375
4 Saját termelésű borok exportja	225	60	13 528	45 092	2,2	338	99 202	563	112 730
5 Ker. forgalmú saját termelésű borok összesen (2+4)	1 214	76,3	92 612	242 802	2	1 821	494 622	3 035	587 234
6 Magyar borkereskedelem összesen (1+4)	1 214	76,3	92 612	300 952	2,1	2 257	639 997	3 471	732 609
7 Ker. forg.-ba nem kerülő saját borforgasztás	293	50	14 625					293	14 625
8 Mindösszesen magyar borszektor (1+4+7)	1 507	71,2	107 237	300 952	2,1	2 257	639 997	3 764	747 234

**39. táblázat: A magyar borszektor 2020-ban**

**Forrás: HNT, Nemzeti borstratégia tézisei**

## Hivatkozások

- BAUER ANDRÁS-BERÁCS JÓZSEF [1998]: Marketing. Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem. Aula Kiadó, Budapest, 1998.
- BOTOS ERNO PÉTER – HAJDU ISTVÁNNÉ [2004]: Bormarketing. Mezőgazda Kiadó. Budapest, 2004.
- BOTOS ERNO PÉTER [2004]: Márkák a hazai borpiacon. Bor és Piac, vol. 4, no 1-2, pp. 22-25.
- DANCS ISTVÁN [1992]: Bevezetés a matematikai analízisbe 1-2. kötet (jegyzet), Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem. Aula Kiadó, Budapest, 1992.
- ERDÉSZ FERENCNÉ – RADÓCZNÉ KOCSIS TERÉZ [2000]: A szolo-bor ágazat hatékonysága, a versenyképesség változása. Agrárgazdasági Tanulmányok. Agrárgazdasági Kutató Intézet. Budapest, 2000.
- ERDÉSZ FERENCNÉ – RADÓCZNÉ KOCSIS TERÉZ [2000]: A zöldség-gyümölcs és a szolo-bor ágazatok hatékonyságának növelése és szabályozásának EU-konform továbbfejlesztése. Agrárgazdasági Tanulmányok. Agrárgazdasági Kutató Intézet. Budapest, 2000.
- FAZEKAS ISTVÁN (SZERK.) [1997]: Bevezetés a matematikai statisztikába. Kossuth Egyetemi Kiadó. Debrecen, 1997.
- FERTO IMRE – HUBBARD, LIONEL J. [2001]: A mezőgazdasági termékek ágazaton belüli kereskedelme Magyarország és az Európai Unió között. Közgazdasági Szemle, XLVIII. évf., 2001. szeptember (766-778. o.)
- FERTO IMRE – HUBBARD, LIONEL J. [2001]: Versenyképesség és komparatív elonyök a magyar mezőgazdaságban. Közgazdasági Szemle, XLVIII. évf., 2001. január (31-43. o.)
- FERTO IMRE – MOHÁCSI KÁLMÁN [1997]: Az élelmiszergazdaság versenyképességét meghatározó tényezők. BKE Vállalatgazdaságtan tanszék. Budapest, 1997.
- FERTO IMRE [1996]: A mezőgazdaság a piactudományban. Közgazdasági Szemle, XLIII. évf., 1996. február (114-127. o.)
- FERTO IMRE [1999]: Az agrárpolitika modelljei. Osiris Kiadó. Budapest, 1999.



- FERTO IMRE [2002]: A komparatív elonyök mérése. Muhelytanulmányok. MT-DP. 2002/7. MTA Közgazdaságtudományi Kutatóközpont. Budapest, 2002. október
- FERTO IMRE [2003]: A komparatív elonyök mérése. Statisztikai Szemle, 81. évfolyam, 2003. 4. szám (309-327. o.)
- GRUBEL, H.G.-LLOYD P.J. [1971]. The Empirical Measurement of Intra-Industry Trade. The Economic Record, 47, pp: 494-517
- GUBA FERENC ZOLTÁN [2001]: Transzferek és hatékonyságzavarok az élelmiszer-termékpályákon. Közgazdasági Szemle, XLVIII. évf., 2001. január (44-62. o.)
- HAJDU OTTÓ (SZERK.) [2001]: Statisztikai elemzések. BKÁE Statisztika tanszék. Budapest, 2001.
- HARTIGAN, J. A. – WONG, M. A. [1979]: A k-means clustering algorithm. Applied Statistics, Journal of the Royal Statistical Society. Oxford. no. 28, pp. 100-108.
- HARTIGAN, J. A. [1975].: Clustering algorithms. John Wiley & Sons, Inc. New York, 1975.
- HOFFMANN MÁRTA – KOZÁK ÁKOS – VERES ZOLTÁN [2000]: Piackutatás. Muszaki Könyvkiadó. Budapest, 2000.
- HOVÁNYI GÁBOR [1999]: A vállalati versenyképesség makrogazdasági és globális háttere. Michael Porter két modelljének továbbfejlesztése. Közgazdasági Szemle, XLVI. évf., 1999. november (1013-1029. o.)
- HUNYADI LÁSZLÓ – MUNDRUCZÓ GYÖRGY – VITA LÁSZLÓ [2001]: Statisztika. Aula Kiadó. Budapest, 2001.
- JUHÁSZ ANIKÓ – SERES ANTAL – STAUDER MÁRTA [2004]: A kereskedelmi koncentráció módszertana. Muhelytanulmányok. MT-DP. 2004/16. MTA Közgazdaságtudományi Kutatóközpont. Budapest, 2004. október
- KARTALI JÁNOS – STAUDER MÁRIA – ORBÁNNÉ NAGY MÁRIA [1997]: Mezogazdasági és élelmiszeripari termékek versenyképességének marketingszemléletu vizsgálata. AKI. Budapest, 1997.
- KERÉKGYÁRTÓ GYÖRGYNÉ – MUNDRUCZÓ GYÖRGY – SUGÁR ANDRÁS [2003]: Statisztikai módszerek és alkalmazásuk a gazdasági, üzleti elemzésben. Aula Kiadó. Budapest, 2003.

- KISARI ISTVÁN – SIDLOVITS DIÁNA [2005]: A magyar élelmiszer-kereskedelem bor- és pezsgőválasztéka. Borászati Füzetek, vol. 15, no 1, pp 19-23.
- KOPCSAY LÁSZLÓ – TOTTH GEDEON [1997]: A magyar borászat versenyképességét meghatározó tényezők. Muhelytanulmány. BKE Vállalatgazdaságtan tanszék. Budapest, 1997.
- KOTLER, PHILIP [1998]: Marketing menedzsment. Elemzés, tervezés, végrehajtás, ellenőrzés. Muzsaki Könyvkiadó, Budapest, 1998.
- Közgazdasági, Kislexikon. NAGY JÓZSEFNÉ (KIADÓI SZERK.) [1972]: Kossuth Könyvkiadó. Budapest, 1972.
- LAURSEN, KELD [1998]. Revealed Comparative Advantage and the Alternatives as Measures of International Specialisation. DRUID Working Paper No. 98-30. December 1998
- LEHOTA JÓZSEF – TOMCSÁNYI PÁL (SZERK.) [1995]: Agrármarketing. Mezőgazda Kiadó. Budapest, 1995.
- LENGYEL IMRE [2000]: A regionális versenyképességről. Közgazdasági Szemle, XLVII. évf., 2000. december (962-987. o.)
- MAJOROS PÁL [1996]: A nemzetközi versenyképesség fogalma és mérhetősége. Külkereskedelmi foiskolai szakmai füzetek. Külkereskedelmi Foiskola. Budapest, 1996.
- MALHOTRA, NARESH K. [2001]: Marketingkutató. Muzsaki Könyvkiadó. Budapest, 2001.
- MÓDOS GYULA (SZERK.) ÉS SZERZOTÁRSAI [2004]: A versenyképesség összetevői és mérési módszerei a hús-termékpályán. AGROINFORM Kiadó, Budapest, 2004.
- MÓDOS GYULA [2005]: A versenyképesség és a fenntarthatóság összefüggései a mezőgazdaságban. In: Környezetvédelem, regionális versenyképesség, fenntartható fejlődés c. konferencia előadásai, Éckönyv 2004-2005. PTE Közgazdaságtudományi Kara Regionális Politika és Gazdaságtan doktori iskola. Pécs, 2005.
- MOLNÁR ATTILA [2002]: Versenyképesség és –stratégiák a magyar élelmiszeriparban az uniós csatlakozás tükrében. Disszertáció. Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem, Agrárgazdasági és Vidékfejlesztési tanszék. Budapest, 2002.

- Nemzeti Borstratégia Tézisei [2002]. Hegyközségek Nemzeti Tanácsa. Budapest, 2002. november
- PORTER, MICHAEL E. [1993]: Versenystratégia. Akadémiai Kiadó. Budapest, 1993.
- RADÓCZNÉ KOCSIS TERÉZ – GYÖRE DÁNIEL [2006]: A borpiac helyzete és kilátásai. Agrárgazdasági Tanulmányok 2006 (tervezet). Agrárgazdasági Kutató Intézet. Budapest, 2006.
- RASKÓ GYÖRGY [1999]: Az élelmiszeripar privatizációja Magyarországon. ÁPV Rt. Budapest, 1999.
- REIDMACHER, HEINZ PETER [2000]: Excel közgazdászoknak. Aula Kiadó. Budapest, 2000.
- SIDLOVITS DIÁNA [2004]: Szegmentáció a világ borpiacán. Borászati Füzetek, vol. 14, no 2, pp 8-13.
- SZABÓ JENO [1997]: Agrárgazdasági versenyképesség. Bankszemle, XLI. évfolyam, 5-6. szám
- SZÉKELYI MÁRIA – BARNÁ ILDIKÓ [2002]: Túlélőkészlet az SPSS-hez: Többváltozós elemzési technikákról társadalomkutatók számára. Typotex. Budapest, 2002.
- TOMCSÁNYI PÁL [2000]: Általános kutatómódszertan. Szent István Egyetem, Országos Mezőgazdasági Minosító Intézet. Gödöllo, 2000.
- TÖRÖK ÁDÁM [1986]: Komparatív elonyök. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó. Budapest, 1986.
- TÖRÖK ÁDÁM [2003]: Mit mérünk mivel? A versenyképesség értelmezéséről és mérési problémáiról. Európai Műhelytanulmányok 93. EU-csatlakozás és versenyképesség: GKI-tanulmányok (73-106. o.). Miniszterelnöki Hivatal Kormányzati Stratégiai Elemző Központ. Budapest, 2003.
- TRACY, MICHAEL [1994]: Élelmiszertermelés és mezőgazdaság a piacgazdaságban. Pannon Agrártudományi Egyetem Georgikon Mezőgazdaságtudományi Kar. Keszthely, 1994.
- URBÁN ANDRÁS [1995]: Borkereskedelmünk fejlesztése. Borászati Füzetek, 1999. 1. szám
- WITTEWER, GLYN-ROTHFIELD, JEREMY [2005]: Projecting the World Wine Market from 2003 to 2010. Australasian Agribusiness Review, 2005. Vol.13., Paper 21

## **Internetes források, adatbázisok, egyéb irodalom**

- <http://boraszat.hu>
- <http://fd.comext.eurostat.cec.eu.int/xtweb/>
- <http://www.szbkik.hu/index.php>
- [www.AKI.hu](http://www.AKI.hu)
- [www.amc.hu](http://www.amc.hu)
- [www.bor.lap.hu](http://www.bor.lap.hu)
- [www.eu.int](http://www.eu.int)
- [www.fao.org](http://www.fao.org)
- [www.fvm.hu](http://www.fvm.hu)
- [www.hnt.hu](http://www.hnt.hu)
- [www.kee.hu/borinfo](http://www.kee.hu/borinfo)
- [www.ksh.hu](http://www.ksh.hu)
- [www.oiv.int](http://www.oiv.int)
- A mezogazdasági társasvállalkozások fobb ágazatainak költség- és jövedelemhelyzete. AKI. Budapest, 1998.
- A Soproni Bormarketing Konferencia eloadásai [2000-2005]
- ACNielsen Piackutató Kft.
- Cég-Kód-Tár [2001]. Központi Statisztikai Hivatal, CD-ROM. Budapest, 2001/IV.
- Európai Unió [2001]. A BIZOTTSÁG KÖZLEMÉNYE. Az EK-Szerződés 81. cikkének a horizontális együttműködési megállapodásokra való alkalmazhatóságáról szóló iránymutatás. (2001/C 3/02). (EGT vonatkozású szöveg) Forrás: CCVista.
- Kiskereskedelmi Index [2000-2006]. ACNielsen Piackutató Kft.
- Mezogazdasági Statisztikai Évkönyv [2000-2004]. Központi Statisztikai Hivatal. Budapest.
- Statisztikai Évkönyv [2000-2004]. Központi Statisztikai Hivatal. Budapest.

- Szolo- és bortermeles Magyarországon. [2003]. Központi Statisztikai Hivatal Mezőgazdaság statisztikai főosztály, Hegyközségek Nemzeti Tanácsa Termék Tanács, Szőlészeti és Borászati Kutatóintézet, CD-ROM. Budapest, 2003.