AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
http://ageconsearch.umn.edu
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

AN ANALYSIS OF THE COMPARATIVE ADVANTAGES AND CHANGES IN MARKET SHARE OF HUNGARIAN WINES ON EU MARKETS

By:
BOZSIK, NORBERT

A frequently employed method to evaluate competitiveness in foreign trade is the use of indices. The evaluation of Hungarian wines' competitiveness on foreign markets paints a rather mixed picture. Among bottled wines, a demonstrable comparative advantage can only be discerned for the white, bottled regional category, but never in the case of quality wines. The situation is similar in the case of barrelled wines. Exports are dominated by the barrelled, white, regional table wine category, whose demonstrable comparative advantage is unfortunate from the point of view of the sector as barrelled wines have low added-value, but represent a high proportion of total exports, which would be a far greater advantage in the case of the high added-value bottled wines. Compared with the base period, there has been a fall in export to the EU market in all categories, with the exception of quality, bottled, white wines. The reasons behind diminishing exports vary for each category and cannot be attributed to one particular factor. The investigations, based on an analysis of market share (CMS model), show positive competitiveness exclusively in the case of quality, bottled, white wines. In all other categories, we are faced with a lack of competitiveness.

A MAGYAR BOROK KOMPARATÍV ELŐNYÉNEK ÉS PIACI RÉSZESEDÉS VÁLTOZÁSÁNAK VIZSGÁLATA AZ EU PIACÁN

BOZSIK NORBERT

ÖSSZEFOGLALÁS

A külkereskedelmi versenyképesség mérésének gyakran használt módszere a mutatókkal történő értékelés. A külkereskedelmi versenyképesség értékelése meglehetősen vegyes képet fest boraink helyzetéről. A megnyilvánuló komparatív előny a palackos borok között csak a fehér asztali, táj kategóriában tapasztalható, a minőségi boroknál egyetlen esetben sem. A hordós kategóriában is hasonló a helyzet. A kivitel zömét jelentő fehér asztali, táj hordós kategória megnyilvánuló komparatív előnye egyáltalán nem szerencsés az ágazat szempontjából, mivel az alacsony hozzáadott értéket adó hordós bor magas export részarányát sejteti, holott éppen a magas hozzáadott értéket generáló palackos borok esetében lenne ez kedvező az ágazat számára. A fehér minőségi palackozott kivételével minden termékcsoport esetében a bázisidőszakhoz képest csökkent az export az Európai Unió piacán. Az exportcsökkenés okai termékcsoportonként eltérőek, nem vezethetők vissza egy markáns tényezőre. A piaci részesedés elemzése alapján (CMS modell) végzett versenyképességi vizsgálatok eredményei is csak a fehér, minőségi palackozott borok esetében mutatnak pozitív versenyképességi hatást, az összes többi kategóriánál a versenyképesség hiányával szembesülünk.

BEVEZETÉS

A rendszerváltozás új helyzetet teremtett a magyar borok exportjában, 1990 után – elveszítve a tradicionális keleti fogyasztói partnereket – Magyarország megpróbált a nyugati piacok felé orientálódni. Ez azonban nem volt könnyű, hiszen a mennyiségi törekvést fokozatosan fel kellett váltania a minőségi szemléletnek. Az ágazat külkereskedelmét továbbra is az aktívum jellemezte és jellemzi ma is. Az árbevétel 65-100 millió euró évente. Az ágazat éves szinten 12 milliárd Ft-ot meghaladó befizetést teljesít a költségvetésnek (zömét a 25%-os ÁFA adja). Az éleződő verseny azonban egyre növekvő kihívásokkal járt, különösen a „harmadik országok" beszállítóival szemben. A hazai szőlő- és borgazdaságban a rendszerváltás utáni viharos évek szinte minden területen jelentős átrendeződést okoztak. A megváltozott nemzetközi kereskedelmi feltételrendszer, a piacok és a fogyasztói igények változása indokolja a téma kutatását, különös tekintettel a versenyképességre vonatkozóan. Az Európai Uniós csatlakozás, így a Közös Agrárpolitika átvétele a kereskedelem tekintetében új helyzetet teremtett, lévén, hogy 2004. május elseje után az EU intra kereskedelemáramba került boraink körülbelül 80%-a, másrészt az új közös vámok és kvóták is befolyással bírnak külkereskedelmünk alakulására. A versenykörnyezet megváltozása sok izgalommal tölti el az ágazat szereplőit és mindenkit, akire az ágazat közvetlenül vagy közvetve hatást gyakorol.

ANYAG ÉS MÓDSZER

A borok külkereskedelme elemzésének kvantitatív vizsgálatát a vámtarifaszámok alapján végeztem el az Európai Unió COMEXT adatbázisából. Ez az egyetlen

olyan adatbázis, melyből releváns következtetéseket lehet levonni, mivel a vámtarifaszámok alapján (10 HS kódig) lehetséges a borkategóriák szétválasztása kiszerelés, minőség és szín szerint.

A versenyképesség mérésének módszere a különböző mutatókkal történő értékelés.

A versenyképesség értékelése során a megnyilvánuló komparatívelőny-mutatókat használtam fel, úgymint relatív exportelőny-index (RXA), relatív importelőny-index (RMA), relatív kereskedelmielőny-index (RTA), relatív versenyképesség (RC) indexeket.

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

A MEGNYILVÁNULÓ KOMPARATÍV ELŐNYÖK MÉRÉSE

A megnyilvánuló komparatív előnyök (revealed comparative advantage) koncepciója a nemzetközi kereskedelem hagyományos elméletén alapszik, és ex post mérésre alkalmas. Az RCA-indexet *Balassa (1965)* dolgozta ki, amely a következőképpen írható fel:

$$\textbf{(1)}\quad \mathbf{RXA = (x_{ij}/x_{it})/(x_{nj}/x_{nt}),}$$

ahol: x jelenti az exportot, i egy adott országot, j egy meghatározott terméket, t a termékek egy csoportját, valamint n az országok egy adott csoportját. Ha RXA>1, akkor megnyilvánuló komparatív előnyről, ha az RXA kisebb, mint egy, akkor komparatív hátrányról beszélünk.

Vollrath (1991) a megnyilvánuló komparatív előnyöknek három alternatív specifikációját javasolta, amelyeket a mezőgazdaság nemzetközi versenyképességnek vizsgálatára alkalmazott. Az első index az úgynevezett relatív kereskedelmi előny (Relative Trade Advantage, RTA), amely mind az export-, mind az importoldalt figyelembe veszi. A relatív kereskedelmi előny indexét úgy definiálja, mint a relatív exportelőnyt, amely valójában az RXA-index és import oldali ellentétpárjának, a relatív importelőnynek a különbsége (Relative Import Advantage, RMA). A relatív kereskedelmi előny indexét formálisan a következőképpen definiálja:

$$\textbf{(2)}\quad \mathbf{RTA = RXA\text{-}RMA}$$

ahol $\mathbf{RMA = (m_{ij}/m_{it})/(m_{nj}/m_{nt}),}$

valamint m reprezentálja az importot. Ezért

$$\mathbf{RTA = [\,(x_{ij}/x_{it})/(x_{nj}/x_{nt})] - [(m_{ij}/m_{it})/(m_{nj}/m_{nt})].}$$

Vollrath második RCA-indexe a relatív exportelőnyök logaritmusa (ln RXA). A harmadik mércét pedig relatív versenyképességnek (Revealed Competetiveness, RC) nevezzük.

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

Az utóbbi két index előnye a logaritmikus formában rejlik, ugyanis ebben az esetben az indexek szimmetrikusak az origóra. Az RTA-, az ln RXA- és RC-indexek pozitív értékek esetében a komparatív versenyelőnyöket mutatják, míg negatív értéke a komparatív versenyhátrányokat jelzi *(Fertő – Hubbard, 2002).*

Az ilyen és hasonló indexek alkalmazásával az a probléma, hogy a valóságban a megfigyelt kereskedelmi folyamatokat eltorzítják a különböző kormányzati politikák és intervenciók, ezért félrevezetők lehetnek a komparatív előnyük meghatározásánál. Ez különösen nagy gond a mezőgazdaság esetében (amelyre már *Balassa* is felhívta a figyelmet), ahol a kormányzati beavatkozás általánosnak tekinthető. Ezért mérlegelni kell, hogy milyen mértékben torzíthatják el az importkorlátozások, az exporttámogatások és más protekcionista politikák a megnyilvánuló komparatív

előnyök indexeit. A bor esetében már a csatlakozás előtt is jelentős mennyiségű bor áramlott vámmentesen az Európai Unióba, az onnan jövő vámmentes borkvótát pedig részben sem használta ki az EU, így a komparatív előny mutatói hasznos információval szolgálnak.

A borok versenyképességével kapcsolatos megállapításaim a következők. A fehér és a vörös minőségi palackozott borok RXA indexe komparatív hátrányt mutat (lényegesen egy alattiak), viszont a fehér asztali, táj kategória igen kiugró komparatív előnnyel bír, a vörös asztali, táj boraink RCA értéke 1 körüli, tehát sem előnyt, sem hátrányt nem mutat.

Az 1 alatti RCA érték azt jelenti, hogy az adott termék (termékcsoport) részesedése az összes exportból kisebb, mint a vizsgált célcsoport esetében. Tehát az EU palackos borainak részaránya az élelmiszerexportjából lényegesen magasabb, mint a magyar palackos borok aránya a hazai folyóáras élelmiszerexportból, a fehér asztali, táj palackozott borok kivételével. Az utóbbinál viszont fordított a helyzet: a magyar asztali, táj palackozott borok messze nagyobb részarányt töltenek be az élelmiszerexportunkban, mint az EU esetében. Vagyis a komparatív előnyök csak potenciálisan léteznek, de nem tudnak „megnyilvánulni". Illetve a magas RXA érték a fehér asztali, táj palackozott borok esetében azt mutatja, hogy ezen kategória esetében lényegesen magasabb a kivitel arány az EU-hoz képest.

A hordós borok közül is a fehér asztali, táj kategória értéke mutat megnyilvánuló komparatív előnyt, az összes többi itt is komparatív hátrányt jelez. A hordós borok kivitelének körülbelül felét ez a kategória adja. A fehér asztali, táj kategória RXA értéke azért magas, mert több exportáló cég (főleg ha külföldi tulajdonú) jelentős hordós bort exportált az EU-ba és azt ott is palackozta le, így ott realizálódott jelentős hozzáadott érték. A jelentős hordós bor exportot ráadásul serkentette a magas exporttámogatás is (2001., 2002. évben 28 Ft/l), nem véletlen tehát a hordós kategória magas RXA értéke (1. táblázat).

A megnyilvánuló komparatív előnyök import oldalát elemezve (RMA-index) a megállapításaim a következők. A palackozott borok között a minőségi kategóriák relatív importelőnnyel bírnak, vagyis a magyar minőségi palackozott borok magasabb arányt képviselnek az összes élelmiszerexportból, mint az Európai Unió esetében. Ez azt mutatja, hogy Magyarországra nagyobb arányban érkeznek minőségi palackozott borok, mint az EU-ba. A hordós borok esetében kiugróan magas az érték (1 feletti) a vörös asztali, táj kategóriánál. Ennek alapvető oka az olcsó olasz asztali borok importja hazánkban. A többi hordós kategória esetében alacsonyabb a borimport részarány az átlagos élelmiszerimportból, mint az Európai Unióban (2. táblázat).

Az 1-2. táblázat értékeiből számítva a másik két komparatív előny index értékeit a 3-4. táblázatban mutatom be. Az RTA index értékei hasonló eredményeket adnak az RXA táblázat eredményeihez. A palackozott kategóriák esetében az asztali, táj kategória bír megnyilvánuló komparatív előnnyel, a minőségi borok viszont nem. A hordós borok esetében is a fehér asztali, táj kategória bír jelentős komparatív előnnyel, a fehér minőségi boroknál ez az érték alacsony, viszont a vörösboroknál komparatív hátrány tapasztalható. Az értékek alakulásának magyarázata az RXA értékeknél leírtakkal megegyezik és az eredményeket a 3. táblázat mutatja.

A relatív versenyképesség mutatója (RC) értékeit a 4. táblázat mutatja.

1. táblázat

A magyar borok RXA indexei az Európai Unió piacán

RXA							
Borkategória	**1997**	**1998**	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**
Fehér minőségi palackozott	0,064	0,035	0,019	0,028	0,016	0,012	0,014
Fehér asztali, táj palackozott	4,512	4,977	4,938	3,289	2,341	2,912	2,115
Vörös minőségi palackozott	0,022	0,034	0,022	0,041	0,020	0,019	0,020
Vörös asztali, táj palackozott	0,913	0,878	0,987	0,997	0,829	1,064	0,916
Fehér minőségi hordós	0,648	0,558	0,757	0,817	0,745	0,866	0,798
Fehér asztali, táj hordós	6,467	6,083	6,340	5,741	5,235	7,671	8,278
Vörös minőségi hordós	0,205	0,211	0,136	0,182	0,159	0,141	0,144
Vörös asztali, táj hordós	0,985	0,982	0,901	0,889	1,099	1,256	1,241

Forrás: Saját számítás a COMEXT adatbázis alapján

2. táblázat

A magyar borok RMA indexei az Európai Unió piacán

RMA							
Borkategória	**1997**	**1998**	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**
Fehér minőségi palackozott	1,679	1,583	1,391	1,890	1,453	1,964	1,738
Fehér asztali, táj palackozott	0,026	0,034	0,035	0,013	0,014	0,019	0,017
Vörös minőségi palackozott	1,636	1,830	2,545	2,155	1,052	1,691	1,570
Vörös asztali, táj palackozott	0,043	0,034	0,045	0,017	0,032	0,035	0,062
Fehér minőségi hordós	0,184	0,209	0,177	0,158	0,246	0,192	0,186
Fehér asztali, táj hordós	0,163	0,177	0,135	0,132	0,181	0,182	0,217
Vörös minőségi hordós	0,568	0,457	0,458	0,321	0,214	0,148	0,214
Vörös asztali, táj hordós	1,025	1,045	1,112	0,998	1,085	1,352	1,457

Forrás: Saját számítás a COMEXT adatbázis alapján

3. táblázat

A magyar borok RTA indexei az Európai Unió piacán

RTA							
Borkategória	**1997**	**1998**	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**
Fehér minőségi palackozott	-1,615	-1,548	-1,372	-1,862	-1,437	-1,952	-1,723
Fehér asztali, táj palackozott	4,486	4,943	4,904	3,276	2,327	2,893	2,098
Vörös minőségi palackozott	-1,614	-1,796	-2,523	-2,113	-1,032	-1,673	-1,550
Vörös asztali, táj palackozott	0,870	0,844	0,942	0,980	0,797	1,029	0,854
Fehér minőségi hordós	0,465	0,349	0,580	0,659	0,498	0,674	0,013
Fehér asztali, táj hordós	6,304	5,905	6,204	5,609	5,055	7,489	8,061
Vörös minőségi hordós	-0,363	-0,246	-0,322	-0,139	-0,055	-0,007	-0,070
Vörös asztali, táj hordós	-0,040	-0,063	-0,211	-0,109	0,014	-0,096	-0,216

Forrás: Saját számítás a COMEXT adatbázis alapján

4. táblázat

A magyar borok RC indexei az Európai Unió piacán

	RC						
Borkategória	**1997**	**1998**	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**
Fehér minőségi palackozott	-3,266	-3,819	-4,293	-4,212	-4,512	-5,069	-4,792
Fehér asztali, táj palackozott	5,147	4,992	4,961	5,522	5,132	5,042	4,806
Vörös minőségi palackozott	-4,290	-3,996	-4,763	-3,950	-3,975	-4,515	-4,382
Vörös asztali, táj palackozott	3,055	3,251	3,087	4,043	3,244	3,420	2,698
Fehér minőségi hordós	1,261	0,981	1,455	1,646	1,106	1,506	0,065
Fehér asztali, táj hordós	3,684	3,536	3,846	3,773	3,367	3,741	3,643
Vörös minőségi hordós	-1,021	-0,773	-1,215	-0,565	-0,299	-0,046	-0,398
Vörös asztali, táj hordós	-0,040	-0,062	-0,210	-0,116	0,013	-0,074	-0,160

Forrás: Saját számítás a COMEXT adatbázis alapján

KÜLPIACI VERSENYKÉPESSÉG ÉRTÉKELÉSE A CMS-MODELL ALAPJÁN

Számos tényező befolyásolhatja egy termékcsoport versenyképességét, melyek két nagy csoportra oszthatók: belső és külső tényezőkre. Belső tényező lehet az árak, a termelékenység alakulása; külső tényezők pl. az importáló ország kereslete, kereskedelempolitikája. Egy termék külpiaci keresletének növekedése nem biztos, hogy a versenyképesség javulásának eredménye. A termék külpiaci versenyképessége változásának mérésére az ún. CMS-modell (Constant market share analysis) használatos. Ez a módszer alkalmas a piaci részesedés három strukturális komponensének: a piacnagyság-hatás, a piacösszetétel-hatás és a versenyhatás meghatározására.

A versenyképesség változása alapvetően két különböző okból emelkedhet. Egyrészt az export szerkezete olyan termékcsoportra összpontosul, amelyek iránt a külső kereslet az átlagosnál gyorsabban bővül – a piaci részesedés ebből eredő gyarapodását nem tekinthetjük a versenyképesség megnyilvánulásának. Másrészt az egyes termékcsoportok kivitele gyorsabban nő, mint azok külső kereslete – voltaképpen ez tekinthető a versenyképesség javulásának. Mindezek alapján az export változása három komponensre bontható az alábbiak szerint:

Exportváltozás = piacnagyság-hatás + strukturális hatás + versenyképességi hatás

ahol: dX az export változása folyó áron, dM/M pedig a külső piac méretének változása. A strukturális hatás – ha pozitív – azt mutatja, hogy a kereslet változásához mennyiben járult hozzá az a körülmény, hogy az export olyan termékcsoportokra (esetleg országokra) koncentrálódik, amelyek iránt az átlagosnál gyorsabban nő a kereslet. A változásnak az a része tekinthető a versenyképességi hatás folyományának, amelyet a teljes piac bővülésével, valamint a strukturális hatásokkal nem lehet megmagyarázni *(Oblath, 2004)*.

A CMS módszer alkalmazásánál ugyancsak fontos szempont, hogy az elemzés:

A.) a teljes exportra vagy annak egy részére irányul

B.)az importőr ország összes bevételéhez vagy annak egy részéhez viszonyítunk

C.) milyen referenciaországokat (országcsoportokat) választunk

D.) mennyire aggregált a termékcsoport

E.) mely időszakra vonatkozik.

AZ EXPORTVÁLTOZÁS FORMÁLIS DEKOMPOZÍCIÓJA

A következőkben formálisan is bemutatom, hogyan bontható fel az exportváltozás három komponesre. A változást (a növekvényt vagy csökkenést) Δ-vel jelölve:

$$\Delta X_i = \sum_{ij} \Delta x_{ij} = \sum_{ij} x_{ij}(\Delta M/M) + \sum_{ij} x_{ij}[(\Delta M_j/M_j) - (\Delta M/M)] + \sum_{ij} x_{ij}[(\Delta x_{ij}/x_{ij}) - (\Delta M_j/M_j)]$$

ahol: i az országot, j a termékcsoportot, X az export, M pedig a külső piac keresletét, vagyis az importot jelöli. Az Xij az ország termékcsoportjának exportját, Mj pedig j termékcsoport összes importját jelöli. A képletben első tag:

$$\sum_{ij} x_{ij} (\Delta M / M)$$

mutatja az általános piacnagyság hatását (vagyis a célpiac méretének változását), a második tag:

$$\sum_{ij} x_{ij} [(\Delta M_j / M_j) - (\Delta M / M)]$$

adja meg a „strukturális hatást", vagyis a piacösszetétel hatást, végül a harmadik tag („maradéktag"):

$$\sum_{ij} x_{ij} [(\Delta x_{ij} / x_{ij}) - (\Delta M_j / M_j)]$$

a versenyképességi hatást mutatja.

A CMS módszer alkalmazásánál a magyar borok EU exportját az Európai Unió teljes agrárimportjában elfoglalt helyzete alapján értékeltem úgy, hogy az 1997-1999. évek átlagához viszonyítottam a 2000-2003. évek átlagát. A CMS módszer eredményeiből az alábbi következtetéseket vontam le: a fehér minőségi palackozott kivételével minden termékcsoport esetében a bázisidőszakhoz képest csökkent az exportunk (folyóáron) az Európai Unióba. Az exportcsökkenés okai termékcsoportonként eltérőek, nem vezethetők vissza egy markáns tényezőre. Egyes szerzők (pl. *Fertő*) kutatásaiban, az agrárkereskedelem exportnövekedésének a piacnagyság-hatás volt az oka, vagyis az EU importja nőtt a bázisidőszakhoz képest, ami képes volt kompenzálni, sőt meghaladni a strukturálishatást és agrártermékeink versenyképessége romlását.

A fehér minőségi palackozott borok esetében nőtt az export, amit egyértelműen a versenyképességi hatás (annak javulása) okozott (100,2%), e kategóriában az EU piacbővülése minimális, a strukturális hatás szintén elhanyagolható. A fehér asztali, táj kategória esetében a strukturális hatás rendkívül magas értéket mutat, és az EU importkereslete is nőtt, sajnos a versenyképesség jelentős romlása miatt a kivitelünk összességében csökkent. A palackozott vörösborok két kategóriáját tekintve hasonló a helyzet, mindkét esetben a versenyképesség romlása okozta a kivitel csökkenését, igaz a minőségi borok esetében a strukturális hatás is negatív volt.

A hordós borok kategóriájában sem kedvezőbb a helyzet. A fehér minőségi borok esetében az EU kereslete nőtt, de a jelentős negatív strukturális hatás és a versenyképesség romlása az export értéke visszaeséséhez vezetett. A hordós borok közül a fehér asztali, tájborok piaci kereslete is nőtt, sőt a strukturális hatás is pozitív, viszont a versenyképességi hatás itt is erősen negatív volt. Sajnos a vörös hordós borok esetében a versenyképességi hatás szintén negatív értéket mutat, ebben az esetben sem tudja a piacbővülés és a pozitív strukturális hatás ezt kiegyenlíteni, ami az export visszaeséséhez vezetett. A CMS modell eredményeit mutatja az 5. táblázat.

Az exportváltozás formális dekompozíciójának felosztása százalékos eloszlását mutatja a 6. táblázat.

5. táblázat

A CMS modell eredményei

Borkategória	Piacbővülés	Strukturális hatás	Versenyképes-ségi hatás	Összes
Fehér minőségi palackozott	47053,6568	-44261,19700	1267524,657	1264760
Fehér asztali, táj palackozott	2444288,048	9227274,028	-12201351,08	-529789
Vörös minőségi palackozott	4055,680079	-5147,146779	-9180,533301	-10272
Vörös asztali, táj palackozott	1603897,61	3492492,428	-9265402,038	-4169012
Fehér minőségi hordós	84041,60477	-71332,34385	-400131,2609	-387422
Fehér asztali, táj hordós	385556,5069	365470,3887	-2296647,896	-1545621
Vörös minőségi hordós	58250,19822	178224,2014	-524624,3996	-288150
Vörös asztali, táj hordós	380482,8711	270677,0031	-665505,8742	-14346
Összes:	**5007626,176**	**12471620,6**	**-19036083,78**	**-1556837**

Forrás: Saját számítás a COMEXT adatbázis alapján

6. táblázat

A CMS modell eredményei százalékosan

Borkategória	Piacbővülés	Strukturális hatás	Versenyképes-ségi hatás	Összes
Fehér minőségi palackozott	3,720	-3,500	100,219	100,000
Fehér asztali, táj palackozott	461,370	1741,688	-2303,059	100,000
Vörös minőségi palackozott	39,483	-50,109	-89,374	100,000
Vörös asztali, táj palackozott	38,472	83,773	-222,245	100,000
Fehér minőségi hordós	21,693	-18,412	-103,280	100,000
Fehér asztali, táj hordós	24,945	23,646	-148,600	100,000
Vörös minőségi hordós	20,215	61,851	-182,066	100,000
Vörös asztali, táj hordós	2652,188	1886,777	-4638,965	100,000
Összes:	**321,654**	**801,087**	**-1222,741**	**100,000**

Forrás: Saját számítás a COMEXT adatbázis alapján

FORRÁSMUNKÁK JEGYZÉKE

(1) Balassa, B. (1965): Trade liberalization and „Revealed" comparative Advantage. The Manchester School. 33, 99-123. pp. – (2) Fertő, I. – Hubbard L. (2002): Megnyilvánuló komparatív előnyök és versenyképesség a magyar élelmiszer- gazdaságban. Külgazdaság 2002/9 46-58. pp. – (3) Oblath, G. – Pénzes I. (2004): A nemzetgazdaság nemzetközi versenyképessége: értelmezések, mutatók és néhány tanulság. Külgazdaság 2004/2 33-65. pp. – (4) Vollrath, T. L. (1991): A theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage. Weltwirtschaftliches Archiv, 140 265-279. pp.