

A magyar élelmiszerek versenypozíciójának alakulása az Európai Unió piacán

Development of Competitive Position of the Hungarian Agri-Food Products on the Market of the European Union

Bozsik Norbert – Magda Róbert

https://doi.org/10.47707/Kulugyi_Szemle.2021.2.8

Összefoglaló: A cikk Magyarország (illetve az Európai Unió) és Kína közötti élelmiszer-kereskedelem alakulását elemzi, továbbá a magyar élelmiszereknek az EU piacán való versenyképességét értékeli. A 2004–2019-es időszakra vonatkozó adatok az Európai Bizottság Comext adatbázisán alapulnak. Az élelmiszerek versenyképességének értékeléshez a CMS, valamint az ár- és minőség-versenyképességi módszert alkalmaztuk. Az uniós élelmiszer-kereslet jelentősen megnőtt 2004 óta, vagyis igen erőteljes piacnagysághatás volt tapasztalható. Emellett a magyar élelmiszerek versenyképessége is számottevően javult. Mindezek eredményeként a magyar élelmiszerexport a 2004–2006-os évek átlagához képest négy milliárd euróval növekedett a 2017–2019-es időszakra. Az elemzés értékelése szerint két termékcsoport tartozik a sikeres minőségi verseny szegmensébe: a hús és húskészítmények, valamint a cukor és cukorkészítmények. A sikeres árverseny kategóriába pedig a gabona és gabonakészítmények termékcsoport sorolható. A Kínával folytatott magyar élelmiszer-kereskedelem 2004 és 2013 között deficitet mutatott, míg 2014-től 2016-ig az egyenleg növekvően szufficitessé vált, és elérte az 51,5 millió eurós aktívumot. A többlet azonban 2019-re lenullázódott.

Journal of Economics Literature (JEL-) kódok: F14, L16, Q17

Kulcsszavak: ár- és minőségverseny, élelmiszer-kereskedelem, Európai Unió, versenyképesség

Abstract: *The article analyses the development of food trade between Hungary (the European Union) and China; it also evaluates the competitiveness of Hungarian food products on the EU market. The data came from the Comext database of the European Commission, regarding the period between 2004 and 2019. To evaluate the competitiveness of agri-food product groups the CMS*



and price–quality method was chosen. The EU countries' demand for food has grown significantly since 2004, with a very strong market size effect. In addition, the competitiveness of Hungarian food has considerably improved. As a result, Hungarian food exports increased by four billion euros for the period 2017–2019 compared to the average of 2004–2006. Based on the analysis, two of the Hungarian food product groups belonged to the successful quality competition segment: meat and meat preparations as well as sugar and sugar preparations. Successful price competition segment encompassed the group of cereals and cereal preparations. Hungarian food trade with China showed a deficit between 2004 and 2013, but from 2014 the balance showed an increasing surplus until 2016, reaching 51.5 million euros. However, the surplus was zeroed by 2019. Journal of Economics Literature (JEL) codes: F14, L16, Q17

Keywords: *price–quality competition, agri–food trade, European Union, competitiveness*

Bevezetés

Magyarország a kedvező természeti adottságainak köszönhetően kiváló beltartalmú élelmiszereket állít elő, amelyek külföldön is kedveltek. Az élelmiszeripar hazánk egyik legjelentősebb gazdasági ágazata: az élelmiszer, ital- és dohánytermékek gyártása a teljes feldolgozóipari kibocsátás mintegy 10 százalékát teszi ki, s ezzel azon belül jelenleg a harmadik legnagyobb súlyú ágazat, ami jól mutatja a kiemelkedő jelentőségét. Az ágazat a foglalkoztatásban is igen nagy jelentőséggel bír. Az élelmiszeripar pozitív külkereskedelmi mérlege fontos szerepet játszik a magyar gazdaság külkereskedelmi egyenlegének a stabilizálásában. Az EU-csatlakozás adta új kereskedelmi lehetőség és feltételrendszer komoly hatást gyakorolt a hazai termelők, feldolgozók, értékesítők és fogyasztók helyzetére (Vásáry, Kránitz, Vasa és Baranyai, 2013; Vásáry és Vasa, 2015). Az összes kereskedelmi akadály megszűnésével az élelmiszeripari termékeink ma már korlátlanul kerülhetnek be a 450 milliós belső piacra. Érthető tehát, hogy az ágazat kereskedelmi forgalma az Európai Unió révén jelentősen megnőtt 2004 óta. Azonban a kereskedelmi liberalizációval együtt a verseny is erősödött. Különösen, ha figyelembe vesszük, hogy a 2004-es

csatlakozás során több közép- és kelet-európai ország is számottevő mezőgazdasági és élelmiszeripari potenciállal rendelkezett. Nem véletlen tehát, hogy az ágazat külkereskedelmi helyzete felemás képet mutat. A tanulmány az élelmiszeripari termékeink európai uniós piaci pozíciójának az alakulását veszi górcső alá.

Az élelmiszer-gazdaság helyzete Magyarországon

A rendszerváltástól az EU-csatlakozásig eltelt időszakban az agrárium helyzetét alapvetően negatív tendenciák jellemezték. Az 1990-es évektől a mezőgazdaság és az élelmiszeripar részaránya folyamatosan csökkent mind a foglalkoztatásban, mind a bruttó hazai termék termelésében. Jól érzékelteti a visszaesést az a tény, hogy például a mezőgazdasági művelés alatt álló terület az 1985. évi 6,5 millió-ról 2015-re 5,3 millió hektárra szűkült, a mezőgazdaságnak, az erdőgazdálkodásnak és a halászatnak a GDP-hez viszonyított együttes részaránya pedig 16-ról (1985) 4,4 százalékra (2015) csökkent (Magda, 2017). Miközben a termőföld az az erőforrás, amely az élelmiszertermelés alapja, és hazánk természeti erőforrásainak a kétharmadát, a nemzeti vagyonnak pedig több mint egyötödét adja (Magda, 2010).

Az EU-csatlakozás egyik legnagyobb vesztese eleinte azonban éppen az élelmiszeripar lett: több mint 20 százalékkal esett vissza a teljesítménye. Ennek egyik oka, hogy az iparág beszorult *a jobb érdekérvényesítő képességgel rendelkező mezőgazdaság és a koncentrált, erős alkupozícióban lévő kereskedelem közé, ezért az ártárgyalásokból folyamatosan rosszul került ki*. A másik probléma pedig a támogatások folyamatos csökkenése volt. Míg a csatlakozás előtt az agrárgazdasági támogatások közel 15 százaléka az élelmiszeriparhoz került, ez az arány 2012-re 1,05 százalékra esett vissza (Kápronczi, 2017).

Napjainkban az élelmiszer-gazdaság termelési értéke mintegy 3300 milliárd forint (2019), ami a teljes ipari kibocsátás 9 százalékát teszi ki. Az élelmiszeriparon belül az élelmiszergyártás a meghatározó, amely a teljes termelési érték 84 százalékát, míg az ital gyártása 15, a dohánytermékeké pedig 1 százalékát adja. Az



élelmiszer értékesítésének kb. 60 százaléka belföldre, 40 százaléka exportra történik. A magyar élelmiszeriparban foglalkoztatottak száma a nemzetgazdaság egészéhez viszonyítva meglehetősen stabilnak mondható: mintegy 140 ezer fő. Az iparág főbb jellemzőit az 1. táblázat mutatja.

Az élelmiszeripar és a mezőgazdaság gazdasági-társadalmi jelentősége lényegesen nagyobb annál, mint amit a rájuk jellemző GDP- és foglalkoztatási adatok mutatnak. Ebben az agrobiznisz játszik meghatározó szerepet, amely az élelmiszeripart inputokkal ellátó ágazatok – a mezőgazdaság, az élelmiszer-gazdaság –, illetve a felvevő ágazatok tevékenységét foglalja magában (Nagy, 2019).

Az agrobiznisz kibocsátása 2019-ban 11.685 milliárd forint, a bruttó hozzáadott értéke 3919 milliárd forint volt, így az előbbi alapján 15,4, a hozzáadott érték szerint 12,0 százalékot tett ki a súlya a nemzetgazdaságban. A munkaerőpiacon betöltött szerepe is kiemelkedő: 592 ezer fő, azaz a foglalkoztatottak 13,6 százaléka vesz részt benne.

Anyag és módszer

A versenyben való helytállás képességét, illetve magát a sikerességet jelentő versenyképesség a közgazdasági kutatások egyik legfontosabb vizsgálati területe. Versenyképesek vagyunk, ha a vevői igényeket (ár, minőség, mennyiség) úgy tudjuk kielégíteni, hogy közben egyúttal folyamatosan profitunk keletkezik, ami biztosítja a vállalatunk prosperitását. A szakirodalomban azonban nincs egyetértés a versenyképesség definiálása és pontos mérése tekintetében (Latruffe, 2010).

A nemzetközi versenyképesség jellemzőit négy nemzeti „képesség” alapján sorolhatjuk be és határozhatjuk meg:

- a külpiacon történő értékesítés képessége (*ability to sell*);
- a reáljövedelmek növelésére irányuló képesség (*ability to earn*);
- a dinamikus alkalmazkodóképesség (*ability to adjust*);
- a mobil termelési tényezők vonzásának képessége (*ability to attract*).

1. táblázat¹

Az élelmiszer-gazdaság szerepe a magyar nemzetgazdaságban

| Év | Az élelmiszeripar | | | Az élelmiszerek, italok és dohány | | | Fogyasztói árindex (előző év=100%) | |
|-------------|-------------------------|---------------|----------------------|-----------------------------------|------------------|------------------------------------|------------------------------------|-------|
| | a foglalkoztatásban (%) | a GDP-ben (%) | a beruházásokban (%) | részesedés | | kereskedelmi mérlege (milliárd Ft) | | |
| | | | | a fogyasztásban (%) | az exportban (%) | | | |
| | | | | | | | folyó áron | |
| 2004 | 3,6 | 2,4 | 3,7 | 26,1 | 6,0 | 223,1 | 106,5 | 106,8 |
| 2005 | 3,6 | 2,3 | 3,6 | 25,1 | 5,8 | 181,1 | 102,5 | 103,6 |
| 2006 | 3,6 | 2,2 | 3,1 | 25,8 | 5,5 | 214,8 | 107,7 | 103,9 |
| 2007 | 3,4 | 2,0 | 3,2 | 24,2 | 6,3 | 360,5 | 111,5 | 108,0 |
| 2008 | 3,3 | 1,9 | 2,5 | 27,1 | 6,7 | 373,4 | 110,2 | 106,1 |
| 2009 | 3,5 | 2,2 | 2,5 | 28,0 | 7,2 | 347,6 | 104,4 | 104,2 |
| 2010 | 3,5 | 2,0 | 3,0 | 27,5 | 6,9 | 464,2 | 103,2 | 104,9 |
| 2011 | 3,3 | 1,9 | 3,3 | 28,5 | 7,2 | 594,9 | 106,6 | 103,9 |
| 2012 | 3,3 | 1,9 | 2,8 | 26,8 | 10,1 | 764,9 | 105,9 | 105,7 |
| 2013 | 3,4 | 2,0 | 2,6 | 27,7 | 9,8 | 814,4 | 102,8 | 101,7 |
| 2014 | 3,5 | 2,0 | 2,9 | 28,6 | 9,1 | 733,0 | 99,6 | 99,8 |
| 2015 | 3,3 | 1,9 | 2,3 | 29,3 | 8,7 | 733,7 | 100,9 | 99,9 |
| 2016 | 3,3 | 1,9 | 3,7 | 29,6 | 8,6 | 644,8 | 100,7 | 100,4 |
| 2017 | 3,2 | 1,8 | 3,0 | 28,6 | 8,8 | 753,6 | 102,8 | 102,4 |
| 2018 | 3,3 | 1,8 | 2,7 | 28,7 | 8,3 | 671,5 | 104,2 | 102,8 |
| 2019 | 3,2 | 1,9 | 2,9 | 29,2 | 8,4 | 689,3 | 105,3 | 102,9 |

1 Forrás: Központi Statisztikai Hivatal, 2020.



A külpiaconorientált koncepció három alapvető elemet tartalmaz. Egyrészt egy ország versenyképessége az összes vállalata versenyképességi összegét jelenti; másrészt a fogalmon az adott államnak azt a képességét értjük, hogy termékeket tud exportálni más piacokra; harmadrészt pedig a versenypozíció nem egyetlen időpont, hanem időszaki változás alapján ítélt meg. Hazánk versenypozícióját ilyen módon két tényező határozza meg: az ár- és a nem árjellegű versenyképessége (Juhász és Hartmut, 2012).

Az elemzések 2004–2019 időszakra vonatkozó adatai az Európai Bizottság Comext adatbázisán alapulnak. Ezen belül az Egyesült Nemzetek SITC (*standard international trade classification*) osztályozási rendszere termékcsoportok szintjén tartalmazza az export- és importadatokat. Az adatbázis mind mennyiségi, mind értékalapon közli a belső (*intern*) és a külső (*extern*) kereskedelmi adatokat. A tanulmány során az „élelmiszerek” kifejezés alatt az élelmiszert, az italokat és a dohányt, illetve dohányárúkat értjük.

Az élelmiszeripari termékek külpiacon versenyképességének az értékelésére kétféle elemzési módszert alkalmaztunk: a CMS modellt, illetve az ár- és minőség-versenyképességi módszert.

A magyar élelmiszerexport értékelése a konstans piaci részesedés elemzése (CMS modell) alapján

A termék külpiacon versenyképessége változásának a mérésére az ún. CMS (*Constant Market Share Analysis*) módszer szolgál, amelyet Heinrich Tyszinski (1951) alkalmazott először. E módszer alkalmas a piaci részesedés három strukturális komponensének – nevezetesen: a piacnagysághatásnak, a piacösszetétel-hatásnak és a versenyhatásnak – a meghatározására (Ahmadi-Esfahani, 1995; Fertő, 2004). Az első két tényező exogén jellegű, tehát nem befolyásolható, viszont a harmadik elem – a versenyképességi hatás – endogén jellegű, így megfelelő ágazati politikával javítható.

A *piaci nagyság hatása* a célpiac felvevőképességének a változását mutatja, amely változatlan piaci részesedés mellett is módosíthatja a

célpiacra irányuló termék exportját. Megmutatja, hogy ha az exportáló ország piaci részesedése az adott termékből az adott célpiacon nem változik bizonyos időszak alatt, akkor a célpiac importnövekedéséből adódóan mennyit változhat a kiválasztott ország teljes exportja.

A piaci összetétel hatása az exportáló ország versenyképességének és a célpiaci importszerkezet változásának az együttes eredményeit indikálja. A pozitív érték azt mutatja, hogy olyan termékcsoportban nőtt a célpiacra irányuló export, amelynek az ott elért összegáztatnál nagyobb volt a részesedése a bázisidőszakban.

A versenyképességi hatás a kivitelben történt változást az exportáló ország versenyképességének a javulására vagy romlására vezeti vissza. Az az érték, amit akkor kapunk, ha a tárgyidőszakban létrejött exportból kivonjuk azokat a részösszegeket, amelyeket minden egyes árucsoportban akkor kaptunk volna, ha az exportpiaci részesedés nem változott volna meg, a reziduális összeg. A pozitív érték azt jelenti, hogy a termékpiacon versenyképesebb lett az adott ország, mint a konkurensei, és ezzel növelte az összexportját.

Az exportváltozás az alábbiak szerint bontható fel a három komponensre. A változást (a növekményt vagy csökkenést) Δ -val jelölve:

$$\Delta X_i = \sum_j \Delta x_j = \sum_j x_j (\Delta M / M) + \sum_j x_j [\Delta M_j / M_j] - (\Delta M / M) + \sum_j x_j [\Delta x_j / x_j] - (\Delta M_j / M_j)$$

ahol i az országot; j a termékcsoportot; x az exportot; M pedig a külső piac keresletét, vagyis az importot jelöli. X_{ij} az ország termékcsoportjának exportját; M_j pedig j termékcsoport összes importját jelöli.

A képletben az első tag,

$$\sum_j x_j (\Delta M / M)$$

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

$$\sum_j x_j [\Delta M_j / M_j] - (\Delta M / M)$$



adja meg a „strukturális hatást”, vagyis a piacösszetétel-hatást; végül a harmadik tag („maradéktag”),

$$\sum_j x_j [\Delta x_j / x_j] - (\Delta M_j / M_j]$$

a versenyképességi (kompetitív) hatást mutatja (Chen és Duan, 2000; Oblath és Péntes, 2004).

Megjegyzendő, hogy a CMS modell eredményei érzékenyek a bázisév megválasztására és a termékesoport aggregáltságára is (Jepma, 1986).

Az ár- és minőség-versenyképességi módszer

A magyar élelmiszerek európai uniós versenyképességének a megítéléséhez az ár- és minőség-versenyképességi módszert alkalmaztuk. A módszer kidolgozója, Karl Aiginger (1997) arra kereste a választ, hogy egy ország külpiazi teljesítményét vajon az árjellegű (pl. alacsonyabb költség) vagy a nem árjellegű versenyképességi tényezők (pl. minőség) határozzák-e meg. A módszer az export- és az importegységértékeken alapszik, és annak megfelelően szegmentálja a piacokat, illetve tesz különbségeket a tekintetben, hogy a kereskedelem alakulása az ár- vagy a minőségi versenyképességen alapul-e.

Azokon a piacokon, ahol az árversenyképesség a meghatározó, a termékek homogének, a termelés technológiája nem országspecifikus. E termékeknel az egységérték alakulása az átlagköltséggel van szoros összefüggésben. Azok az országok, ahol a költségek alacsonyabbak, nettó exportőrök, ahol magasabbak, nettó importőrök. Azokon a piacokon pedig, ahol a minőség és a termékinnováció válik a fontosabb versenyképességi tényezővé, a magasabb költség nyilvánvalóan magasabb egységértéket eredményez, s magasabb piaci árat tesz lehetővé. Ez esetben egy ország a jobb termékminőségnek köszönhetően a magasabb egységérték ellenére is nettó exportőrré válhat (Aiginger, 1998).

Az elemzés egyik fontos alapfeltétele az ágazaton belüli kereskedelem megléte, annak hiányában ugyanis nem lehet értékelni az ár- és a minőség-versenyképességet. Az export- és az importegységértékek kiszámítása az alábbi képlet alapján történik:

$$UV_{kk'}^{ex(im)} = \sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n \frac{V_{ij}^{ex(im)}}{Q_{ij}^{ex(im)}} \cdot \frac{V_{ij}^{ex(im)}}{\sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n V_{ij}^{ex(im)}}$$

ahol $UV_{kk'}^{ex(im)}$ a k termékcsoport exportjának (importjának) egységértéke a magyar külkereskedelemben egy országgal vagy országcsoporttal (itt: az Európai Unióval);

$V_{ij}^{ex(im)}$, $Q_{ij}^{ex(im)}$ a magyar export (import) i termékének értéke, mennyisége j országba (-ból);

i a termék 6 számjegyig részletezve, a harmonizált rendszer (HR) szerint; n a termékek száma k termékcsoportban; j az adott ország; m az országok száma k' termékcsoportban.

Az export- és importegységértékek különbsége, illetve a külkereskedelmi egyenleg alapján négy kategória különíthető el (Bojnec és Fertő, 2008):

- sikertelen minőségi verseny esetén a termékcsoportot a kereskedelmi mérleg deficitje és az importegységértéknél magasabb exportegységérték jellemzi ($X_j < M_j$, $UV^x > UV^m$);
- sikeres minőségi verseny esetén a termékcsoportot a kereskedelmi mérleg szufficitje és az importegységértéknél magasabb exportegységérték jellemzi ($X_j > M_j$, $UV^x > UV^m$);
- sikertelen árverseny esetén a termékcsoportot a kereskedelmi mérleg deficitje és az exportegységértéknél magasabb importegységérték jellemzi ($X_j < M_j$, $UV^x < UV^m$);
- sikeres árverseny esetén a termékcsoportot a kereskedelmi mérleg szufficitje és az exportegységértéknél magasabb importegységérték jellemzi ($X_j > M_j$, $UV^x < UV^m$) (2. táblázat).



2. táblázat²
Statikus versenyképességi mátrix

| Az export- és importegységérték viszonya | Nettó export ($X_j - M_j$) | |
|--|---------------------------------------|--------------------------------------|
| | $X_j < M_j$ (kereskedelmi deficit) | $X_j > M_j$ (kereskedelmi szufficit) |
| $UV^x > UV^m$ | Sikertelen minőségi verseny (1) | Sikeres minőségi verseny (2) |
| $UV^x < UV^m$ | Sikertelen árverseny (3) | Sikeres árverseny (4) |

Az ár-, illetve minőségi versenyre vonatkozó négy kategória a kétirányú kereskedelemre alkalmazható, mivel kielégítik az egységértékek közötti különbség és a kereskedelmi egyensúly szimultán feltételeit egy adott termék esetében. Fontos megjegyezni, hogy a „minőségi” jelző itt nem a technológiai értelemben vett jobb vagy rosszabb minőséget jelenti, hanem azt, hogy a magasabb ár jobb minőséget feltételez.

Eredmények

Az élelmiszeripar teljesítménye az utóbbi években pozitív képet mutat, hiszen mind a termelés, mind az értékesítés jelentősen javult. Ez a kedvező folyamat elsősorban az export bővülésének köszönhető, emellett azonban a belföldi értékesítés is emelkedett. Továbbra is elmondható, hogy az ágazat főként a belföldi piacra termel, oda irányul az eladások közel 60 százaléka; többéves távlatban ugyanakkor egyértelműen növekszik az export részesedése.

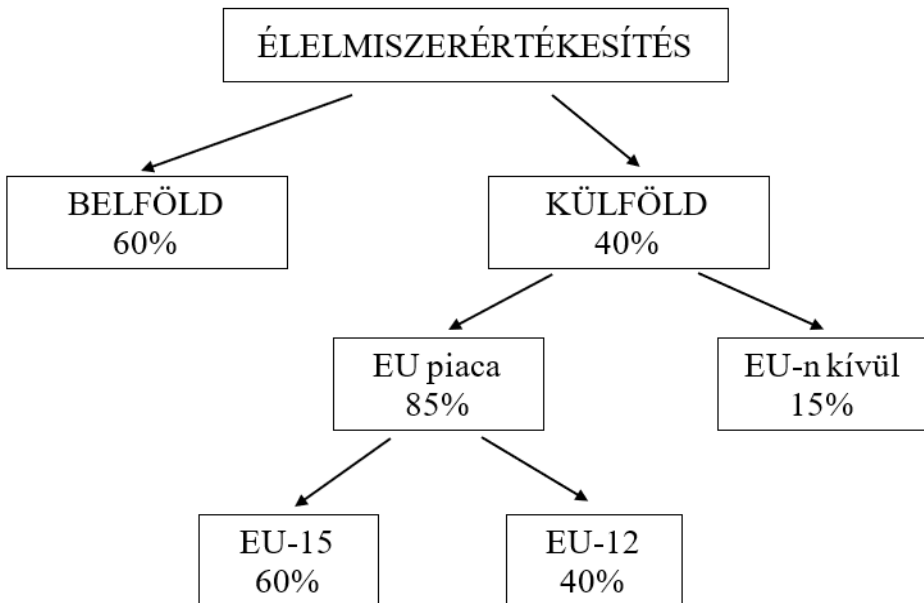
2 Forrás: Poór (2010) alapján saját szerkesztés.

Magyarországnak az Európai Unióval folytatott élelmiszer-kereskedelme

Az EU-csatlakozás után az élelmiszer-kereskedelmi forgalom sokkal dinamikusabban alakult az új tagállamokkal (EU-12), mint a régiekkel (EU-15). Míg az utóbbiak irányába 2004-ben 70 százalék volt az élelmiszerexport aránya, addig 2019-ben már csak 60 százalék, ugyanebben az időszakban az EU-12-ek felé irányulóé viszont 30-ról 40 százalékra emelkedett (1. ábra).

1. ábra³

A magyar élelmiszeripar értékesítési szerkezete (2019)



Magyarország külkereskedelme az EU-csatlakozás óta jelentősen megnövekedett. Az összes kivitelünk a 2004. évi 44,6 milliárdról 2019-re 102,9 milliárd euróra emelkedett. Ugyanezen időszak alatt az élelmiszerexportunk ennél jobban, 2,67 milliárdról 6,71 milliárd

3 Forrás: saját szerkesztés.



euróra nőtt, ami 151 százalékos emelkedést jelent. Kevésbé kedvező azonban az a tény, hogy az élelmiszerimport oldalán is jelentős növekedés volt tapasztalható. E téren a teljes behozatalunk 2004-ben még „csak” 1,8 milliárd eurót tett ki, ez az érték azonban 2019-ben már 5,7 milliárd euróra kúszott fel. Exportpiacainkra az erős és egyre erősödő Európa-centrikusság jellemző. A magyar élelmiszerek nehezen kerülnek be az USA, Kína vagy India piacaira, ráadásul a legdinamikusabban növekvő agrárpiaci felvevő képességű délkelet-ázsiai térség is csaknem kimarad az exportpiacaink közül (Juhász és Hartmut, 2012).

A fő élelmiszerpiacunk már a csatlakozáskor is az Európai Unió volt, azóta azonban már arányaiban is egyre inkább így van. A vizsgált időszak alatt az uniós élelmiszerexport 2,1 milliárdról 6,1 milliárd euróra nőtt, míg az élelmiszerimport 1,5 milliárdról 4,8 milliárd euróra emelkedett. A külkereskedelmi egyenlegünk az EU-csatlakozás óta mindig pozitív volt, de a 2013. évi 2 milliárd eurós többlet 2019-re 1,3 milliárdra csökkent (2. ábra).

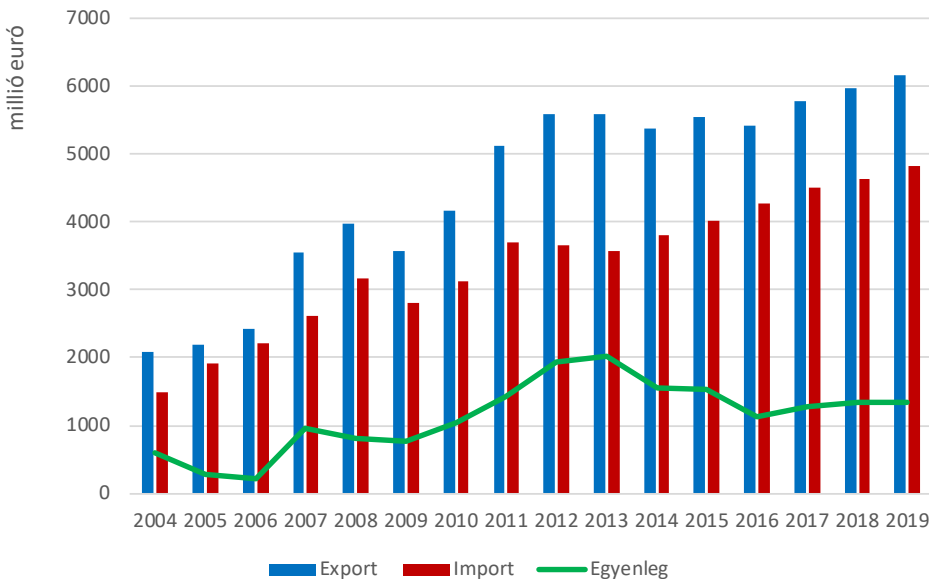
Az élelmiszeripari szakágazatok többsége számára az értékesítés terén a belföldi piac a meghatározó, tízben viszont az export adja több mint felét. Ide tartozik a hobbiállat-eledel gyártása; a tea- és kávéfeldolgozás; a máshova nem sorolható (egyéb) élelmiszer előállítása; a homogenizált diétás ételek készítése; az egyéb gyümölcs- és zöldségfeldolgozás, illetve -tartósítás; a dohánytermékgyártás; a gyümölcs- és zöldséglé-előállítás, a háztartási olaj gyártása; az édességipari termelés; valamint a készételek előállítása (Nagy, 2019).

A hazai élelmiszerek versenyképességének értékelése során figyelembe kell venni egy fontos gyakorlati szempontot. A vizsgált termékcsoportoknak a teljes élelmiszerexporton belüli súlya igen eltérő, a kivitelünk erősen koncentrált. Az export közel egynegyedét a gabona, illetve a gabonakészítmények adják (22,11%). Nem véletlenül, hiszen a magyar mezőgazdaság adottságai, hagyományai, komparatív előnyei mellett az uniós közös agrárpolitika (KAP) révén kapott támogatás és a kiegészítő (agrár-) támogatás (top-up rendszer) is ezt az ágazatot preferálja (Hegedűs és Kiss, 2015). A jelentősebb export termékcsoportok közé tartoznak még a hús és húskészítmények (16,83%), a zöldségfélék és a gyümölcsök (13,91%), valamint az állati takarmányok

(12,53%). E négy termékcsoport teszi ki az export értékének mintegy kétharmadát (65,38%) (3. ábra).

A KAP átvételével az egyes ágazatok versenyhelyzete megváltozott. A hús és húskészítmények, illetve a zöldség és gyümölcs kivitele arányaiban jelentősen visszaesett (de az export értéke nőtt). A gabona és gabonakészítmények (főleg a kukorica, a búza és az olajmagvak), az állati takarmányok (amelyek kétharmada azonban hobbiállat-élede) és az egyéb, táplálkozásra alkalmas termékek és készítmények exportja arányaiban jelentősen emelkedett. Az élelmiszerimportunk diverzifikáltabb, mint az exportunk (amely erősen a húsról és a gabonára koncentrált).

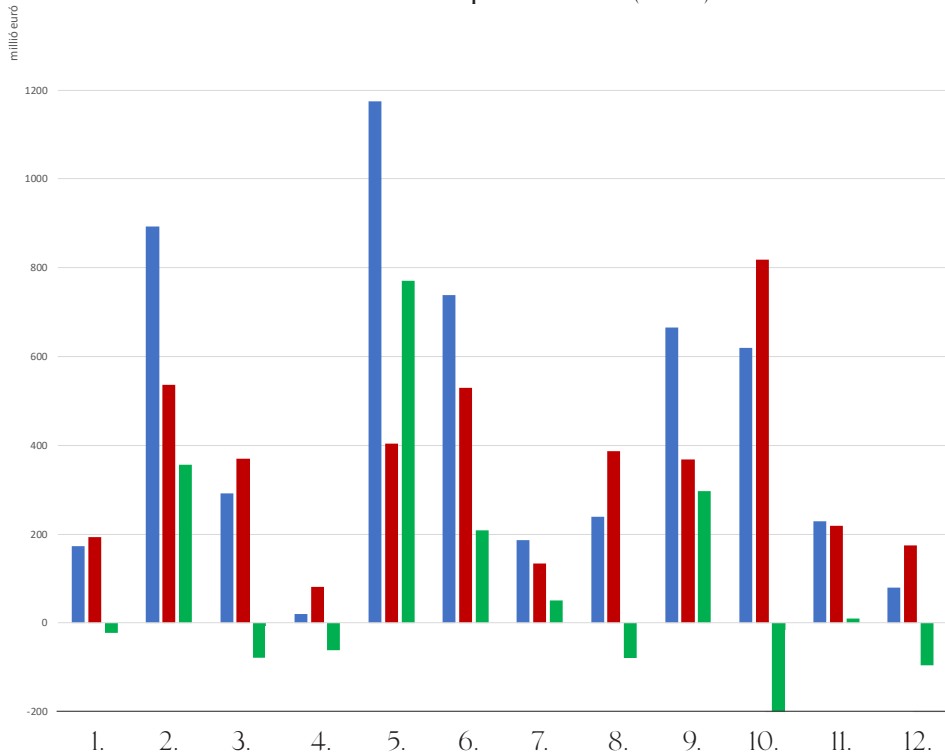
2. ábra⁴
A magyar élelmiszer-kereskedelem alakulása az Európai Unióval (2004–2019)



4 Forrás: Az Eurostat (2020) adatai alapján saját szerkesztés.



3. ábra⁵
Magyarország és az Európai Unió közötti élelmiszer-kereskedelem
a főbb termékcsoportonként (2019)



Megjegyzés: 1. élő állat; 2. hús, húskészítmények; 3. tejtermékek, tojás; 4. hal, rák, puhatestűek; 5. gabona, gabonakészítmény; 6. zöldségféle és gyümölcs; 7. cukor, cukorkészítmény, méz; 8. kávé, tea, kakaó, fűszer; 9. állati takarmány; 10. egyéb, táplálkozásra alkalmas termék; 11. italok; 12. dohány és dohányáru

⁵ Forrás: Az *Eurostat* (2020) adatai alapján saját szerkesztés.

Az uniós partnerországokkal folyó élelmiszer-kereskedelmünket elemezve megállapítható, hogy a fellelvő piacaink között mind abszolút értékben, mind részarányában Németország dominál, ahol jelentős növekedést értünk el 2004 óta. Míg az EU-csatlakozást követően, a 2004–2006-os időszakban az élelmiszer-kivitel évi 445 millió eurót tett ki, addig 2017–2019-re már közel a dupláját, 878 millió eurót.

Fontos tény az is, hogy az utóbbi években jelentősen megnőtt Románia és Olaszország szerepe a magyar élelmiszer-kivitelben. Míg az előbbibe a 2004–2006-os időszakban az csupán évi 175 millió euró értékű volt az export, addig 2017–2019-re az ötszöröse, és éves átlagban meghaladta a 876 millió eurót! Ezzel gyakorlatilag beírta a német export értékét. Az export dinamikus bővülésében igen fontos szerepet játszott az ország 2007-es EU-csatlakozása, amely alapvetően dinamizálta Romániának az EU-val folytatott külkereskedelmét. Az Olaszországba irányuló élelmiszerexportunk a két időszak között ugyancsak jelentősen növekedett: évi 263 milliőről 772 millió euróra emelkedett.

Két további fontos piacunk az Európai Unión belül Ausztria és Szlovákia. Míg az ausztriai élelmiszer-kivitel a két időszak között éves átlagban 215 milliőről 602 millió euróra növekedett, addig Szlovákia esetében 100 milliőről 404 millió euróra duzzadt az ágazat export-bevétele. Az említett öt célpiac adta a 2017–2019-es időszakban az uniós élelmiszer-értékesítésünk 57 százalékát (4. ábra).

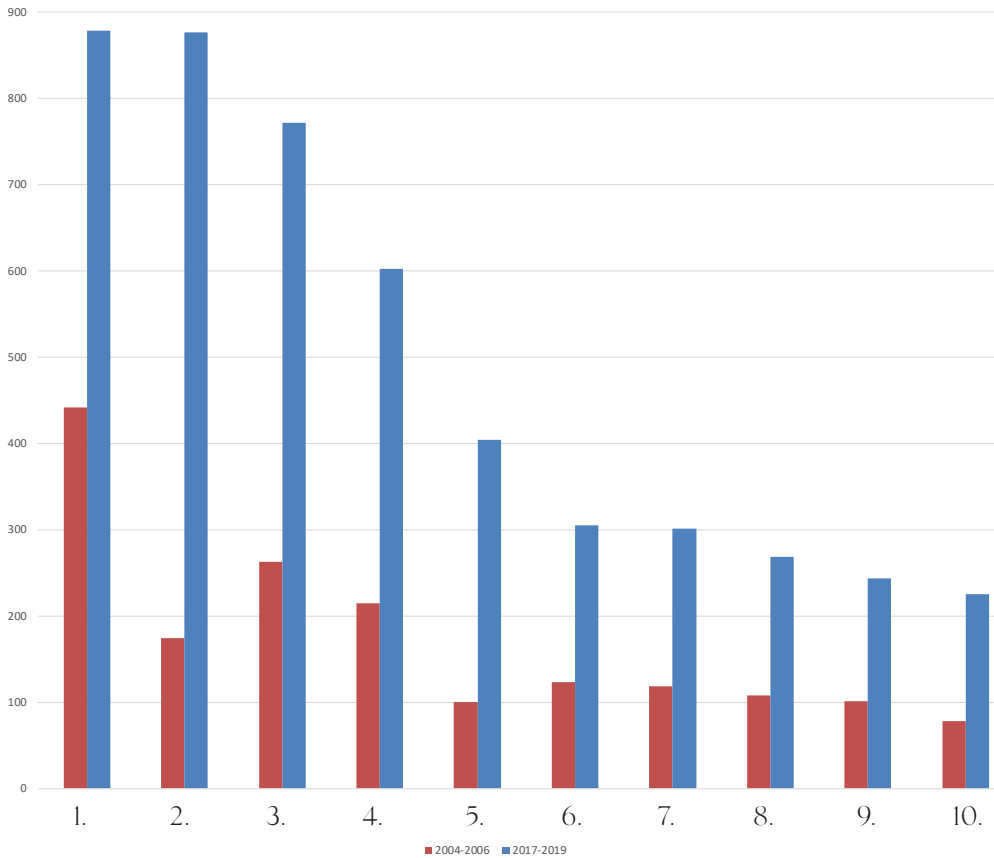
Az EU tehát Magyarország legfontosabb élelmiszer-célpiaca. Ez a helyzet marad a jövőben is a jellemző, mivel Magyarország erősen beágyazódott az Európai Unió gazdaságába. Azonban a kivitelünk rádiusza viszonylag kicsi: az első öt célpiac közül három szomszédos ország (Románia, Ausztria és Szlovákia).



4. ábra⁶

A magyar élelmiszer-gazdasági export legfontosabb 10 célpiaca

millió euró



Megjegyzés: 1. Németország; 2. Románia; 3. Olaszország; 4. Ausztria; 5. Szlovákia; 6. Lengyelország; 7. Csehország; 8. Franciaország; 9. Egyesült Királyság; 10. Horvátország

6 Forrás: Az *Eurostat* (2020) adatai alapján saját szerkesztés.

Magyarország Kínával folytatott élelmiszer-kereskedelme

A magyar–kínai kereskedelmi forgalom a rendszerváltás óta folyamatosan bővül. A Magyarországra áramló kínai import értéke azonban rendre és lényegesen meghaladta a magyar export értékét. 2001 óta pedig egyre dinamikusabbá vált Kína külkereskedelme, ugyanis azóta a WTO tagja, így jelentősen csökkentek a vámtarifái, ugyanakkor az EU is jóval kevesebb protekcionista eszközt alkalmaz vele szemben. Magyarországnak a kínai kivitele 1453 millió eurót tett ki 2019-ben, az onnan származó behozatalának az értéke viszont 7501 millió euró volt. A magyar–kínai külkereskedelmi deficit tehát hatalmas: 6048 millió euró (*Eurostat*, 2020). A GDP volumene és a kereslet tekintetében hazánk túlságosan is kicsi ország Kína számára, míg Kína túl nagy gazdaság Magyarország számára. A kínai vállalatok eladásai-ból könnyen lefedhető lenne a teljes magyar kereslet, az ázsiai országban viszont egy-egy termék iránt a lakosság igénye sokkal nagyobb, mint amit a magyar vállalatok termelése ki tudna elégíteni. A Kínába irányuló magyar élelmiszer az összes exportunk 2,5 százalékát tette ki 2018-ban, az onnan érkező esetében ez a részarány csak 0,3 százalék volt (Losoncz és Vakhal, 2019).

Az EU-csatlakozás óta a magyar–kínai élelmiszer-kereskedelem változatos képet mutat. A 2004 és 2013 közötti időszakban az export lassú növekedése volt megfigyelhető: 1 millióról 4,5 millióra nőtt a kivitelünk. Ezt követően igen dinamikus növekedés történt, egészen 2016-ig, amikor az élelmiszerexport elérte a 68 millió eurót. Utána azonban jelentős visszaesés volt tapasztalható, és 2019-re az élelmiszer-kivitel értéke 16,5 millió euróra apadt.

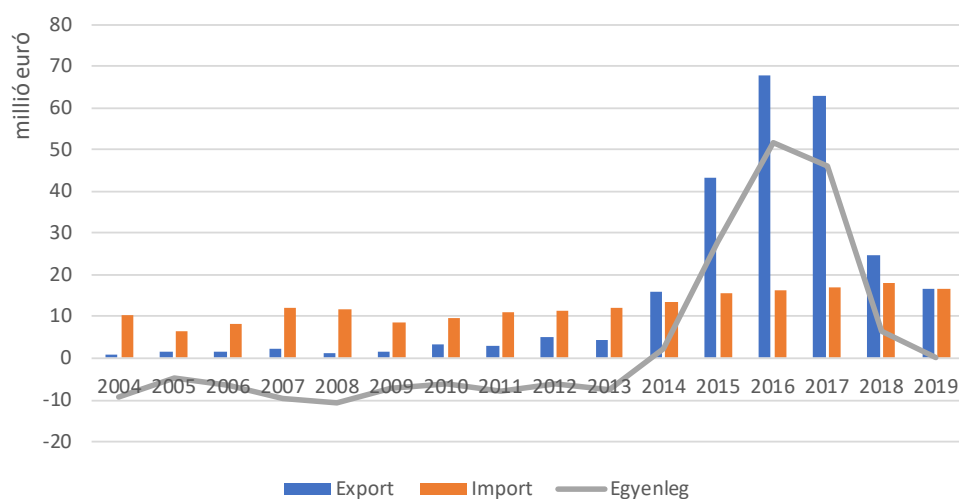
A Kínából származó élelmiszerimport esetében a kép kiegyenlítettőbb. Míg 2004-ben 10 millió eurónyi élelmiszer érkezett az ázsiai országból, addig 2019-ben ez az összeg 16,5 millió euró volt, és a két időpont között az értéke 6,3 millió (2005) és 18 millió euró (2018) között mozogott. A Kínával folytatott magyar élelmiszer-kereskedelem 2004 és 2013 között deficitet, 2014-től 2016-ig növekvő szufficitet



mutatott, elérve az 51,5 millió eurós aktívumot. A többlet azonban 2019-re gyakorlatilag lenullázódott, és mindössze 60 ezer eurót tett ki (5. ábra).

5. ábra⁷

A magyar élelmiszer-kereskedelem alakulása Kínával (2004–2019)



Magyarországnak a Kínába irányuló legjelentősebb élelmiszeripari exportcikkét az italok alkotják: az élelmiszer-kivitel 34 százalékát adják, mintegy 5,7 millió euró értékben. Emellett jelentős még a hús és húskészítmények exportja, amelyek értéke 4,4 millió euró; az egyéb, táplálkozásra alkalmas termékek és készítmények kivitele 2,7 millió eurót tesz ki. A Kínából származó legfontosabb termékcsoport a zöldség-gyümölcs, amely az élelmiszerimport 33 százalékát teszi ki (5,5 millió euró értékben). Jelentős a behozatal még a 4,2 millió eurónyi egyéb, táplálkozásra alkalmas termékek és készítmények közül, valamint a kávé, tea, kakaó alkotta termékcsoportból további 2,7 millió euró értékben vásárolunk.

⁷ Forrás: Az *Eurostat* (2020) adatai alapján saját szerkesztés.

A magyar élelmiszerexport értékelése a konstans piaci részesedés (CMS modell) alapján

A magyar élelmiszerexport értéke az uniós piacon a bázisidőszakhoz (2004–2006) képest 4 milliárd euróval növekedett a vizsgált időszak második periódusára (2017–2019). A termékcsoportok közül a hal és halkészítmények kivételével mindegyikben nőtt az EU piacára irányuló magyar kivitel. A konstans piaci részesedés alapján ez az exportnövekmény az alábbi szerinti komponensekre bontható fel: a piacnagyság hatása 1923 millió euró volt, vagyis a külső (EU) piac kereslete jelentősen növekedett, a strukturális hatás viszont mindössze 15 millió euró volt. A magyar élelmiszerexport tehát azokra a termékekre koncentrálódott, ahol az EU kereslete átlagos ütemben emelkedett. Kedvező tény az is, hogy a versenyképességi hatás igen jelentős volt a két időszak viszonylatában: 2084 millió euró értéket tett ki.

A termékcsoportonként végzett CMS-modell eredményei alapján megállapítható, hogy minden termékcsoport esetében nőtt az EU kereslete (pozitív piacnagysághatás). A strukturális hatás ezzel szemben már vegyes képet mutat. Ott az élő állatok, a hús és húskészítmények, a gabona és gabonakészítmények, a cukor, cukorkészítmények és méz termékcsoport, továbbá az állati takarmányok esetében volt tapasztalható pozitív érték. A többi termékcsoport kapcsán a strukturális hatás negatív értéket mutat. A versenyképességi hatás a kávé, tea, kakaó alkotta termékcsoport kivételével mindig pozitív értéket jelez (3. táblázat).

Az élelmiszerexportnak a feldolgozottság foka szerinti szerkezete is kedvezően változott az utóbbi években. A feldolgozás magas fokán átesett termékek részesedése növekvő tendenciát mutat, aminek a háttérében a mezőgazdasági alapanyagok exportértékének a csökkenése és a feldolgozott termékek exportjának a növekedése áll.



3. táblázat⁸

A konstans piaci részesedés elemzése termékcsoportonként az EU28 teljes piacán (euró) (2004–2006 és 2016–2019)

| Termékcsoport | Piacnagysághatás | Strukturális hatás | Versenyképességi hatás | Összes |
|--|------------------|--------------------|------------------------|-----------------|
| Élő állat | 29.408.406,5 | 91.041.391 | 26.066.742,9 | 146.516.541,0 |
| Hús és húskészítmények | 177.147.652,0 | 445.657.839 | 125.009.199,0 | 747.814.689,0 |
| Tej, tejtermékek és tojás | 149.163.229,0 | -237.335.817 | 250.943.439,0 | 162.770.850,0 |
| Hal, puhatestűek | 210.157.628,0 | -445.820.368 | 5.894.599,7 | -229.768.140,0 |
| Gabona és gabonakészítmények | 201.946.620,0 | 479.721.695 | 526.813.088,0 | 1.208.481.402,0 |
| Zöldség és gyümölcs | 404.128.340,0 | -184.325.636 | 115.473.149,0 | 335.275.854,0 |
| Cukor, cukorkészítmények és méz | 33.624.544,8 | 112.004.351 | 65.352.294,7 | 210.981.189,0 |
| Kávé, tea, kakaó | 252131278 | -120.663.617 | -49.500.040,0 | 81.967.620,9 |
| Állati takarmányok | 120.564.472,0 | 196.435.111 | 329.087.256,0 | 646.086.839,0 |
| Egyéb, táplálkozásra alkalmas termékek és készítmények | 183.957.211,0 | -14.619.041 | 431.059.450,0 | 600.397.620,0 |
| Italok | 120.772.798,0 | -189.358.571 | 139.829.202,0 | 71.243.430,5 |
| Dohány és dohánykészítmények | 40.405.417,0 | -117.644.005 | 118.622.514,0 | 41.383.926,0 |
| Összes | 1.923.407.595,0 | 15.093.332 | 2.084.650.894,0 | 4.023.151.821,0 |

⁸ Forrás: Az *Eurostat* (2020) adatai alapján saját számítás.

A magyar élelmiszerek ár- és minőségi versenyképességének értékelése

A magyar élelmiszerek ár- és minőségi versenyképessége a következőképpen alakult a 2004 és 2019 közötti időszakban. A sikeres minőségi verseny (2) szegmensébe két termékesoport tartozik: a hús, húskészítmények, illetve a cukor, cukorkészítmények. A 2004 és 2014 közötti időszakban az élő állatok csoportja is idetartozott, azonban 2015-ben és 2016-ban ez utóbbi minőségileg versenyképtelennek bizonyult, és az addigi kereskedelmi szufficit deficitessé vált. A sikeres árverseny (4) kategóriába a gabona, gabonakészítmények termékesoport tartozik. A zöldség és gyümölcs termékesoportot 2007-től 2016-ig – két évet (2009 és 2012) leszámítva – szintén ide lehetett sorolni. 2009-ben és 2012-ben ugyanis a pozitív kereskedelmi szaldó miatt minőségileg voltak versenyképesek.

A sikertelen minőségi verseny (1) szegmense tartalmazza a kávé, tea, kakaó, fűszerek csoportját. Az egyéb, táplálkozásra alkalmas termékek és készítmények a vizsgált időszak második felében (2010–2016) szintén ebbe a kategóriába tartoztak. A sikertelen árverseny (3) kategóriában található 2008-tól a tejtermékek és a tojás, valamint 2010-től a hal, rák, puhatestűek termékesoport. Az állati takarmányok, továbbá a dohány és dohányárúk, illetve az italok esetében a vizsgált 13 év alatt nem azonosítható be egyértelmű versenyképességi pozíció, bár 2010-től a dohányárúk zömében a sikertelen minőségi verseny kategóriába sorolhatók (4. táblázat).

Következtetések, javaslatok

A magyar élelmiszeripar a rendszerváltás egyik legnagyobb vesztese lett, és a GDP-ből való részesedése az elmúlt évtizedekben rohamosan csökkent. Európai uniós összehasonlításban pedig jelentős az elmaradása, még akkor is, ha bizonyos mutatók némi optimizmusra adnak okot. Az élelmiszeripar pozitív külkereskedelmi mérlege azonban ma is fontos szerepet játszik a hazai gazdaság külkereskedelmi egyenlegének a stabilizálásában. Az élelmiszer értékesítésének mintegy 40 százalékát az export teszi ki.



4. táblázat⁹
A magyar élelmiszerek ár- és minőségi versenyképessége
az Európai Unió piacán (2004–2016)

| HS | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|----|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 00 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 01 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 02 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 03 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| 04 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 05 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 |
| 06 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 07 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 08 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 09 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 11 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 |
| 12 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 |

| HS | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|----|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 00 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 01 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 02 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 03 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 04 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 05 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 06 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 07 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 08 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 09 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 11 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 12 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Megjegyzés: 00 Élő állat; 01 Hús, húskészítmények; 02 Tejtermékek, tojás; 03 Hal, rák, puhatestűek; 04 Gabona, gabonakészítmény; 05 Zöldségféle és gyümölcs; 06 Cukor, cukorkészítmény, méz; 07 Kávé, tea, kakaó, fűszer; 08 Állati takarmány; 09 Egyéb, táplálkozásra alkalmas termék és készítmény; 11 Italok; 12 Dohány és dohányáru

⁹ Forrás: Az *Eurostat* (2020) adatai alapján saját számítás.

Az EU-csatlakozás óta az új tagországok számára a kereskedelemmel kapcsolatos korlátozások végleg megszűntek, így az egyszerűbb, olcsóbb és dinamikusabb lett (Kürti, Stauder, Wagner és Kürthy, 2007; Constantinovits és Sipos, 2016). A legfontosabb élelmiszerpiacunk már a csatlakozáskor is az Európai Unió volt, és azóta arányai-ban is egyre inkább az EU vált e kiviteli termékeink fő felvevőpiacává.

Az EU-csatlakozás óta a uniós élelmiszer-kereslet jelentősen megnőtt, vagyis igen erőteljes piacnagysághatás volt tapasztalható. Emellett komolyan javult a magyar élelmiszerek versenyképessége. Mindezek eredményeként a hazai élelmiszerexport a 2004–2006-os évek átlagához képest négy milliárd euróval növekedett a 2017–2019-es időszakra.

A vizsgált termékcsoportoknak a teljes élelmiszerexportban való súlya igen eltérő, a kivitelünk erősen koncentrált. Az export közel egy-negyedét (22,11%) a gabona és a gabonakészítmények adják – ezek az EU piacán árversenyképesnek bizonyultak. A magyar mezőgazdaság adottságai, tradíciói és a KAP támogatási rendszere is ezt az ágazatot preferálja. Problémát jelent azonban egyrészt, hogy a gabonaágazat alacsony hozzáadott értéket állít elő, másrészt a bevétel erősen függ az időjárás alakulásától. A jelentősebb exportorientált termékcsoportok még a hús és húskészítmények (amelyek minőségileg versenyképesnek bizonyultak), a zöldségfélék és a gyümölcsök, illetve az állati takarmányok. Ez a négy termékcsoport teszi ki az élelmiszerexport értékének mintegy kétharmadát.

Kína a maga 1,4 milliárd lakosával a legnagyobb élelmiszerkeresletet biztosítja a világon. Ezenkívül világ egyik legnagyobb élelmiszer-importőr országa is, ahol ráadásul a termőföld szűkössége jellemző. Ugyanakkor a gyorsan növekvő jövedelmek és az urbanizáció következtében tovább nő a lakosság élelmiszerigénye, így az ázsiai hatalom komoly potenciális piacot jelenthet Magyarország számára. Nehézséget jelent azonban a magyar exportőröknek, hogy csak nagy volumenű árualap esetén lehet tárgyalni és üzletet kötni a kínai kereskedőkkel.

Megállapítható viszont, hogy a kivitelünk jelentős része még mindig mezőgazdasági termék vagy alacsony feldolgozottságú élelmiszer,



amelyek alacsony hozzáadott értéket képviselnek. Igaz, hogy az utóbbi években növekedett a magas feldolgozottságú áruk részaránya. Ez kedvező tény, mivel az ilyen termékek előállítása és exportja révén nagyobb hozzáadott értéket és több munkahelyet lehetne teremteni, ami a vidék népességmegtartó szerepét is erősítené. Így belföldön teremthetünk munkahelyeket, és a magyar GDP nő!

A nagyobb hozzáadott értékű élelmiszerekhez több saját márkás termékre és hungarikumra lenne szükség. A kormányzati beavatkozásnak kulcsszerepe van a versenyképesség növelésében – a munkapiaci beavatkozás (pl. szakképzés, foglalkoztatás támogatása), valamint a kis- és középvállalkozások helyzetbe hozása, illetve a termékpályák mentén megvalósuló, a termelést, a feldolgozást és a kereskedelmet érintő együttműködések hatékony megvalósulása révén. Ezek az intézkedések feltétlenül részei kell hogy legyenek egy hosszabb távú élelmiszergazdasági stratégiának.

Irodalomjegyzék

- Ahmadi-Esfahani, Fredoun Z. (1995). Wheat Market Shares in the Presence of Japanese Import Quotas. *Journal of Policy Modelling*, 17(3), 315–323.
- Aiginger, Karl (1997). The Use of Unit Values to Discriminate Between Price and Quality Competition. *Cambridge Journal of Economics*, 21(5), 571–592.
- Aiginger, Karl (1998). A Framework for Evaluating the Dynamic Competitiveness of Countries. *Structural Change and Economic Dynamics*, 9(2), 159–188.
- Bojnec, Stefan és Fertő Imre (2008). Price Competition vs. Quality Competition: The Role of One-Way Trade. *Acta Oeconomica*, 58(1), 61–89.
- Chen, Zhang és Duan, Yufeng (2000). Competitiveness of Canadian Agri-Food Exports Against Competitors in Asia: 1980–97. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 11(4), 1–19.
- Constantinovits Milán és Sipos Zoltán (2016). *Nemzetközi üzleti technikák*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Eurostat (2020). COMEXT nemzetközi külkereskedelmi adatbázis. A letöltés ideje: 2021. július 8. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb/defaultquery.do>.

- Fertő Imre (2004). *Agri-Food Trade Between Hungary and the EU*. Budapest: Századvég Kiadó.
- Hegedűs Zsuzsa és Kiss Judit (2015). A magyar EU-csatlakozás agrárkereskedelmi mérlege. *Külgazdaság*, 59(3), 64–95.
- Jepma, Catrinus J. (1986). *Extensions and Application Possibilities of the Constant Market Shares Analysis: The Case of the Developing Countries Exports*. Groningen: University Press of Groningen.
- Juhász Anikó és Hartmut, Wagner (2012). Magyarország élelmiszer-gazdasági export-versenyképességének elemzése. *Agrárgazdasági tanulmányok*. A letöltés ideje: 2021. július 8. http://repo.aki.gov.hu/306/1/at_2012_03_Export_versenyk.pdf.
- Kapronczai István (2017). Meddig jutott a magyar mezőgazdaság az EU csatlakozás óta? *Agroinform.hu*. A letöltés ideje: 2021. július 8. <https://www.agroinform.hu/gazdasag/meddig-jutott-a-magyar-mezogazdasag-az-eu-csatlakozas-ota-32538-001>.
- Központi Statisztikai Hivatal (2020). A mezőgazdaság szerepe a nemzetgazdaságban, 2018. A letöltés ideje: 2021. július 8. <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mezo/mezoszerepel8.pdf>.
- Kürti Andrea, Stauder Márta, Hartmut, Wagner és Kürthy Gyöngyi (2007). *A magyar élelmiszer-gazdasági import dinamikus növekedésének okai. Agrárgazdasági Tanulmányok*. Budapest: Agrárgazdasági Kutató Intézet.
- Latruffe, Laure (2010). Competitiveness, Productivity and Efficiency in the Agricultural and Agri-food Sector. *OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers No. 30*. A letöltés ideje: 2021. július 8. <http://www.oecd-ilibrary.org/docs/server/download/5km9lnkdt6d6-en.pdf?expires=1516640266&id=id&accname=guest&checksum=C67386456DFEB0A1702E3AB43D5DC12B>.
- Losonecz Miklós és Vakhai Péter (2019). A gazdasági kapcsolatok alakulása Magyarország és Kína között az 1990-es évek eleje óta. In Ugrósdy Márton (szerk.), *Magyarország és Kína: 70 éves kapcsolat a változó világban* (96–126. o.)
- Magda Róbert (2010). A vidékgazdaság fejlődésének természeti alapjai. In Magda Róbert és Marselek Sándor (szerk.), *Vidékgazdaságtan I. A vidékfejlesztés gazdasági folyamatai* (41–95. o.)
- Magda Róbert (2017). The Role of Human Resource Management in the Rural Area in Hungary. *Social and Economic Review*, 8(1), 33–39.



- Nagy István (2019). Jelentés az agrárgazdaság 2018. évi helyzetéről. *Agrárminisztérium*. A letöltés ideje: 2021. július 8. <https://agrarstatisztika.kormany.hu/download/9/e2/a2000/Azagr%C3%A1rgazdas%C3%A1g2018%C3%A9vihelyzeteIk%C3%B6tet.pdf>.
- Oblath Gábor és Péntes Petra (2004). A nemzetgazdaság nemzetközi versenyképessége: értelmezések, mutatók és néhány tanulság. *Külgazdaság*, 48(2), 58–59.
- Poór Judit (2010). Érték- és áralapú módszerek a külkereskedelmi versenyképesség mérésében a magyar hústermékek külkereskedelmének példáján. Doktori értekezés. *Pannon Egyetem*. A letöltés ideje: 2021. július 8. http://konyvtar.uni-pannon.hu/doktori/2010/Poor_Judit_dissertation.pdf.
- Tyszinski, Heinrich (1951). World Trade in Manufactured Commodities, 1899–1950. *The Manchester School*, 19, 272–304.
- Vásáry Miklós és Vasa László (2015). Agrárkereskedelmi eredmények a tízéves uniós tagság fényében. *Külgügyi Szemle*, 14(1), 117–140.
- Vásáry Miklós, Kránitz Livia, Vasa László és Baranyai Zsolt (2013). Versenyképességi vizsgálatok a visegrádi országok közötti agrárkereskedelemben. *Gazdálkodás*, 57(6), 544–558.