



**Gazdálkodástani
Doktori Iskola**

TÉZISGYŰJTEMÉNY

Balogh Jeremiás Máté

A világ borkereskedelmének empirikus elemzése

című Ph.D. értekezéséhez

Témavezető:

Dr. Fertő Imre, DSc
egyetemi tanár

Budapest, 2016

Agrárközgazdasági és Vidékfejlesztési Tanszék

TÉZISGYŰJTEMÉNY

Balogh Jeremiás Máté

A világ borkereskedelmének empirikus elemzése

című Ph.D. értekezéséhez

Témavezető:

Dr. Fertő Imre, DSc
egyetemi tanár

© Balogh Jeremiás Máté

Tartalomjegyzék

| | |
|---|----|
| 1. KUTATÁSI ELŐZMÉNYEK ÉS A TÉMA INDOKLÁSA | 4 |
| 2. A KUTATÁS SORÁN FELHASZNÁLT MÓDSZEREK ÉS AZOK INDOKLÁSA..... | 8 |
| A versenyképesség meghatározó tényezőinek elemzése a világ borpiacán..... | 8 |
| A kereskedelmi költséget meghatározó tényezők a borkereskedelemben | 12 |
| Az árdiszkrimináció vizsgálata a borkereskedelemben | 15 |
| 3. AZ ÉRTEKEZÉS FŐBB TUDOMÁNYOS MEGÁLLAPÍTÁSAI, EREDMÉNYEI..... | 18 |
| A borkereskedelmi versenyképesség meghatározó tényezőit vizsgáló modell eredményei. | 18 |
| A gravitációs modell eredményei | 19 |
| Az árdiszkrimináció vizsgálatának eredményei..... | 20 |
| A kutatás újszerűsége..... | 21 |
| A dolgozat hasznosítására vonatkozó észrevételek | 22 |
| A kutatás korlátai és a jövőbeni kutatási irányok | 23 |
| 4. FŐBB HIVATKOZÁSOK..... | 24 |
| 5. A TÉMAKÖRREL KAPCSOLATOS SAJÁT PUBLIKÁCIÓK..... | 30 |

1. KUTATÁSI ELŐZMÉNYEK ÉS A TÉMA INDOKLÁSA

Az utóbbi fél évszázadban jelentős változások figyelhetők meg a világ borpiacán. Ez alatt az idő alatt egymással ellentétes változások zajlottak le mind a Föld déli féltekéjén található újvilági bortermelők piacán, mind az európai tradicionális borpiacon.

A korábbi, XIX. századi viszonyokhoz képest, az utóbbi évtizedekben, az újvilági bortermelők jelentős világpiaci szereplőkké váltak, illetve folyamatosan fokozták jelenlétüket és tevékenységüket a nemzetközi, valamint az európai országok borpiacain egyaránt. Az újvilági bortermelők új ültetvénytelepítési hullámba fogva növelték a szőlőültetvényeket, aminek köszönhetően jelentős növekedést értek el a bortermelésben és -kereskedelemben. Ezen felül, az újvilági termelők stabilan bővülő borfogyasztási kapacitással is rendelkeznek (*Labys és Cohen, 2004*), illetve növekvő borexport részesedést tudhatnak magukénak az óvilág piacvesztésével összhangban (*Anderson és Norman, 2003*).

Az 1980-as évektől kezdve a világ összes szőlőtermő területe folyamatosan csökkent, melynek oka főleg az európai bortermelőknél keresendő, míg a tengerentúlon jellemzően növekedett az ültetvények száma.

A fent említett változások ellenére napjaikban továbbra is az Európai Unió nagy bortermelő és kereskedő tagállamai rendelkeznek a legnagyobb borexport részesedéssel világszinten. Az Európai Unió (EU) a világ legnagyobb bortermelője, a világ szőlőtermő területének mintegy felét birtokolja és a világon megtermelt bor mintegy 65 százalékát állítja elő (*USDA, 2015*).

Miközben a borexport értékét tekintve Franciaország, a borexport mennyiségét tekintve Olaszország, illetve a hordós borkereskedelem értéke és volumene tekintetében Spanyolország a piacvezető világszinten (*Európai Bizottság, 2014, p. 39*).

Míg a nagy tradicionális bortermelők – Franciaország, Olaszország és Spanyolország – jelentős csökkenést szenvedtek el a hazai borfogyasztásban, az utóbbi évtizedekben, az újvilági országok jelentősen növelték a termelési potenciáljukat és új felvevőpiacként jelentek meg a globális piacon (*Cembalo et al., 2014*). Eleinte az Egyesült Államok, Ausztrália majd őket követve Argentína, Chile és Dél-Afrika is egyre nagyobb borpiaci részesedésre tettek szert az exportált borok mennyiségében és értékében egyaránt (*Morrison és Rabellotti, 2014, p. 2*). Időközben olyan új, nem hagyományos piaci szereplők is megjelentek a világ borpiacán, mint Kína.

Az újvilági és újonnan belépő országok egyre jobban veszélyeztetik a hagyományos bortermelők piaci pozícióját, mivel alacsonyabb árú, minőségi boraikkal folyamatosan hódítják meg az európai borpiacot.

Napjainkban a világon megtermelt bor közel fele az azt megtermelő országon kívül kerül elfogyasztásra, ami magában hordozza, hogy ezeknél a boroknál a szállítási és a kereskedelmi költség is az ár meghatározó tényezőjévé vált (*Bianco et al.*, 2014).

Meg kell említeni továbbá, hogy az EU Közös Agrárpolitikájának reformja kapcsán 2008 és 2009 között bevezetett új közösségi borpiaci szabályozása (CMO) – kínálatkorlátozó eszközökkel – jelentős mértékben visszafogta az európai borágazatot. A reform eredményeként a különösen vonzó, nagy összegű szőlőültetvény-kivágási támogatások igénybevételével ugyanis az uniós tagállamok többsége élt (*OIV*, 2013 p. 10), ezzel jelentősen csökkentve a közösség szőlőtermő területét és bortermelését.

Az éleződő nemzetközi versenynek és az új piaci környezetnek főként a kis európai bortermelők (Magyarország, Horvátország, Szlovákia, Szlovénia és Románia) voltak a vesztesei.

A történelem során a globális borpiaci változások a borfogyasztás földrajzi átrendeződését is magával hozták a gyarmatosítás és az elvándorlás következményeként. A Nagy Földrajzi Felfedezéseket követő időszakban az egykori nagy európai hódítók – Spanyolország, Portugália, Franciaország, Hollandia és Anglia – az általuk gyarmatosított földrészeken jelentős erőfőlnyt gyakoroltak a világkereskedelemre.

A XVI., XVII. és XVIII. századok folyamán a nagy felfedező országok a világ jelentős részét gyarmatosították új kereskedelmi kapcsolatokat építettek ki a gyarmatosított országgal, átalakították a meghódított népek kultúráját, a beszélt nyelvet valamint meghonosították a szőlő- és borkultúrát is. Így megállapítható, hogy a borkereskedelem költségeit a gazdasági szempontok mellett földrajzi és kulturális dimenziók is befolyásolhatják.

A globalizálódó világban, a nemzetközi gazdaságtannal foglalkozó szakemberek egyre nagyobb jelentőséget tulajdonítanak a nemzetközi kereskedelem elemzésének. A Világbank a WTO, az OECD, az ENSZ és az EUROSTAT nyilvánosan hozzáférhető nagy statisztikai adatbázisai napjainkban már megkönnyítik az ökonometriai kereskedelem modellek számítását is.

A szakirodalomban egyre növekvő igény mutatkozik a nemzetközi borkereskedelem elemzése iránt, amit jól bizonyít az Európai és az Amerikai Borközgazdasági Társaság (*European and American Association of Wine Economists*) létrejötte és a borközgazdasággal (*wine economics*) foglalkozó tudományos folyóiratok növekvő száma.

Bár a világ borkereskedelemét már számos kutatás elemezte különböző szempontból (*Dascal, 2002; Anderson, 2003; Anderson, 2013; Bianco et al., 2013a, 2013b, Bianco et al., 2014; USDA, 2015; Európai Bizottság, 2014; OIV, 2015*), egy átfogó, a főbb borpiaci szereplők helyzetét bemutató, mélyebb ökonometriai modelleket alkalmazó tanulmány még nem látott napvilágot.

A vezető bortermelő országok hosszútávú exportversenyképessége és a versenyképesség fenntartása egyre nagyobb kihívássá válik az erősödő nemzetközi verseny és a kereskedelem liberalizációjával összhangban. Ennek ellenére kevés olyan tanulmányt találunk a téma szakirodalmában (*Anderson, 2003; Van Rooyen et al., 2010; Anderson, 2013*), amely a jelentősebb bortermelő országok világpiaci versenyképességével és annak meghatározó tényezőivel foglalkozott volna.

Bár a kulturális és történelmi tényezők meghatározóak a kereskedelemben (*Tinbergen, 1962; Anderson, 1979; Anderson és van Wincoop, 2003; Bacchetta et al., 2012*), jelenleg kevés olyan kutatás található a szakirodalmában, amely a világ borkereskedelmi partnerei közötti kapcsolatot nyelvi-kulturális klaszterek segítségével egy gravitációs modellben elemezte volna.

Az egyre éleződő világpiaci versenyben az időközben javuló minőségi szemlélet erősödése miatt, a top 5 tradicionális bortermelők még mindig domináns szereplőnek számítanak a globális borpiacon. Ezért fontos megvizsgálni, hogy ezek a piacvezető exportőrök milyen exportarázási stratégiát alkalmaznak az EU-n kívüli borexport piacaikon. Az ehhez hasonló vizsgálatokat eddig csak a gabona, a hús és a söriparban végeztek (*Saghalian és Reed, 2004; Griffith és Mullen, 2001; Fedoseeva és Werner, 2014*) a közgazdászok.

A disszertációm egy empirikus tanulmányként értelmezhető, amely a világ borkereskedelemét három különböző nézőpontból vizsgálja, a világ főbb bortermelő országainak 32 jelentős bortermelő és kereskedő országot tartalmazó reprezentatív mintáján¹ keresztül, eltérő módszertani háttérű kereskedelmi modelleket alkalmazva. A kutatás három fő empirikus részre bontható.

Az első empirikus részében a borkereskedelmi versenyképességet meghatározó tényezők nemzetközi, makro-szintű elemzésén keresztül célozom a komparatív előnyök és a világpiaci

¹ Algéria, Argentína, Ausztrália, Ausztria, Bulgária, Chile, Ciprus, Csehország, Dél-Afrika, Egyesült Királyság, Franciaország, Görögország, Grúzia, Horvátország, Kanada, Kína, Libanon, Magyarország, Málta, Moldova, Németország, Olaszország, Oroszország, Portugália, Románia, Spanyolország, Svájc, Szlovákia, Szlovénia, Törökország, Új-Zéland, Egyesült Államok

versenyképesség mutatószámokkal történő elemzése, illetve a komparatív előnyöket meghatározó tényezők ökonometriai modellel történő feltárása a borágazatban.

A második részben a borkereskedelem költségét befolyásoló kulturális-nyelvi, földrajzi és a szabadkereskedelmi tényezők hatásait vizsgálom, a nemzetközi borkereskedelem nagymintás gravitációs modellje segítségével.

A harmadik részben a top 5 európai bortermelő országok árdiszkriminációs viselkedését kutatom a piaci árazás (pricing to market - PTM) módszerének a segítségével az Európai Unión kívüli főbb borexport piacokra irányuló kereskedelmet vizsgálva. A borágazat kereskedelmének elemzése céljából, három kereskedelmi modellt alkalmazok a nemzetközi borpiacra, melyek a következők:

- a megnyilvánuló komparatív előnyök kereskedelmi modellje (*Couillard és Turkina, 2014; Sarker és Ratnasena, 2014*) és mutatószámokkal való mérése (*Ricardo, 1817; Balassa, 1965*),
- a nemzetközi kereskedelem gravitációs modellje (*Tinbergen, 1962; Anderson és van Wincoop, 2003*),
- a piaci árazás modellje (*Krugman, 1987; Knetter, 1993; Goldberg és Knetter, 1997*).

Tanulmányomban öt kutatási kérdést és ahhoz kapcsolódóan tizenöt hipotézist vizsgálok a fent említett problémák elemzésére, melyek részletes bemutatását „A kutatás során felhasznált módszerek és azok indoklása” fejezet tartalmazza.

A kutatásomban alkalmazott kereskedelmi adatok forrásául a *Világbank World Integrated Trade Solution* (WITS) adatait (*Világbank, 2014a*) és az *EUROSTAT* (2015) adatbázisát használtam fel HS-6 szintű bontásban, 2204²-es kóddal rendelkező borkereskedelmi forgalmat kiválasztva.

² A 2204-es termékcsoport a friss szőlőből készült borokat, az alkohol tartalmú borokat és a szőlőmustot tartalmazza.

2. A KUTATÁS SORÁN FELHASZNÁLT MÓDSZEREK ÉS AZOK INDOKLÁSA

Disszertációm három fő empirikus részében a megnyilvánuló komparatív előnyök, a borkereskedelem költségeit meghatározó tényezők és a főbb borpiaci szereplők árdiszkriminációjának vizsgálata céljából öt kutatási kérdést és ahhoz kapcsolódóan tizenöt hipotézist vizsgálok. Az egyes empirikus fejezetek során alkalmazott módszerek a következő részekben mutatom be.

A versenyképesség meghatározó tényezőinek elemzése a világ borpiacán

Az export versenyképességének megőrzése és hosszú távú fenntartása egyre nagyobb kihívássá válik a bortermelő országok számára az éleződő világpiaci versenyben és a kereskedelmi akadályok fokozatos leépítésével összhangban.

A 80-as évektől kezdve a hagyományos európai borexportáló országok fokozatosan veszítettek piaci erőfölényükből, miközben az újvilági bortermelők jelenléte egyre erősebbé vált a világ borpiacán (*Cembalo et. al.*, 2014). A bortermelésben a technológia, a hagyomány és a termőhely jellegzetessége (*terroir*) különösen fontos egy adott ország versenyképessége szempontjából (*Anderson*, 2013, p. 5) Míg az óvilági bortermelők versenyelőnye a nagy múltra visszatekintő borkészítési hagyományokra és kultúrára támaszkodik, a keresleti oldalon a változó fogyasztói szokások és ízlés jelentős piaci lehetőséget teremtettek az újvilági országok borainak (*Halliday*, 1996). Az újvilági termelők további versenyelőnye a magas termelékenység és méretgazdaságosság, míg ezzel szemben az óvilági bortermelők esetében a hagyományos borkészítési technológiák gyakran visszafogják a termelékenységet (*Tóth és Gál*, 2014, p. 98).

2000 és 2013 között az európai borok értékben kifejezve javítani tudták versenypozíciójukat a mennyiségben bekövetkező piaci részesedésvesztés ellenére (*Európai Bizottság*, 2014, p. 76). A fent említett tendenciák ellenére eddig csak kevés kutatás foglalkozott a jelentősebb bortermelő országok világpiaci versenyképességének elemzésével, különösen a borkereskedelmi versenyképességet meghatározó tényezők vizsgálatával. Az első empirikus részben a következő kutatási kérdésre keresem a választ:

1. Kutatási Kérdés (KK1): Milyen tényezők befolyásolják a komparatív előnyöket és a versenyképességet a borkereskedelemben?

Az első empirikus kutatás célja, hogy Balassa-féle (1965) indexek³ (Vollrath, 1991; Hoen és Oosterhaven, 2006; Yu et al., 2009; 2010) segítségével megvizsgálja, a legfontosabb bortermelő országok közül melyek rendelkeznek komparatív előnyökkel a világpiacon. Ezt követően összehasonlítja és értékeli, hogy az egyes borexportáló országok esetében a komparatív előnyök hogyan alakultak. A nemzetközi szakirodalmat követve a komparatív előnyök konzisztenciáját és konvergenciáját is elemzem panel egységgyök tesztek segítségével.

A megnyilvánuló komparatív előnyök időben konvergenciájának vizsgálata céljából első (Im et al., 2003, Maddala és Wu 1999; Choi, 2001; Levin-Lin-Chu, 2002; Harris-Tzavalis, 1999; Breitung, 2000) és második generációs egységgyök teszteket (Pesaran, 2007) alkalmazok, trendet és trend nélküli teszteket egyaránt számításba véve, a modell függő és független változóin.

A keresztmetszeti függőség ellenőrzése céljából Pesaran (2004) CD tesztet futtatok az adatbázisban. Mivel néhány második generációs panel egységgyök teszt hosszabb időperiódust igényel (Bai és Ng, 2004 teszt), ezzel szemben a vizsgált időszak hossza relatíve rövid (14 év), ezért Pesaran (2007) panel egységgyök tesztet futtatok, amely jól alkalmazható a kis mintás vizsgálatokon (Moscone és Tosetti, 2009).

Az első részben alkalmazott ökonometriai modellek hat hipotézist tesztelnek a komparatív előnyöket meghatározó tényezők vizsgálata érdekében: a tényezőellátottság, a termelékenység, a borminőség és a kereskedelmi egyezmények versenyképességet befolyásoló szerepét. Ezen kívül elemzik, hogy az újvilági bortermelők valóban versenyképesebbek-e az óvilágiaknál a kereskedelemben.

A fent említett szakirodalom és az első kutatási kérdésem (KK1) alapján a következő fő hipotéziseket fogalmaztam meg a borkereskedelmi versenyképesség meghatározó tényezőinek vizsgálatára:

H1.1: A magasabb tényezőellátottság növeli az adott ország borkereskedelmi versenyképességét a világ borpiacán.

³ RCA, RTA, ARCA, NRCA indexek

Egy adott ország szőlőtermesztésre alkalmas természeti adottságai (Anderson, 2003; Anderson, 2013; Boriraj, 2008; Pappalardo et al., 2013) előreláthatólag pozitívan befolyásolják a borkereskedelmi versenyképességet.

A borászati szakemberek szerint a szőlőtermés mennyisége és az előállított bor minősége között összefüggés van, ezért a szőlőtermésátlagok növelése a termelési költségek csökkentése céljából a bor minőségének csökkenéséhez vezethet (Thornton, 2013, p. 61). Az OIV tanulmánya szerint a bor termésátlagai azokban az országokban magasabbak, ahol a szőlőt csemegeszőlő vagy nem erjesztett termékek gyártására használják fel (OIV, 2012). Ezért a növekvő szőlő terméshozamok valószínűsíthetően negatívan hatnak a bor minőségére és a kereskedelem versenyképességére.

H1.2: A magasabb országos szőlő termésátlagok gyengítik az előállított borok minőségét és közvetetten csökkentik a borágazat nemzetközi versenyképességét.

Egy adott ország piacán rendelkezésre álló termékek esetében a hazai termékekért a fogyasztók általában hajlandóak többet fizetni, mint az importtermékekért (home bias), ami növeli az adott termék importjának elosztási és a kereskedelmi költségeit (Friberg et al., 2010). Így egy nagyobb piacmérettel rendelkező ország nem feltétlenül rendelkezik magasabb komparatív előnyökkel a kereskedelemben.

H1.3: A nagyobb piacméret negatív irányban befolyásolja a borkereskedelem versenyképességét.

Alcalá (2016) szerint több termék esetében pozitív korreláció mutatható ki az átlagos exportár (egység értéke, unit value) és az exportáló ország komparatív előnyei (RCA indexek) között, ahol az egységérték a minőséget reprezentálja. A mennyiség és a minőség közötti vita eldöntéshez a borágazatban jó például szolgál, hogy Franciaországban, Új-Zélandon, Ausztráliában és az Egyesült Államokban a borexport piaci részesedésének értéke nagyobb, mint az export volumen részesedése, ezért ezekben az országokban a borexport egységértéke (átlagára) rendszerint magasabb. Különösen az új-zélandi és franciaországi minőségi palackozott borok versenyképesebbek, mint más országokban előállított tömegborok (Európai Bizottság, 2014, p. 39). Bisson et al. (2002) is igazolták, hogy az Egyesült Államokban és Európában a fogyasztók hajlandók magasabb árat is fizetni a minőségi borokért. A bor

minőségét a modellemben a korábbi empirikus tanulmányokhoz hasonlóan az átlagos borexport-ár (export egységérték) képviseli.

H1.4: A jobb minőségű, drágább (magasabb export átlagárú) borok általában versenyképesebbek a világ borpiacán.

A nemzetközi kereskedelempolitika egyik fő törekvése a termékek piacra jutásának a megkönnyítése, ami bizonyos országoknak jelentős versenyelőnyt is jelenthet (*Európai Bizottság*, 2014, p. 142). A szabadkereskedelmi megállapodásoknak tehát jelentős szerepe van a kereskedelemben. A vámtarifák csökkentése növelheti a kereskedelmi forgalmat, pozitív kereskedelmi hatást eredményezve (*Tomz et al.*, 2007). Ezek alapján a következő hipotézist fogalmaztam meg a borkereskedelemre:

H1.5: A szabadkereskedelmi megállapodások ösztönzik a borkereskedelem versenyképességét.

Az elmúlt évtizedekben, újvilági bortermelők jelentős mértékben növelték szőlőtermő területeiket és bortermelésüket (*OIV*, 2014). Következésképpen az újvilági borexport is gyorsabb ütemben növekedett, mint az óvilági országokban. *Tóth és Gál* (2014) igazolta, hogy az ó- és újvilági bortermelő országok között a technológiai hatékonyság terén jelentős különbségek vannak, az Újvilág javára. Ezek alapján a következő hipotézist dolgoztam ki:

H1.6: Az újvilági borexportáló országok versenyképesebbek a kereskedelemben, mint a tradicionális bortermelők.

Az Újvilághoz és a tradicionális bortermelő országokhoz való tartozást bináris változó segítségével különböztetem meg.

A megnyilvánuló komparatív előny indexek számításához alkalmazott kereskedelmi adatok forrásául a Világbank (*World Integrated Trade Solution, WITS*) adatbázisát (*Világbank*, 2014a) használtam fel, HS-6 szintű bontásban, 2204-es kóddal rendelkező termékcsoporthoz és a világpiacra irányuló borkereskedelmet kiválasztva. A tényezőellátottság, a gazdasági fejlettségi adatok az ENSZ Élelmezési és Mezőgazdasági Szervezete (*FAO*, 2014) és a Világbank Fejlettségi Mutatóinak (*World Development Indicators, WDI*) adatbázisaiból származnak (*Világbank*, 2014b). A WTO tagság alapjául a WTO online adatbázisa szolgált (*WTO*, 2014).

A regressziós egyenlet becslésénél a robusztusság tesztelésére több specifikációs tesztet végeztem. Mivel az előzetes tesztek (Wooldridge, 2002, Pesaran, 2004) megerősítették a heteroszkedaszticitás, az autokorreláció és keresztmetszeti függősége jelenlétét, a problémák megoldására panel korrigált standard hiba (*panel corrected standard error, PCSE*) modellt becsültem, ami képes kezelni a heteroszkedaszticitás, az AR(1) típusú autokorreláció problémáját (Beck és Katz, 1995; Beck és Katz, 1996). A panel adatbázis 448 megfigyelést tartalmaz és erősen kiegyensúlyozott függő változókkal (RCA indexek) rendelkezik, a független változók között ugyanakkor vannak hiányzó értékek is.

A kereskedelmi költséget meghatározó tényezők a borkereskedelemben

A XX. század végétől kezdve Franciaország, Olaszország és Spanyolország jelentős visszaesést szenvedett a hazai borfogyasztás terén, míg az újvilági bortermelők növelték a termelési potenciáljukat és bor iránti keresletüket a nemzetközi piacokon (Cembalo et al., 2014). A borpiaci változások a borfogyasztás földrajzi átrendeződését is magával hordozták (Aizenman és Brooks, 2008), ami különösen Észak-Amerikában és Ázsiában növelte a bor iránti keresletet. Jelenleg a világon vásárolt borok közel fele nem az azt előállító országban került elfogyasztásra, így a borok kereskedelme csak kevés esetben jár többletköltségek nélkül (Bianco et al., 2014).

A kulturális hasonlóság és a földrajzi távolság kereskedelemre gyakorolt hatását a nemzetközi kereskedelemről szóló szakirodalomban az ún. gravitációs modellek segítségével vizsgálják.

Tinbergen (1962) szerint az országok közötti kétoldalú kereskedelem a Newton gravitációs törvényéhez hasonlóan a kereskedelemben is alkalmazott gravitációs modellekkel elemezhető.

A gravitációs modellek egy adott ország gazdaságának nagysága, földrajzi távolsága, kulturális hasonlósága és kereskedelmének mértéke (költsége) között teremt összefüggést.

A nemzetközi kereskedelem szakirodalmában már találhatunk olyan kutatásokat (Pinilla és Serrano, 2008; Dascal et al., 2002; De Blasi et al., 2007; Fertő et al., 2013), amelyek gravitációs modelleket alkalmaznak a borágazatra. A világ főbb bortermelő országai közötti kereskedelmet átfogó, gravitációs modellel vizsgáló elemzés viszont eddig még nem látott napvilágot. A szakirodalomban nem áll rendelkezésre egy olyan kutatás sem, ami a kulturális-nyelvi hasonlóságot a világ bortermelő országainak Filippaios és Rama (2011) által alkalmazott nyelvi klasztereken keresztül vizsgálta volna, különös tekintettel a nyelvi klaszterek a borkereskedelem költségére gyakorolt hatását elemezve.

Disszertációm második empirikus része ezért arra keresi a választ, hogy a piacméret, a földrajzi távolság, a nyelvi klaszterek alapján mért kulturális-nyelvi hasonlóság és a kereskedelempolitika hogyan befolyásolja a borkereskedelem költségét a globális borpiacon. A kutatásban szereplő 32 mintabeli borexportáló országok megegyeznek az első empirikus modellben szereplő országokkal. A borkereskedelem költségeit elemző gravitáció modellben a következő kutatási kérdésre keresem a választ:

2. Kutatási Kérdés (KK2): Mi befolyásolja a borkereskedelem költségét nemzetközi szinten, két borkereskedelmi partnerország között?

A gravitációs modellek empirikus irodalma (*Pinilla és Serrano, 2008; Dascal, et al., 2002; De Blasi et al., 2007; Fertő et al., 2013; Lombardi et al., 2016*) és a második kutatási kérdésem (KK2) alapján a következő hipotéziseket állítottam fel és teszteltem gravitációs regressziós modellek segítségével:

H2.1: A nagyobb bortermelő országok általában több bort exportálnak egymás piacaira, mivel a nagyobb piacméret növeli a bor iránti keresletet.

Az empirikus gravitációs modellekben a nagyobb országok (nagyobb piacméret) általában többet kereskednek, azaz az egyes országok GDP-je pozitív hatással van a kereskedelemre (*Bacchetta et al., 2012*).

H2.2: A földrajzi távolság növekedése (a legnépesebb városok közötti távolság) növeli a borkereskedelem költségét.

A szállítási költségek a földrajzi távolságok növekedésével rendszerint emelkednek, így a távoli országok közötti kereskedelem költségei is rendszerint magasabbak (*Bacchetta et al. 2012; Head és Mayer 2013*).

H2.3: A kontinentális országok esetén a borkereskedelem költségei magasabbak.

A tengeri kikötővel rendelkező országok vízi szállítást is alkalmazhatnak, amely a szárazföldi szállításnál alacsonyabb költséget tesz lehetővé (*Bacchetta et al., 2012; Pinilla and Serrano, 2008*).

A borkereskedelem költségei alacsonyabbak azon országok esetében, amelyek hasonló nyelvet beszélnek, illetve kulturálisan hasonlóak egymáshoz, mivel ezek az országok jobban ismerik egymás üzleti és kereskedelmi gyakorlatait is (*Bacchetta et al.*, 2012).

H2.4: A kulturálisan hasonló (közös hivatalos nyelvvel, múltbeli gyarmati kapcsolattal, illetve közös vallással rendelkező) bortermelő országok több bort exportálnak egymás piacaira mivel a borexport költsége alacsonyabb.

A kisebb kereskedelmi akadályok csökkentik a borkereskedelem költségét és ösztönzik a kereskedelmet (*Bacchetta et al.*, 2012, p. 106; *Bianco et al.*, 2013b).

H2.5: Az országok között kereskedelmi megállapodások (WTO tagság és RTA megállapodások) élénkítik a borkereskedelmet, mivel mérsékelik a kereskedelmi akadályokat.

Mivel a hasonló nyelvet beszélő országok jobban ismerik egymás üzleti és kereskedelmi gyakorlatait (*Bacchetta et al.* 2012). Emellett a tradicionális bortermelő országok főként latin-európai (Franciaország, Olaszország, Spanyolország, Portugália) és germán (Németország, Ausztria, Svájc) eredetűek, míg az újvilágiak az angolszász (Egyesült Államok, Ausztrália, Új-Zéland), illetve a latin-amerikai (Chile, Argentína) nyelvcsoporthoz tartoznak, ezért a következő hipotézist állítottam fel, *Filippaios és Rama* (2011) klasztereit felhasználva:

H2.6: Az azonos nyelvi-kulturális klaszterekben (angolszász, latin amerikai, latin európai és germán) tartozó borkereskedő országok inkább egymással kereskednek, mint más eltérő klaszterekbe tartozó országokkal.

A nyelvi klaszterek (angolszász, latin-amerikai, latin-európai, germán) a közös hivatalos nyelv változón felüli extra magyarázóerő nagyságát mérik a borkereskedelemre. Az adatbázisomban szereplő négy nyelvi klasztert a *Filippaios és Rama* (2011) által alkalmazott kategorizálás alapján szűkítettem le az adatbázisomban szereplő főbb országokra.

A borkereskedelem gravitációs modelljének becslése során, 32 jelentős borexportáló országot és 216 kereskedelmi partnert tartalmazó, panel adatbázist (48 802 megfigyelést) vizsgálok 2000 és 2013 közötti időszakban. A gravitációs borkereskedelmi modellemben szereplő országok megegyeznek az első empirikus, komparatív előnyöket vizsgáló modellemben szereplő országokkal.

A modellem függő változója (borexport) a Világbank, Integrált Világkereskedelmi Megoldások (*World Integrated Trade Solution, WITS*) adatbázisából származik, HS-6 szintű bontásban, 2204⁴-es borászati termékcsoporthoz és kétoldalú borexport adatokat kiválasztva (*Világbank, 2014a*).

A kétoldalú kulturális és földrajzi bináris változók a Francia Világgazdasági Kutatóközpont (*Centre de recherche français dans le domaine de l'économie internationale*) adatbázisából származnak (*CEPII, 2014*). A WTO tagság bináris változót, a WTO hivatalos internetes adatbázisa alapján készítettem (*WTO, 2014*). A nyelvi klaszter bináris változókat (angolszász, germán, latin-európai, latin-amerikai) *Filippaios és Rama (2011)* által alkalmazott adatbázis alapján dolgoztam ki.

Az árdiszkrimináció vizsgálata a borkereskedelemben

Az árak vizsgálata fontos tényező a borexportáló országok szempontjából, mivel a nemzetközi valutaárfolyamok változása nagy hatással van az exportált borok áraira (*Európai Bizottság, 2014, p. 75*).

Azok a borimportáló országok, melyek valutaárfolyamai a leginkább felértékelődnek (például Japán és Kína) valószínűsíthetően több bort fognak importálni, minden más tényezőt változatlanul feltételezve. Miközben azokban az országokban, amelyek valutái leértékelődnek, mint például az Egyesült Királyság, a borimport csökkenése várható (*Anderson és Wittwer, 2013 p. 136*). A borexport árak és valutaárfolyam között tehát jelentős összefüggés van. *Anderson és Wittwer (2013)* igazolta, hogy az utóbbi években a valutaárfolyamok szignifikáns szerepet játszottak az egyes országok borkereskedelmében.

Ennek fényében időszerű megvizsgálni, hogy az öt piacvezető európai bortermelő ország milyen borexport piaci árazási stratégiát alkalmaz a borexport piacán. Ezeknek a kérdéseknek a megválaszolására a nemzetközi szakirodalomban leggyakrabban a piaci árazás modelljét (*pricing to market, PTM*) alkalmazzák.

A piaci árazás modelljét elsőként *Krugman (1986)* dolgozta ki és az amerikai-német ipari kereskedelmi kapcsolatok elemzésére használta. *Knetter (1993)* a PTM modellek iparágak és exportáló országok közötti kiterjesztését javasolta, mivel az árdiszkrimináció jelensége széles körben változhat országonként. A politikai döntéshozók között egyre nagyobb érdeklődés mutatkozott az agrár-élelmiszeripari kereskedelemben alkalmazott árazási stratégiák iránt is.

⁴ A 2204-es termékcsoporthoz a friss szőlőből készült borokat, az alkohol tartalmú borokat és a szőlőmustot tartalmazza.

A szakirodalomban található eddigi empirikus vizsgálatok (*Saghalian és Reed, 2004; Griffith és Mullen, 2001; Fedoseeva és Werner, 2014*) a bortermelő országok nemzetközi árazási magatartását még nem elemezték PTM modellek segítségével.

A harmadik empirikus kutatásom célja, hogy pótolja ezt a hiányosságot és a piaci árazás modelljét alkalmazza az EU piacvezető bortermelő országainak vizsgálatára. A harmadik részben a következő három kutatási kérdés kerül megválaszolásra:

3. Kutatási Kérdés (KK3): Képesek-e vezető bortermelő országok árdiszkriminációt alkalmazni az EU-n kívüli borexport piacaikon?

4. Kutatási Kérdés (KK3): Milyen piaci struktúra jellemzi az Európán kívüli borexport piacokat?

5. Kutatási Kérdés (KK3): A borexportáló országok valutaárfolyamainak le vagy felértékelődése hogyan befolyásolja a borok árát az exportpiacokon?

A harmadik kutatási kérdéscsoport vizsgálatára (KK3-KK4) egy kereskedelmi árdiszkriminációs (PTM) modellt (*Knetter, 1989; Knetter, 1993, Krugman, 1987*) becsültem a világ 5 vezető bortermelő országának – Franciaország, Olaszország, Spanyolország, Portugália és Németország – piaci árazási képességének feltárására.

Mivel a legnagyobb európai bortermelők domináns szerepet játszanak a globális borpiacon (exportrészesedésük eléri a 70%-ot), így feltételezhetően képesek szabályozni az exportált borok piaci árát a célpiacokon:

H3.1: A vezető EU bortermelők képesek árdiszkriminációt alkalmazni bizonyos EU-n kívüli borexport piacaikon.

Amennyiben az európai bortermelők képesek az exportált borok árának szabályozására az exportpiacaikon, célpiacokon a tökéletes verseny feltétele nem érvényesül:

H3.2: A vezető európai bortermelők borexport célpiacain a verseny nem tökéletes, monopolisztikus piaci struktúra és piaci erőfölény érvényesül.

Az exportárak és valutaárfolyamok interakciós változói a kereskedelem aszimmetrikus hatásait számszerűsítik. Ha az aszimmetrikus változók statisztikailag szignifikánsak és pozitív előjelűek az exportáló ország valutaárfolyamainak felértékelődését jelzik, míg negatív szignifikáns változók az árfolyamok leértékelődést mutatják (Byrne *et al.*, 2010).

H3.3: A vezető európai borexportáló országok esetében a valutaárfolyamok euróhoz viszonyított változásának hatása aszimmetrikus mértékben befolyásolja a borexport árakat.

A borexport az *EUROSTAT* (2015) Nemzetközi Kereskedelem Adatbázisának havi HS-6 szintű, 220421⁵-es termékcsoporthoz tartozó termékcsoport adataiból származnak. A valutaárfolyam adatok az *Európai Központi Bank* (2015) Statisztikai adatbázisának kétoldalú valutaárfolyam adatbázisából kerültek letöltésre (desztináció specifikus helyi valutaárfolyamok euróban kifejezve).

A borexport és valutaárfolyam változók időbeli konvergenciája vagy divergenciája tesztelése céljából *Pesaran* (2007), illetve *Maddala és Wu* (1999) második generációs panel egységgyök teszteket alkalmazok, trendet és trend nélküli lehetőséget is egyaránt számításba. A PTM adatbázisban keresztmetszeti függőség ellenőrzése céljából *Pesaran* (2004) által kidolgozott CD tesztet futtatok.

⁵ A 2 liternél kisebb kiserelésű friss szőlőből készült borokat, az alkohol tartalmú borokat és a szőlőmustot is beleértve.

3. AZ ÉRTEKEZÉS FŐBB TUDOMÁNYOS MEGÁLLAPÍTÁSAI, EREDMÉNYEI

A disszertációm a borkereskedelmet vizsgáló három empirikus kereskedelmi modellje a szakirodalommal konzisztens válaszokat ad a feltett kutatási kérdésekre és hipotézisekre. Ebben a fejezetben a vizsgált kutatási problémákra és hipotézisekre kapott válaszokat, a kutatás újszerűségét, a dolgozat gyakorlati hasznosítására vonatkozó észrevételeket és a kutatás korlátait mutatom be.

A borkereskedelmi versenyképesség meghatározó tényezőit vizsgáló modell eredményei

Bár számos nemzetközi elemzés jelent meg a különböző bortermelő országok versenyképességének vizsgálata céljából, kevés azon kutatások száma, melyek ökonometriai regressziós modelleken keresztül vizsgálták a versenyképességet befolyásoló tényezőket. A borágazatban ezt a kutatási problémát korábban más kutatók még nem elemezték.

A fejezet a versenyképesség meghatározó tényezők vizsgálatát helyezte új empirikus megvilágításba 32 jelentős bortermelő ország borkereskedelmét figyelembe véve, a 2000 és 2013 közötti időszakban. A kutatás négy Balassa-féle megnyilvánuló komparatív előny mutatót (RCA, RTA, ARCA, NRCA) alkalmazott a borexportőr országok világpiaci versenyképességének mérésére. A versenyképességi mutatók elemzése alapján a versenyképes borexportáló országok között európai és újvilági bortermelő országok egyaránt megtalálhatóak. Bár az indexek nagyrészt tradicionális bortermelőket soroltak az első három helyre, az európai bortermelők versenyképességének romlását is jelezték az időszak kezdetéhez viszonyítva.

Meg kell említeni továbbá, hogy az EU Közös Agrárpolitikájának a reformja kapcsán 2008 és 2009 között bevezetett új közösségi borpiaci szabályozása (CMO), kínálatkorlátozó eszközökkel jelentős mértékben visszafogta az európai borágazatot és jelentősen csökkentette a közösség szőlőtermő területét és bortermelését.

Az éleződő nemzetköz versenynek és az új piaci környezetnek főként a kis európai bortermelők (Magyarország, Horvátország, Szlovákia, Szlovénia és Románia) voltak a vesztesei.

Az indexek konzisztencia tesztjei alátámasztották, hogy a versenyképességi indexek jól alkalmazhatók a komparatív előnyök bináris vagy sorrendi skálán történő értékelésére, ugyanakkor kevésbé jól használhatók kardinális indikátorként.

A panel egységgyök tesztek eredményei megerősítették azt a hipotézist, miszerint a mutatók a legtöbb esetben tartalmaznak egységgyököt, azaz az RCA indexek időben széttartanak. Érdeemes viszont leszögezni, hogy rövidebb időintervallumot és kismintás adatbázist alkalmazva a panel egységgyök tesztek nem megbízható következtetésekre is vezethetnek, így az eredményeket óvatosan kell kezelni.

Az előzetes tesztek (keresztmetszeti függőség, autokorreláció) alapján a regressziós becslések során a korrigált panelhibák becslési eljárását (xtpcse) és általánosított lineáris modellbecslést (xtgls) alkalmaztam. A becslött modellek alátámasztják a vizsgált hipotéziseket, miszerint a bortermelő ország mezőgazdasági tényezőellátottsága fontos hajtóereje a borkereskedelmi versenyképességnek. A minőségi borok arányának növelése a kereskedelemben szintén jelentős előny jelent és növeli az adott ország kereskedelmi versenyképességét. A kereskedelmi akadályok csökkentése jelentős pozitív hatással volt a borkereskedelemre és a versenyképességre az egyes országok Világkereskedelmi Egyezményhez történő csatlakozása által. A modellek eredménye alapján megállapítható, hogy az újvilági bortermelő országok a kereskedelemben versenyképesebbek az óvilági versenytársaiknál. A piacméret és a szőlő termés hozamok becslött együtthatói viszont kimutatták, hogy a tényezők bővülése visszafogta az adott ország borkereskedelmi versenyképességének növekedését.

A kutatás elsőként elemezte a komparatív előnyöket és azok meghatározó tényezőit ökonometriai modellel a világ borpiacán. Bár a korábbi empirikus tanulmányok általában csak egy-egy klasszikus Balassa-indexet alkalmaztak, ezzel szemben a kutatásomban négy különböző, összetett mérőszámot használtam eredményeim robusztusságának az ellenőrzésére. Emellett fontos megemlíteni, hogy eredményeimet további módszertani tesztekkel is alátámasztottam.

A gravitációs modell eredményei

Az utóbbi évtizedekben a borpiaci változások a borfogyasztás földrajzi átrendeződését is magukkal hordozták, ami különösen az újvilági országokban növelte a bor iránti keresletet. Jelenleg a világon vásárolt borok közel fele nem az azt előállító országban került elfogyasztásra, ami növeli a borkereskedelem költségeit is.

A kulturális hasonlóság és a földrajzi távolság kereskedelemre gyakorolt hatását a nemzetközi kereskedelemről szóló szakirodalomban leggyakrabban gravitációs kereskedelmi modellek segítségével vizsgálják.

Disszertációm második empirikus része arra a kutatási kérdésre kereste a választ (KK2), hogy a földrajzi távolság, a nyelvi klaszterek alapján mért kulturális hasonlóság és a nemzetközi kereskedelempolitika hogyan befolyásolja a borkereskedelem költségét a világ borpiacán, 2000 és 2013 közötti időszakban.

Az eredmények igazolták, hogy a nagyobb országok több bort exportálnak, a bor szállítási költségei földrajzi távolság növekedésével összhangban emelkednek és magasabbak a tengertől elzárt, kikötővel nem rendelkező kereskedelmi partnerek esetén. A becült modellek bebizonyították a borkereskedelem költségei és a közös kulturális, történelmi háttér közötti kapcsolatot.

Az eredmények alátámasztották a szabadkereskedelmi és a regionális kereskedelmi megállapodások pozitív szerepét is a borexportra. A kulturális klaszterváltozók elemzése alapján elmondható, hogy az angolszász, latin-európai, latin-amerikai és a germán országok jelentős közös kereskedelmi hálóval rendelkeznek, amely megkönnyíti a klaszter országokon belüli borkereskedelmet. A nyelvi csoportok extra kereskedelmi hatásait elemezve a borkereskedelmi költségek a latin-amerikai nyelvi klaszterek esetében voltak a legalacsonyabbak (legmagasabb hatás).

Az árdiszkrimináció vizsgálatának eredményei

Az utolsó empirikus rész megvizsgálta, hogy a top 5 európai bortermelők milyen piaci árazási stratégiát alkalmaznak, illetve képesek-e árdiszkriminációt alkalmazni az Európai Unión kívüli borexport piacakon. A harmadik rész a piaci árazás (PTM) modelljét tesztelte a borágazatra a vezető európai bortermelő országok (Franciaország, Olaszország, Spanyolország, Portugália és Németország) esetében, havi panel borexport adatokon, 2000 és 2013 közötti időszakban.

A regressziós becslés eredményeként megállapítható, hogy a világ két legnagyobb borexportáló országai – Franciaország és Olaszország – bizonyos Európán kívüli borexportpiacokon képesek árdiszkriminációt alkalmazni.

Franciaország az Ausztráliába, a Hongkongba, a Mexikóba és az Egyesült Államokba irányuló borexport esetében, míg Olaszország a japán, a mexikói és az egyesült államokbeli piacain volt képes szabályozni az exportált borok árait. Következésképpen bizonyos francia és

olasz borexport piacokon a tökéletes verseny helyett a monopolisztikus verseny érvényesült. A többi vizsgált európai borexportáló ország – Spanyolország, Portugália és Németország – nem volt képes piaci erőfölényre szert tenni az EU-n kívüli borexport piacokon, mivel exportpiacokon a helyi árak stabilitása, illetve az árfolyamhatás erősebb volt, mint az árdiszkriminációs hatás.

Az árfolyamváltozások borexport árakra gyakorolt aszimmetrikus hatásainak az elemzése több borexportáló ország esetében (Franciaország, Portugália és Németország) alátámasztotta, hogy a helyi valuták (ausztrál, hongkongi; szingapúri dollár) euróhoz viszonyított leértékelődésének hatása szignifikánsabb volt, mint az árfolyamok felértékelődése. A kanadai és a szingapúri dollár stabilitása viszont markánsabb volt, mint az árfolyamok leértékelődésének a hatása. A valutaárfolyamok aszimmetrikus hatása tehát jelentős mértékben eltérítette az exportál borok árait az export piacokon.

A kutatás újszerűsége

Disszertációm a világ borkereskedelmét vizsgáló meglévő kutatásokon túl számos újdonságot hordoz magában. A kutatásom elsőként alkalmazott három összetett empirikus kereskedelmi modellt a világ borkereskedelmének mélyebb elemzésére, reprezentatív mintán, ökonometriai modellek segítségével, számos időszerű és fontos hipotézist tesztelt. A kutatás az elemzésekhez alacsony aggregátsági szintű (HS-6) kereskedelmi adatokat alkalmazott.

A korábbi kutatásoktól eltérően, első alkalommal azonosította a megnyilvánuló komparatív előnyök meghatározó tényezőit a borágazatban Balassa-féle indexekkel és az indexeket befolyásoló ágazati, minőségi és kereskedelempolitikai tényezők segítségével. Elsőként elemezte a borkereskedelem költségeit befolyásoló tényezőket nyelvi-kulturális klaszterek segítségével, illetve a szabadkereskedelem szerepét gravitációs modellel. Ezen túlmenően elsőként tárta fel top 5 európai bortermelő exportpiaci árdiszkriminációs viselkedését a kereskedelem piaci árazás (PTM) modellje segítségével.

A kutatás alapját 2000–2013 közötti időszakot vizsgáló panel adatbázisok képezték. Az elemzés a világ 32 borkereskedő országát és a piacvezető bortermelőket tartalmazó reprezentatív mintát és 14 éves időperiódust alkalmazott a regressziós modellek becslésére.

A dolgozat hasznosítására vonatkozó észrevételek

Az európai borágazat mennyiségbeli visszahúzódásának egyik fő oka a KAP 2008-as borpiaci reformja volt a vizsgált időszakban, ugyanakkor a magasabb minőség egyben előnyt is jelentett a kereskedelmi versenyképességben, ezért a tradicionális bortermelők esetében a minőségi, prémium borok arányának további növelése és piacra jutásának ösztönzése hozzájárulhatna a versenyelőnyük hosszú távú fenntartásához.

A komparatív előnyök modellje leszögezi, hogy a borágazatban a tényezőellátottság és a termelékenység szignifikáns tényezője a borkereskedelmi versenyképességnek, következésképpen a természeti adottságok jelentősen befolyásolják egy adott ország bortermelését és kereskedelmét. A borkereskedők közötti kereskedelmi megállapodások elhárítják a borkereskedelmi akadályokat és ösztönzik az exportot, mely összefüggést az első és a második modell is igazolta. Következésképpen a bortermelő országok közötti WTO megállapodások követendő példaként szolgálnak az egyezményből eddig kimaradó országoknak.

A második empirikus rész tanulsága, hogy a kulturálisan és nyelvileg hasonló országokat tömörítő klaszterek főként egymás borait exportálják és importálják, ami különösen igaz a latin nyelvi klaszterek esetében. A múltbeli gyarmati viszony jól leképeződik a borkereskedelmi adatokon is, ezért a borok exportpiaci pozícionálásakor érdemesebb olyan országok piacaira szállítani, illetve az eladás ösztönözni, melyek az adott exportáló országhoz kulturálisan közel állnak és a köztük lévő földrajzi távolság is kisebb.

A harmadik modell tanulsága, hogy a nemzetközi borpiacok nem kompetitívek, a két legnagyobb piaci szereplő Franciaország és Olaszország képes árdiszkriminációt alkalmazni az exportpiacokon, ezért az árazásnál fontos e két ország árainak a figyelembe vétele. A kisebb borexportáló országok árai ugyanis inkább a világpiaci árak alapján határozhatók meg. Végül a valutaárfolyamok változásai aszimmetrikus mértékben befolyásolták az egyes borexport piacokat, így az árfolyammozgások jelentős mértékben eltéríthetik az exportált borok árait, az esetleges nyereséget is elnyelve.

A fent említett kutatási eredmények a borkereskedelem nemzetközi statisztikai elemzésével foglalkozó számos kutatóintézet – OIV, FAO, OECD – és szakértő számára hasznos következtetéseket és javaslatokat fogalmaz meg.

A kutatás korlátai és a jövőbeni kutatási irányok

A disszertációm során alkalmazott modellek több gazdasági előfeltevéssel és módszertani korláttal is éltek. Egyes bortermelő országok (például Brazília, Bosznia–Hercegovina) a függő változók adatainak kiegyensúlyozása során kimaradtak a panel adatbázisból.

A versenyképesség elemzésére alkalmazott Balassa-féle indexek módszertani korlátai, hogy nem veszik figyelembe az adott országok kormányzatainak kereskedelemkorlátozó intézkedéseit és az importkorlátozások befolyásoló erejét, így értékeik torzítottak lehetnek.

A komparatív előnyök elmélete ezen kívül az országok közötti homogén kereskedelmi áruforgalmat és a tökéletes verseny létét feltételezte a nemzetközi borpiacokon. Ezzel szemben, a piaci árazás (PTM) modellje alátámasztotta, hogy a nemzetközi borpiacok nem tökéletesek, inkább oligopolisztikus piaci struktúra jellemzi őket.

Továbbá meg kell említeni, hogy az itt bemutatott borkereskedelmi gravitációs modell is számos egyszerűsítést alkalmazott: a hiányzó kereskedelmi értékeket zéróként, egyes országok között szállított borászati termékeket szintén azonos termékcsoporthoz kezelte.

Ezen kívül érdemes megemlíteni, hogy rövid időintervallum esetén a panel egységgyök-tesztek eredményei kevésbé megbízhatók és magában rejtik annak a feltételezésnek a kockázatát is, hogy az egész panel adatbázis tartalmaz egységgyököt (*Baltagi, 2005*). A panel egységgyök tesztek összetettsége megköveteli a további módszerek és technikák alkalmazását.

A disszertációban szereplő modellek több jövőbeli kutatási irányt is kijelölnek. A versenyképességet befolyásoló tényezők és mélyebb összefüggések feltárása érdekében alacsonyabb aggregátsági szintű, regionális vagy borászatok szintjén végzett elemzések részletesebb képet nyújthatnának az egyes borpiaci szereplők kereskedelméről.

Az árdiszkriminációs modell egy lehetséges jövőbeli kutatási iránya az újvilági borexportáló országok (Egyesült Államok, Ausztrália, Új-Zéland, Argentína és Chile) árképzésének vizsgálata az európai uniós borpiacon, mely eredmények összevetése a meglévő eredményekkel további borpiaci összefüggéseket és új kutatási kérdéseket is kirajzolhatna.

4. FŐBB HIVATKOZÁSOK

- Aizenman, J., Brooks, E. (2008). Globalization and taste convergence: the cases of wine and beer. *Review of International Economics*, 16(2), pp. 217–233. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-9396.2007.00659.x>
- Alcalá, F. (2016). Specialization across goods and export quality. *Journal of International Economics*, 98, pp. 216-232. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jinteco.2015.09.005>
- Anderson, J. E. (1979). A theoretical foundation for the gravity equation. *American Economic Review*, 69(1), pp. 106-116. Elérhető: http://www.jstor.org/stable/1802501?seq=1#page_scan_tab_contents
- Anderson, J. E., van Wincoop, E. (2003). Gravity with gravitas: a solution to the border puzzle. *American Economic Review*, 93(1), pp. 170–92. <http://dx.doi.org/10.1257/000282803321455214>
- Anderson, J. E., van Wincoop E. (2004). Trade Costs. *Journal of Economic Literature*, 42(3), pp. 691-751. <https://doi.org/10.1257/0022051042177649>
- Anderson, K. (2013). Is Georgia the Next “New” Wine-Exporting Country? *Journal of Wine Economics*, 8(1), pp. 1-28 <http://dx.doi.org/10.1017/jwe.2013.7>
- Anderson, K., Norman, D. (2003). Global Wine Production, Consumption and Trade, 1961 to 2001: A Statistical Compendium, Centre for International Economic Studies, University of Adelaide.
- Anderson, K., Wittwer, G. (2013). Modeling Global Wine Markets to 2018: Exchange Rates, Taste Changes, and China’s Import Growth. *Journal of Wine Economics*, 8(2), pp. 131–158. <http://dx.doi.org/10.1017/jwe.2013.31>
- Bacchetta, M., Beverelli, C., Cadot, O., Fugazza, M., Grether, J-M., Helble, M., Nicita, A., Piermartini R. (2012). A practical guide to trade policy analysis. *World Trade Organisation and United Nation*, June 2012, Switzerland p. 106. Elérhető: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/wto_unctad12_e.pdf
- Bai, J., Ng, S. (2004). A PANIC attack on unit roots and cointegration. *Econometrica*, 72(4), pp. 1127-1177. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-0262.2004.00528.x>
- Baier, S. L., Bergstrand, J. H. (2009). Bonus vetus OLS: a simple method for approximating international trade-cost effects using the gravity equation. *Journal of International Economics*, 77(1), pp. 77–85. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jinteco.2008.10.004>
- Balassa, B. (1965). Trade liberalization and revealed comparative advantage. *Manchester School of Economic and Social Studies*, 33(2), pp. 99–123. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-9957.1965.tb00050.x>
- Ballance, R. H., Forstner, H., Murray, T. (1987). Consistency tests of alternative measures of comparative advantage. *The Review of Economics and Statistics*, 69(1), pp. 157-161. <http://dx.doi.org/10.2307/1937915>
- Baltagi, B. H. (2005). *Econometric analysis of panel data*. John Wiley & Sons Ltd, The Atrium, Southern Gate, Chichester, West Sussex, England

- Beck, N., Katz, J.N. (1995). What to Do (and Not to Do) with Time-Series Cross-Section Data. *American Political Sciences Review*, 89(3), pp. 634-647. <http://dx.doi.org/10.2307/2082979>
- Beck, N., Katz, J. N. (1996). Nuisance vs. Substance: Specifying and Estimating Time-Series Cross-Section Models. *Political Analysis*, 6(1), pp. 1-36. <http://dx.doi.org/10.1093/pan/6.1.1>
- Bergstrand, J. H. (1985). The gravity equation in international trade: some microeconomic foundations and empirical evidence. *The Review of Economics and Statistics*, 67(3), pp. 474-81. <http://dx.doi.org/10.2307/1925976>
- Bergstrand, J. H. (1989). The generalized gravity equation, monopolistic competition and the factor-proportions theory in international trade. *The Review of Economics and Statistics*, 71(1), pp. 143-53. <http://dx.doi.org/10.2307/1928061>
- Bianco D. A., Boatto V., Caracciolo F. (2013a). Cultural convergences in world wine consumption *FCA Uncuyo*. 45(2), pp. 219-231. *Elérhető:* <http://www.scielo.org.ar/pdf/refca/v45n2/v45n2a17.pdf>
- Bianco, D. A., Boatto, V., Estrella-Orregob, J., Gennari, A. (2013b). Is gravity pushing Argentinean wine exports? A gravity model applied to Argentinean wine. VDQS XX Enometrics Conference, Talca - Chile, September 2013, *Elérhető:* http://www.wineecoreports.com/Working_Papers/Abstract/WP_2013/DAL-BIANCO_ESTRELLA-ORREGO_BOATTO_GENNARI.pdf
- Bianco D., Boatto, A., Caracciolo, V. L. F., Santeramo, F. G. (2014). Tariffs and non-tariff frictions in the world wine trade. *European Review of Agricultural Economics* pp. 1-27 <http://dx.doi.org/10.1093/erae/jbv008>
- Bisson L. F., Waterhouse A. L., Ebeler S. E., M. Walker A., Lapsley J. T. (2002). The present and future of the international wine industry. *Nature* 418, 696-699 (8 August 2002), *Elérhető:* <http://www.nature.com/nature/journal/v418/n6898/full/nature01018.html>
- Boriraj, J. (2008). Analysing and Modelling International Trade Patterns of the Australian Wine Industry in the World Wine Market. Thesis, School of Applied Economics Faculty of Business and Law, Victoria University, Australia, August 2008, *Elérhető:* <http://vuir.vu.edu.au/2037/1/boriraj.pdf>
- Breitung, J. (2000). The local power of some unit root tests for panel data. *In Advances in Econometrics*, Volume 15: Nonstationary Panels, Panel Cointegration, and Dynamic Panels, ed. B. H. Baltagi, 161-178. Amsterdam: JAI Press. *Elérhető:* <http://mapageweb.umontreal.ca/perrob/breitung.pdf>
- Byrne, J. P., Chavali, A. S., Kontonikas, A. (2010). Exchange rate pass through to import prices: Panel evidence from emerging market economies. Business School - Economics, University of Glasgow, pp. 1-31. Working Paper 19. Available at https://ideas.repec.org/p/gla/glaewp/2010_19.html
- Cembalo, L., Caracciolo, F., Pomarici, E. (2014). Drinking cheaply: the demand for basic wine in Italy. *Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*, 58(3), pp. 374-391. <http://dx.doi.org/10.1111/1467-8489.12059>
- CEPII (2014). Centre de recherche français dans le domaine de l'économie internationale, "GeoDist and Language" adatbázisa *Elérhető:* www.cepii.fr, *Letöltés dátuma:* 2014/09/10

- Chaney, T. (2008). Distorted gravity: the intensive and extensive margins of international trade. *American Economic Review*, 98(4), pp. 1707–21. <http://dx.doi.org/10.1257/aer.98.4.1707>
- Choi, I. (2001). Unit root tests for panel data. *Journal of International Money and Finance*, 20(2), pp. 249–272. [http://dx.doi.org/10.1016/s0261-5606\(00\)00048-6](http://dx.doi.org/10.1016/s0261-5606(00)00048-6)
- Couillard, C., Turkina, E. (2014). Trade Liberalisation: The Effects of Free Trade Agreements on the Competitiveness of the Dairy Sector *The World Economy*, 38(6), pp. 1015-1033. <http://dx.doi.org/10.1111/twec.12181>
- Dascal, D., Mattas, K., Tzouvelekas, V. (2002). An Analysis of EU Wine Trade: A Gravity Model Approach *International Advances in Economic Research*, 8(2), pp. 135-147 <http://dx.doi.org/10.1007/bf02295344>
- De Sousa, J. (2014). International Economics Data and Programs Regional Trade Agreements *Elérhető: <http://jdesousa.univ.free.fr/data.htm#RegionalTradeAgreements> Letöltés dátuma: 10/01/2016*
- Eaton, J., Kortum, S., (2002). Technology, Geography, and Trade. *Econometrica*, 70(5), pp. 1741–1779. <http://dx.doi.org/10.1111/1468-0262.00352>
- European Central Bank (2015). Statistical Data Warehouse database. Reports, Statistics Bulletin, Exchange rates, Bilateral exchange rates. *Available on the Internet: <http://sdw.ecb.europa.eu/browseSelection.do?DATASET=0&FREQ=M&CURRENCY=&node=bbn233> Letöltés dátuma: 20/02/2015*
- Európai Bizottság (2014). Study on the competitiveness of European wines Final report. COGEA S.R.L. Represented by Francesca Antilici, October 2014, Rome, Italy. *Available on the Internet: www.enterprise-europe-erbsn.ro/download/1973/*
- EUROSTAT (2015). Nemzetközi kereskedelem adatbázisa, *Elérhető: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database> Letöltés dátuma: 2015/02/02*
- FAO (2014). Food and Agriculture Organization of the United Nations. FAOSTAT adatbázisa *Elérhető: <http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx> Letöltés dátuma: 2014/04/05*
- Fedoseeva, S., Werner, L. M. (2014). Questioning Pricing-to-Market Linearity: Partial Sum Decomposition Approach Applied to Beer Export EAAE 2014 Congress ‘Agri-Food and Rural Innovations for Healthier Societies’ August 26 to 29, 2014 Ljubljana, Slovenia, *Elérhető: http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/182784/2/Fedoseeva_Werner.pdf*
- Fertő, I., Pollmann, O., Podruzsik, Sz. (2013). Cultural Similarity, Communication Costs and Wine Trade in the European Union 7th AAWE Conference, Stellenbosch, South Africa 26-29 June 2013
- Filippaios, F., Rama, R. (2011). Cultural Distance and Internationalization: The World’s Largest Food and Drink Multinationals. *Agribusiness*, 27(4), pp. 399–419 <http://dx.doi.org/10.1002/agr.20283>
- Friberg, R., Paterson, R. W., Richardson, A. D. (2010). Why is there a Home Bias? A Case Study of Wine CEPR Discussion Paper No. DP7885 *Elérhető: http://www.eco.uc3m.es/temp/Friberg_enter.pdf*
- Goldberg, P. K., Knetter, M. M. (1997). Goods prices and exchange rates: What have we learned? *Journal of Economic Literature*, 35(3), pp. 1243. <http://dx.doi.org/10.3386/w5862>

- Griffith, G., Mullen, J. (2001). Pricing to market in NSW rice export markets *The Australian journal of agricultural and resource economics*, 45(3), pp. 323-334
<http://dx.doi.org/10.1111/1467-8489.00146>
- Halliday, J. (1994). A History of the Australian Wine Industry, Winetitles, Cowandilla SA.
- Harris, R. D. F., E. Tzavalis. (1999). Inference for unit roots in dynamic panels where the time dimension is fixed. *Journal of Econometrics*, 91(2), pp. 201-226.
[https://doi.org/10.1016/s0304-4076\(98\)00076-1](https://doi.org/10.1016/s0304-4076(98)00076-1)
- Head, K., Mayer, T. (2013). Gravity Equations: Workhorse, Toolkit, and Cookbook. CEPII Working Paper (Centre d'études prospectives et d'informations internationales) No 2013–27 September <http://dx.doi.org/10.1016/b978-0-444-54314-1.00003-3>
- Heckman, J. (1979). Sample selection bias as a specification error. *Econometrica*, 47(1), pp. 153-161 <http://dx.doi.org/10.2307/1912352>
- Helpman, E., Melitz, M., Rubinstein, Y. (2008). Estimating Trade Flows: Trading Partners and Trading Volumes. *Quarterly Journal of Economics*, 123 (2), pp. 441–487.
<http://dx.doi.org/10.1162/qjec.2008.123.2.441>
- Hoen, A. R., Oosterhaven, J. (2006). On the measurement of comparative advantage. *Annals of Regional Science*, 40(3), pp. 677–691. *Elérhető:* <http://dx.doi.org/10.1007/s00168-006-0076-4>
- Im, K., Pesaran, H., Shin, Y. (2003). Testing for unit roots in heterogeneous panels. *Journal of Econometrics*, 115(1), pp. 53–74. [http://dx.doi.org/10.1016/s0304-4076\(03\)00092-7](http://dx.doi.org/10.1016/s0304-4076(03)00092-7)
- Jin, H. (2008). Competitive structure of Canadian wheat exports in the world market. *Applied Economics Letters*, 15(13), pp. 1059-1064. <http://dx.doi.org/10.1080/13504850600993531>
- Kang, H., Fratianni M. (2006). International Trade, OECD Membership, and Religion, *Open Economies Review*, 17(4), pp. 493-508. <https://doi.org/10.1007/s11079-006-0361-y>
- Knetter, M. M. (1989): Price discrimination by US and German exporters. *American Economic Review*, 79(1), pp. 198-210. *Elérhető:* http://econpapers.repec.org/article/aeaarec/v_3a79_3ay_3a1989_3ai_3a1_3ap_3a198-210.htm
- Knetter, M. M. (1993). International comparisons of pricing-to-market behaviour. *American Economic Review*, 83(3), pp. 473-486. <http://dx.doi.org/10.3386/w4098>
- Krugman, P. (1987). Pricing to market when exchange rate changes. In Arndt, S.W. & Richardson, J. D. (eds), Real Financial Linkages Among Open Economies. Cambridge, MA and London: MIT Press, pp. 49-70. <http://dx.doi.org/10.3386/w1926>
- La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A., Vishny, R. (1999). The Quality of Government. *Journal of Law, Economics and Organization*, 15(1), pp. 222-279.
<http://dx.doi.org/10.3386/w6727>
- Labys, W. C., Cohen, B. C. (2004). Trends or Cycles in Global Wine Export Shares. Division of Resource Management Working Paper RESMWP-04-03, Paper prepared for the Oenometrics XI conference of the VDQS-AEA, Dijon France, May 20-22.
- Elérhető:*
http://www.ibrarian.net/navon/paper/TRENDS_OR_CYCLES_IN_GLOBAL_WINE_EXPO_RT_SHARES.pdf?paperid=8089296

- Levin, A., Lin, C.-F., Chu, C.-S. J. (2002). Unit root tests in panel data: Asymptotic and finite-sample properties. *Journal of Econometrics*, 108(1), pp. 1-24. [https://doi.org/10.1016/s0304-4076\(01\)00098-7](https://doi.org/10.1016/s0304-4076(01)00098-7)
- Lombardi, P., Dal Bianco A., Freda, R., Caracciolo, F. and Cembalo, L. (2016). Development and trade competitiveness of the European wine sector: a gravity analysis of intra-EU flows. *Wine Economics and Policy*, 5(1) pp. 50-59. <http://dx.doi.org/10.1016/j.wep.2015.12.002>
- Maddala, G. S., Wu, S. (1999). A comparative study of unit root tests with panel data and a new simple test. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 61(1), pp. 631–652. <http://dx.doi.org/10.1111/1468-0084.0610s1631>
- Morrison, A., Rabellotti, R. (2014). Gradual catch up and enduring leadership in the global wine industry. *American Association of Wine Economists Working paper No. 148 Business Elérhető: http://www.wine-economics.org/dt_catalog/aawe-working-paper-no-148-business/*
- OIV (2012). Organisation Internationale de la Vigne et du Vin *Vine and Wine Outlook 2010-2011*, p. 29, *Elérhető: <http://www.oiv.int/oiv/info/enstatistiquessecteurvitivinicole#bilan>* *Letöltés dátuma: 2014/11/28*
- OIV (2013). Organisation Internationale de la Vigne et du Vin *Vine and Wine Outlook 2008-2009*, p. 8-10. *Elérhető: <http://www.oiv.int/oiv/info/enstatistiquessecteurvitivinicole#bilan>* *Letöltés dátuma: 2015/11/28*
- OIV (2014). State of the vitiviniculture world market EN Press release OIV 10/11/14 *Elérhető: <http://www.oiv.int/public/medias/2231/en-press-release-oiv-10-11-14.pdf>* *Letöltés dátuma: 2015/11/10*
- OIV (2015). Organisation Internationale de la Vigne et du Vin Statistics *Elérhető: <http://www.oiv.int/en/databases-and-statistics/statistics>* *Letöltés dátuma: 2016/01/20*
- Pesaran, H. (2004). General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels, University of Cambridge Working Paper, 0435. *Elérhető: <http://www.econ.cam.ac.uk/research/repec/cam/pdf/cwpe0435.pdf>*
- Pesaran, M. H. (2007). A simple panel unit root test in the presence of cross-section dependence. *Journal of Applied Econometrics*, 22(2), pp. 265-312. <http://dx.doi.org/10.1002/jae.951>
- Pinilla, V., Serrano, R. (2008). The Agricultural and Food Trade in the First Globalization: Spanish Table Wine Exports 1871 to 1935-A Case Study. *Journal of Wine Economics*, 3(2), pp. 132-148 <http://dx.doi.org/10.1017/s1931436100001176>
- Ricardo, D. (1817). On the Principles of Political Economy and Taxation. London, Chapter 7 <http://dx.doi.org/10.1017/cbo9781107589421>
- Saghalian, S. H., Reed, M. R. (2004). Integrating Marginal Cost into Pricing-to-market Models for U.S. Agricultural Products. *Journal of the Canadian Agricultural Economics Society Agriculture, Food & Resource Issues*, 5, pp. 187-203 <http://dx.doi.org/10.1017/s1074070800021891>
- Santos, S. J. - Tenreyro, S. (2006). The log of gravity, *The Review of Economics and Statistics* 88: 641–58. <http://dx.doi.org/10.1162/rest.88.4.641>
- Sarker, R., Ratnasena, S. (2014). Revealed Comparative Advantage and Half-A-Century Competitiveness of Canadian Agriculture: A Case Study of Wheat, Beef and Pork Sectors.

- Canadian Journal of Agricultural Economics*, 62(4), pp. 519-544
<http://dx.doi.org/10.1111/cjag.12057>
- Thornton, J. (2013). *American Wine Economics: An Exploration of the U.S. Wine Industry Hardcover* University of California Press, Berkeley, California, pp. 357-359
<http://dx.doi.org/10.1017/jwe.2013.38>
- Tinbergen, J. (1962). *An Analysis of World Trade Flows, in Shaping the World Economy. Twentieth Century Fund*, New York <http://dx.doi.org/10.1002/tie.5060050113>
- Tomz, M., Goldstein, J. L., Rivers, D. (2007). Do we really know that the WTO increases trade? Comment. *American Economic Review*, 97(5), pp. 2005–2018
<http://dx.doi.org/10.1257/aer.97.5.2005>
- Tóth, J., Gál, P. (2014). Is the New Wine World more efficient? *Studies in Agricultural Economics* 116, 95-96. <http://dx.doi.org/10.7896/j.1411>
- USDA (2012). EU-27 Wine annual Report and Statistics USDA Foreign Agricultural Services Gain Report Global Agricultural Information Network, *Elérhető:*
http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Wine%20Annual_Rome_EU-27_3-1-2012.pdf *Letöltés dátuma: 2015/10/10*
- USDA (2015). Wine annual Report and Statistics 2015. USDA Foreign Agricultural Services Gain Report Global Agricultural Information Network
http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Wine%20Annual_Rome_EU-28_3-16-2015.pdf *Letöltés dátuma: 2016/23/10*
- Van Rooyen, J., Stroebel, L., Esterhuizen, D. (2010). Analysing Competitiveness Performance in the Wine Industry: The South African case. AARES conference, Adelaide, Australia, 7-9 February 2010, *Elérhető:* https://www.adelaide.edu.au/wine-econ/events/2030workshop/pubs/van_WC0210.pdf
- Vollrath, T. L. (1991). A theoretical evaluation of alternative trade intensity measures of revealed comparative advantage. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 130(2), pp. 263–279.
<http://dx.doi.org/10.1007/bf02707986>
- Wooldridge, J. M. (2002). *Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press. <http://dx.doi.org/10.1007/s00712-003-0589-6>
- World Bank (2014a). World Bank's World Integrated Trade Solution (WITS) adatbázisa *Elérhető:* <http://wits.worldbank.org/> *Letöltés dátuma: 2014/05/04*
- World Bank (2014b). World Development Indicators (WDI) adatbázisa *Elérhető:*
<http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators> *Letöltés dátuma: 2014/10/04*
- WTO (2014). World Trade Organisation Members and Observers: *Elérhető:* www.wto.org,
Letöltés dátuma: 2014/09/20
- Yu, R., Cai, J., Leung, P. S. (2009). The normalized revealed comparative advantage index. *Annals of Regional Science*, 43(1), pp. 267–282. <http://dx.doi.org/10.1007/s00168-008-0213-3>
- Yu, R., Cai, J., Loke, M. K., Leung, P. S., (2010). Assessing the comparative advantage of Hawaii's agricultural exports to the US mainland market. *Annals of Regional Science*, 45(2), pp. 473–485. <http://dx.doi.org/10.1007/s00168-009-0312-9>

5. A TÉMAKÖRREL KAPCSOLATOS SAJÁT PUBLIKÁCIÓK

Magyar nyelvű publikációk jegyzéke a témában

Tudományos könyv, könyvfejezet:

Balogh Jeremiás (2006): Az európai uniós tagság következményei a magyar szőlő- és borszektorban In: Tamás Csaba Gergely (szerk.) Magyarország és az Európai Unió: Díjnyertes pályaművek, 2005-2006. 259 p. Budapest: Országgyűlés Hivatala, 2006. pp. 17-67.

Konferencia részvétel és teljes tanulmány megjelenés:

Balogh Jeremiás Máté (2016): Minőségirányítási rendszerek a borágazatban. Taylor: gazdálkodás- és szervezéstudományi folyóirat: A Virtuális Intézet Közép-Európa Kutatására Közleményei (8/2):23 pp. 79-86. ISSN 2064-4361, *Elérhető:* <http://vikek.hu/wp-content/uploads/2016/05/Taylor2016.2.számNo23.pdf>

Balogh Jeremiás (2014): Mi befolyásolja a tradicionális és az újvilági bortermelő országokban a nemzetközi borkereskedelmi versenyképességet? LVI. Georgikon Napok. Konferencia 2014.10.01-2014.10.02. Pannon Egyetem Georgikon Kar, Keszthely, pp. 35-47., ISBN 978-963-9639-60-7, *Elérhető:* http://napok.georgikon.hu/cikkadatbazis/cikkek-2012/cat_view/3-cikkadatbazis/24-2014/27-ix-szekcio-szoleszet-boraszat

Referált szakmai folyóirat:

Balogh Jeremiás Máté (2016): A földrajzi távolság, a kulturális hasonlóság és a szabadkereskedelem hatása a borkereskedelemre. *Közgazdasági Szemle* 63:(7-8), pp. 858-881.

Balogh Jeremiás Máté (2016): A versenyképesség meghatározó tényezői a borágazatban. *Statisztikai Szemle* 94:(3), pp. 279-299.

Balogh Jeremiás Máté (2015): A borkereskedelem versenyképességének elemzése a hagyományos és az újvilági bortermelő országokban. *Gazdálkodás* 59:(5), pp. 475-487.

Balogh Jeremiás (2006): A magyar szőlő- és borágazat versenyképessége. *Gazdaság és Statisztika* 18:(5), pp. 55-73.

Idegen nyelvű publikációk jegyzéke a témában

Tudományos könyv, könyvfejezet:

Jeremiás Balogh (2015) What role geographical distances and cultural proximity play in bilateral wine trade of Hungary? In: Erzsébet Hetesi, Zsófia Vas (szerk.) *New Ideas in a Changing World of Business Management and Marketing*. Konferencia helye, ideje: Szeged, Magyarország, 2015.03.19-2015.03.20. Szeged: University of Szeged, Doctoral School of Economics, 2015. pp. 35-45. ISBN 978-963-306-385-9, *Elérhető:* <http://www.eco.u-szeged.hu/download.php?docID=46191>

Konferencia részvétel és teljes tanulmány megjelenés:

Balogh Jeremiás Máté, Jámbor Attila (2016) On the Duration of Comparative Advantages of Top European Wine Producers XXIII Enometrics Conference, Colmar, France May 25-28, 2016, Colmar, France. *Elérhető:* http://www.vdqs.net/2016Colmar/documents/publications/text/BALOGH_JAMBOR.pdf

Jeremiás Balogh, Imre Fertő (2015): Drivers of Export Competitiveness in Wine Sector. 29th ICAE Conference, August 9-14, 2015, Milan, Italy *Elérhető:* <http://ageconsearch.umn.edu/handle/211197>

Referált szakmai folyóirat:

Balogh Jeremiás, Jámbor Attila (2016): Determinants of revealed comparative advantages: the case of European cheese trade. *Acta Alimentaria*, Akadémia Kiadó Paper on-line.

Attila Jambor, Jeremias Balogh, Peter Kucsera (2016): Country and industry specific determinants of intra-industry agri-food trade in the Baltic Countries. *Agricultural Economics Czech*. 62:(6) pp. 280-291.

Imre Fertő, Szilárd Podruzsik, Jeremiás Balogh (2016) Intra-industry trade in the wine sector in the enlarged European Union. *Review of Agricultural, Food and Environmental Studies* pp. 1-14.

Balogh Jeremiás Máté (2015): Investigating the effect of geographical distances and cultural proximity on the Hungarian wine trade. *Society and Economy* 37:(4) pp. 513–529

Balogh Jeremiás (2014): The evaluation of competitiveness of the Hungarian wine sector. *Tér–Gazdaság–Ember*. 2(4), pp. 33-46. *Elérhető:* http://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/folyoirat/TGE_II_evf04.pdf

Műhelytanulmány:

Imre Fertő, Jeremiás Máté Balogh (2016): Are the major European wine exporters able to price discriminate across their EU extra wine export destinations? MTA Discussion papers MT-DP – 2016/24

Elérhető: <http://www.econ.core.hu/file/download/mtdp/MTDP1624.pdf>