
AZ EURÓPAI UNIÓ ÉS JAPÁN JÁRMŰKERESKEDELMÉNEK VIZSGÁLATA

SZABÓ ZSOLT
BOZSIK NORBERT

Összefoglalás

Érdekesnek bizonyulhat az a tény, hogy a németek importálnak japán autót, és a japánok is németet, és hogy az e fajta kereskedelmi kapcsolatokat a hagyományos közgazdasági elméletek nem magyarázzák. Az ilyen jellegű kereskedelemre a választ az ágazaton belüli kereskedelemben találjuk, melynek jelentősége az ipari termékek csoportján belül számottevő.

Az európai térség számos autóiipari vállalatnak ad helyet, ahogy Japánban is jelentős gyártók vannak. Az EU térsége, és Japán adja a világ gyártóinak több mint felét, és ezek a gyártók éles versenyben állnak egymással. A japán autók különösen ismertek kedvező árúkról, alacsony fogyasztásukról, praktikus méretükről, amely a '70-es években versenyelőnyhöz juttatta őket, és megjelentek a külföldi piacokon. Európában pedig az autógyártásnak évszázados történelme van.

A dolgozat elemző részében alkalmazásra kerül a már-már klasszikus Grubel-Lloyd index, az egységérték-indexek, illetve a kereskedelemáram mértéke alapján megállapításra kerül a kereskedelem jellege. A Greenaway-Hine-Milner-, Fontagné-Freudenberg – indexek kiszámolásával a kereskedelmi típusok relatív súlyát vizsgáljuk meg. A kapott eredmények tükrében vizsgáljuk az ágazaton belüli kereskedelem lehetséges magyarázó tényezőit.

Kulcsszavak:

autóiipar, nemzetközi kereskedelem, ágazaton belüli kereskedelem, Európai Unió, Japán

Investigation into the vehicle trade between the European Union and Japan

Abstract

The fact that German imports Japanese cars and vice versa, proved to be very interesting, and the traditional economics theories do not explain this type of trade relations. We find the answer if we study the abundant literature of intra industry trade, which has an importance in major industrial products.

The European region hosts a number of automotive companies, and Japan has major manufacturers as well. The Japanese cars are well-known of their reasonable prices, fuel-efficient engines, and small practical sizes, which gave them a competitive advantage in the '70s, when they appeared in foreign markets. In the European region in turn the automotive manufacturing has centuries of history.

In the analysis part of this essay we apply the almost classical Grubel-Lloyd index, and calculate the unit value and trade flow rate to determine the nature of trade. On the basis of Greenaway-Hine-Milner index, and Fontagné-Freudenberg index we examine the relative weight of the trade types. On the basis of the results we can draw proper conclusions and investigate the possible explanatory variables of intra-industry trade.

Keywords:

automotive industry, international trade, intra-industry trade, European Union, Japan

Bevezetés

Az autóipar globalizációjával felmerülhet a kérdés vajon ez milyen irányban hatott a nemzetközi kereskedelemre. A dolgozatban az autóipari ágazaton belüli kereskedelemre koncentráltunk az Európai Unió és Japán között. Ez a két szereplő a világ járműkereskedelmének több mint felét bonyolítja le, és az egymás közti kereskedelmi kapcsolatok is igen jelentősek. A kereskedelem kialakulásának több indítéka is lehet. A klasszikus közgazdaságtan az országok különbözőségével, a komparatív előnyök elméletével (Ricardo, 1815) és a tényezőellátottsággal (Heckscher-Ohlin, 1948) magyarázza a kereskedelmet. Azonban a hasonló, akár helyettesítő viszonyban álló termékek esetében ez a magyarázat nem állja meg a helyét. Az ágazaton belüli kereskedelem éppen az országok hasonlósága miatt alakul ki. Nagyrészt az országok fejlettsége (Flam-Helpman, 1987), a fogyasztók vásárlóereje-ízlése (Krugman, Lancaster, 1980), az elérhető termékváltozatok minősége, a fogyasztók jövedelmének eloszlása (Falvey-Kierzkowski, 1987) a méretgazdaságosság elvei (Krugman-Helpman 1985) határozzák meg. Az autóipar egy olyan iparág, ahol ezek a tényezők különösen érvényesülnek. Az autógyártók helyettesítő viszonyban álló termékeket kínálnak, azonban valamilyen jellemző mentén meghúzhatjuk a határt, amiben különböznek egymástól a kínált termékek (pl. az árfekvés, az autó fajtája, szín stb.) és amiért a fogyasztó valamilyen sajátos szempont szerint megvásárolja őket.

Anyag és módszer

A dolgozat során a 2005-2012-es időszak között vizsgáltuk a kereskedelem alakulását. Fő adatbázisul az Eurostat International Trade SITC 3 számjegyű (Standard International Trade Classification) adatbázisa szolgált. Az autóipari termékek közül a négy legfontosabbra esett a választás: 781 – személygépjárművek, 782 – áruszállításra alkalmas járművek, 784 – alkatrészek, 785 – motorkerékpárok.

Az ágazaton belüli kereskedelem mérésére számos mutatószámot kifejlesztettek. Ezek közül a legelső és legközismertebb mérce a Grubel-Lloyd-index. H. G. Grubel és P. J. Lloyd (1971) voltak az elsők, akik explicit módon foglalkoztak az ágazaton belüli kereskedelem mérésének problémáival. Ha az index értéke 0, akkor tökéletes ágazatok között kereskedelem, ha 1, akkor pedig tökéletes ágazaton belüli kereskedelemről van szó.

Az ágazaton belüli kereskedelmén belül elkülöníthetjük a vertikálisan, és horizontálisan differenciált termékek csoportját. Az elkülönítésre legtöbbször az egységérték (unit value) indexet alkalmazzák, így mi is ezzel különítettük el a csoportokat. A kereskedelmet általában akkor definiálják horizontálisan differenciáltnak, ha az export egységértéke az import egységértékéhez viszonyítva 15 százalékos intervallumon belül van az SITC bontásán belül. Ha a relatív egységértékek a fenti sávon kívül vannak, akkor vertikálisan differenciált termékekről beszélhetünk (Fertő 2003).

A Greenaway–Hine–Milner szerzőhármas továbbfejlesztette a Grubel-Lloyd indexet, és alkalmassá vált a horizontális, és vertikális ágazaton belüli kereskedelem elkülönítésére. Annak arányát határozza meg a teljes kereskedelmén belül. A horizontális és a vertikális kereskedelem elkülönítésének másik leginkább elterjedt módszerét Fontagné és Freudenberg (1997) dolgozta ki (FF-módszer). Definíciójuk alapján a kereskedelem akkor kétirányú, ha a kisebb áramlás (például az import) értéke legalább 10 százalékát adja a nagyobb áramlás (például az export) értékének (Jámbor, 2010). Az eddig ismertetett mutatók mindegyike az ágazaton belüli kereskedelem arányát méri annak

szintje helyett. Erre talált Nilsson (1997) megoldást, miszerint az ágazaton belüli kereskedelem értékét elosztotta a kereskedelembe kerülő termékcsoportok számával, aminek eredményeképpen termékcsoportonként megkapta az átlagos ágazaton belüli kereskedelmet.

Eredmények

A vizsgált időszak alatt az Európai Unió 27 tagországa végig nettó importőre volt a japán autóiipari termékeknek. 2008-tól azonban drasztikus csökkenés tapasztalható a japán járművek importjában, amely mintegy 36%-os csökkenésben csapódott le. Az utóbbi időszakban az elhúzóadó adósságválság hatására jelentősen csökkent a kereslet a japán járművek iránt. Következtethetünk még a yen felértékelődéséből adódó piacvesztésre is, amely relatíve megdrágította a japán termékeket a 2010-2012-es időszakban. Ezzel szemben az EU27 némileg javítani tudta exportját Japánba, és így kereskedelmi mérlegét. Az EU27 közül a legnagyobb exportőr Németország, az export mintegy 60%-áért felelős a vizsgált időszakban, majd jóval kisebb részesedéssel az Egyesült Királyság, Olaszország és Franciaország következik. Míg a japán járművek legnagyobb importőre Belgium Egyesült Királyság, és Spanyolország volt. A legtöbbet kereskedett termék a vizsgáltak közül a személygépjárművek és az alkatrészek voltak.

1. táblázat: EU27 és Japán közti járműkereskedelem (millió euró)

	2005	2008	2009	2012	2012/2005	2012/2008	2012/2009
Export	6120,36	4790,56	3768,07	7773,97	1,27%	1,62%	2,06%
Import	17296,80	16951,45	12543,71	11144,91	0,64%	0,66%	0,89%
Egyenleg	-11176,44	-12160,89	-8775,64	-3370,94	0,30%	0,28%	0,38%
Export/import	0,35%	0,28%	0,30%	0,70%	-	-	-

Forrás: Eurostat adatai alapján saját számítás

A járműexport kedvező alakulása mindkét fél számára fontos tényező, azonban elmondható, hogy a japánok európai országokból importált jármű mennyisége jelentősen eltörpül az exportált mennyiséghez képest. Ennek okai a piac szerkezetében keresendők, ugyanis az egész japán piac, de különösen az autópiac nagyon zárt. Ennek oka a vámok, és egyéb nem tarifális tényezők, mint például az eltérő szabványok megléte, amely visszafogja az áruk szabad áramlását. Japánban az e féle protekcionista kereskedelempolitika már az '50-es évektől jelen volt a születőben lévő iparágak védelme érdekében. Valamint általában a japán fogyasztók is idegenkednek a külföldi termékek vásárlásától.

A Grubel-Lloyd mutató vizsgálata során nem találkozhatunk kirívóan magas értékekkel. Azonban megállapítható, hogy az ágazaton belüli kereskedelem a nagy jövedelmi szinten álló, vagy nagy autópiaccal rendelkező, esetleg jelentős autógyártással rendelkező országokban magasabb, itt az alkatrészek kereskedelme igen jelentős. Főleg az olyan országok esetében, mint Bulgária, Ciprus, Írország, Görögország, Litvánia, Lettország, Málta a mutató nagyon alacsony értékeket jelez. Ez azért van, mert ezek az országok nem exportálnak sokat – vagy egyáltalán nem – ezekből a termékekből, tehát ezekben az esetekben ágazatok közötti a kereskedelem és egyirányú, így kiegészítő jellegű a kereskedelem.

2. táblázat: EU27 és Japán között járműkereskedelem Grubel-Lloyd mutatói

Ország	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2005-2012
Ausztria	0,645	0,611	0,531	0,416	0,124	0,210	0,300	0,417	0,407
Belgium	0,214	0,117	0,127	0,062	0,082	0,076	0,239	0,200	0,140
Bulgária	0,000	0,001	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Ciprus	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,006	0,001
Csehország	0,456	0,612	0,607	0,668	0,407	0,369	0,209	0,249	0,447
Németország	0,602	0,636	0,587	0,571	0,519	0,467	0,414	0,362	0,520
Dánia	0,056	0,149	0,129	0,267	0,315	0,383	0,447	0,757	0,313
Észtország	0,000	0,000	0,000	0,000	0,008	0,009	0,000	0,000	0,002
Spanyolország	0,095	0,069	0,064	0,075	0,099	0,135	0,204	0,348	0,136
Finnország	0,003	0,016	0,008	0,010	0,016	0,029	0,014	0,026	0,015
Franciaország	0,353	0,263	0,301	0,351	0,232	0,399	0,357	0,435	0,337
Egyesült Királyság	0,389	0,358	0,490	0,392	0,342	0,455	0,354	0,518	0,412
Görögország	0,001	0,000	0,001	0,000	0,000	0,007	0,009	0,005	0,003
Magyarország	0,246	0,266	0,192	0,366	0,743	0,855	0,510	0,713	0,486
Írország	0,025	0,004	0,003	0,002	0,006	0,012	0,012	0,018	0,010
Olaszország	0,345	0,302	0,360	0,449	0,354	0,410	0,428	0,723	0,421
Litvánia	0,002	0,004	0,002	0,003	0,000	0,025	0,022	0,037	0,012
Luxembourg	0,098	0,493	0,514	0,357	0,356	0,377	0,344	0,903	0,430
Lettország	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,023	0,010	0,135	0,021
Málta	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,006	0,000	0,001
Hollandia	0,206	0,171	0,102	0,099	0,267	0,315	0,289	0,293	0,218
Lengyelország	0,350	0,189	0,303	0,348	0,393	0,536	0,509	0,607	0,404
Portugália	0,011	0,010	0,035	0,027	0,007	0,017	0,138	0,049	0,037
Románia	0,014	0,030	0,084	0,083	0,157	0,115	0,027	0,035	0,068
Svédország	0,412	0,267	0,278	0,260	0,206	0,329	0,494	0,665	0,364
Szlovénia	0,070	0,108	0,057	0,263	0,170	0,241	0,729	0,927	0,321
Szlovákia	0,692	0,652	0,700	0,767	0,282	0,328	0,555	0,929	0,613

Forrás: Eurostat adatai alapján saját számítás

A mutató értéke évről évre nem mutat nagy mozgást, viszonylag stabilnak mondható a 2008-as évig. A 2008-2009-es években egyfajta visszaesést láthatunk minden ország esetében, melyet újból növekedés követ a mutatók értékében. Az aggregálási szint miatt azonban felléphetnek torzító hatások, mivel minden terméket együtt kezel a mutató. A Grubel-Lloyd mutató alkalmas, hogy megállapítsuk az ágazaton belüli kereskedelem fokát, azonban szintjéről és arányáról nem kapunk pontos információt. A 3. táblázatban bemutatásra kerülnek a Greenaway-Hine-Miler-, Fontagné-Freudenberg-, és Nilsson-

mutatók, melyek alapján már pontosabb megállapításokat tehetünk az ágazaton belüli kereskedelem jellegére.

3. táblázat: EU27 és Japán között járműkereskedelem GHM, FF, és N mutatói (éves átlag adatok alapján)

Ország	GHM _H	GHM _V	FF _H	FF _V	N _H *	N _V *
Ausztria	-	0,373	-	0,255	-	53,83
Belgium	-	0,130	-	0,364	-	111,34
Bulgária	-	-	-	-	-	0,01
Ciprus	-	-	-	-	-	-
Csehország	-	0,401	-	0,728	-	23,15
Németország	-	0,289	-	0,642	-	365,98
Dánia	-	0,106	-	0,430	-	2,46
Észtország	-	0,001	-	0,000	-	0,01
Spanyolország	-	0,120	-	0,189	-	50,75
Finnország	-	0,012	-	0,028	-	0,47
Franciaország	-	0,286	-	0,795	-	244,01
Egyesült Királyság	-	0,354	-	0,932	-	311,87
Görögország	-	0,002	-	0,000	-	0,25
Magyarország	-	0,203	-	0,896	-	17,22
Írország	-	0,006	-	0,003	-	0,44
Olaszország	-	0,357	-	1,000	-	166,65
Litvánia	-	0,004	-	0,007	-	0,02
Luxembourg	-	0,023	-	0,070	-	0,00
Lettország	-	0,000	-	0,000	-	0,00
Málta	-	0,000	-	0,000	-	-
Hollandia	-	0,157	-	0,200	-	57,57
Lengyelország	0,272	0,095	0,378	0,165	101,173	18,63
Portugália	-	0,036	-	0,041	-	1,48
Románia	0,067	0,001	0,276	0,003	4,736	0,02
Svédország	-	0,323	-	0,940	-	78,19
Szlovénia	-	0,241	-	0,389	-	1,76
Szlovákia	-	0,112	-	0,273	-	7,07

* N_H, N_V indexek 100 millió euróban

Forrás: Eurostat adatai alapján saját számítás

Az autópárhazban viszonylag sok termelő sok hasonló, de mégis eltérő egymással versengő, helyettesítő viszonyban álló terméket állít elő. A mutatók alapján az EU27 és Japán közötti járműkereskedelem vertikális differenciált termékekkel bonyolódott le. Horizontális jellegű kereskedelemmel csak néhány ország esetében találkozhatunk. Azonban ahogy a Grubel-Llyod-index esetében is láthattuk, van néhány ország ahol a kereskedelemáram nem éri el a 10%-ot, így itt egyirányú a kereskedelem. A legmegbízhatóbbnak tartott N-index alapján a legnagyobb vertikális ágazaton belül kereskedelem Németországgal, az Egyesült Királysággal, Franciaországgal, és Olaszországgal bonyolódott le. Ezen országok tekintetében a másik két mutató is magas. Egyszerűen belátható az autópárhaz termékek vertikális jellege. Gondoljunk csak a különböző extrákkal felszerelt autókra, vagy a luxusautók esetére. Különböző piacokra szánt autókban is nagy különbségeket tapasztalhatunk, pl. szegény országokban

alacsonyabb árfekvésű (minőségű, felszereltségű) autók kerülnek értékesítésre. Országonként ez tükrözheti a jövedelmi preferenciákat is.

Általánosságban is találunk egy gyártó palettáján olcsó kisautókat, és luxusautókat is. A japán járművek átlagárainak vizsgálata során megállapítottam, hogy az EU27 átlagáraihoz viszonyítva alacsonyabbak voltak. Valószínűleg Japán több kisebb értékű kis teljesítményű autót exportál az európai piacra, míg Japánban az európai luxusautókra van nagyobb kereslet (pl. BMW, Mercedes-Benz). Japán részéről, mivel fontos piacot jelent az európai térség, a kereskedelem szoros versenyjellegű, azonban mivel az európai gyártók jelenléte nem jelentős Japán piacain az ottani fogyasztók szempontjából egyfajta kiegészítő jellegű a kereskedelem.

Fontos tényező az autóipar kapcsán az adott technológiai szint, mivel a hatékonyabb technológiával olcsóbban lehet előállítani és a kutatás-fejlesztés megléte is kulctényező, hiszen a fogyasztók preferenciáinak megfelelő termékváltozatok jönnek létre és ez növelheti a termékváltozatok árkülönbségeit is. Az autógyártó cégek a piac közelébe szerveződése pedig költségcsökkentő hatásokat indukál, ugyanakkor kiegészítője is az ágazaton belüli kereskedelemnek.

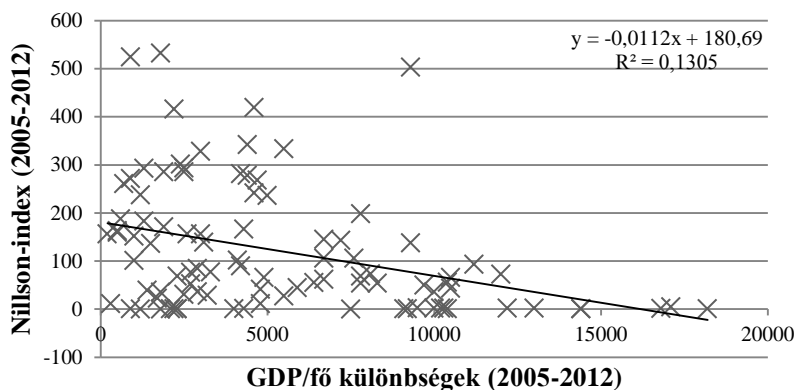
A globális értékláncok jelenléte ösztönzi a vertikális ágazaton belüli kereskedelmet, mivel a gyártó cégek jelenléte egyre több piacon nagyobb külkereskedelemre ösztönzik a beszállítókat, esetleg a nagyobb vállalatok szintén csatlakoznak a közvetlen tőkeberuházásokhoz. Az autóiparra különösen jellemző a vállalaton belüli (intra-firm trade) kereskedelem (pl. beszállító-gyártó, nyersanyagkitermelő-beszállító között), amely ösztönzi a vertikális működő tőkeberuházásokat, és így kereskedelmet. Yushi és szerzőtársai (2008) megállapították, hogy különösen jellemző Japán és az Egyesült Királyság, Németország, Franciaország, Svédország, és Olaszország között az intra-firm jellegű kereskedelem.

A vertikális autóipari kereskedelmet az Európai Unió átlag GDP-jének segítségével felbonthatjuk két részre – feltételezve azt, hogy ez tükrözi a fogyasztó preferenciákat is – alacsony illetve magas minőségű vertikális ágazaton belüli kereskedelemre.

- Magas minőségű vertikális kereskedelem: ide azok az országok tartoznak, ahol az éves GDP rendre meghaladta az EU27 átlagát, ezek az országok Ausztria, Belgium, Németország, Dánia, Spanyolország, Finnország, Franciaország, Egyesült Királyság, Írország, Olaszország, Hollandia, Svédország. Ha a mutatókat megvizsgáljuk megállapítható az is, hogy ezekkel az országokkal a kereskedelem, és így az autóipar ágazaton belüli kereskedelem mérete nagy, tehát nagy befolyásoló tényező az országok hasonlósága. Ezek az országok általában nagy piaccal rendelkeznek, és az FDI áramlások is jelentősek.
- Alacsony minőségű vertikális kereskedelem: ide azok az országok tartoznak, melyek egy főre jutó jövedelme az EU27 átlaga alatt helyezkedik el, azonban a kereskedelmi kapcsolatok megvannak Japánnal, és a mutatók is ágazaton belüli kereskedelmet jeleznek. Ilyen országok: Csehország, Magyarország, Lengyelország, Portugália, Románia, Szlovénia, Szlovákia. Ezekben az országokban a rendszerváltozás miatt is, dinamikusan nőtt az ágazaton belüli kereskedelem és az FDI áramlások mértéke. (Yushi és szerzőtársai 2008)
- Egyirányú kereskedelmi kapcsolatok: Ezek az országok rendre az EU27 átlag egy főre jutó jövedelme alatt helyezkednek el, és kereskedelemáramuk nem haladja meg a 10%-ot, általában az exportjuk 5%-át sem teszi ki a Japánból

importált járműveknek, alkatrészeknek. Ide tartozik: Bulgária, Ciprus, Észtország, Görögország, Málta, Litvánia, Lettország, Luxembourg. Ezen országok esetében magyarázó tényező lehet az autóiipar hiánya, a piacnagyság mérete (mint pl. Luxembourg), és a kereslet nagyban eltérő szerkezete.

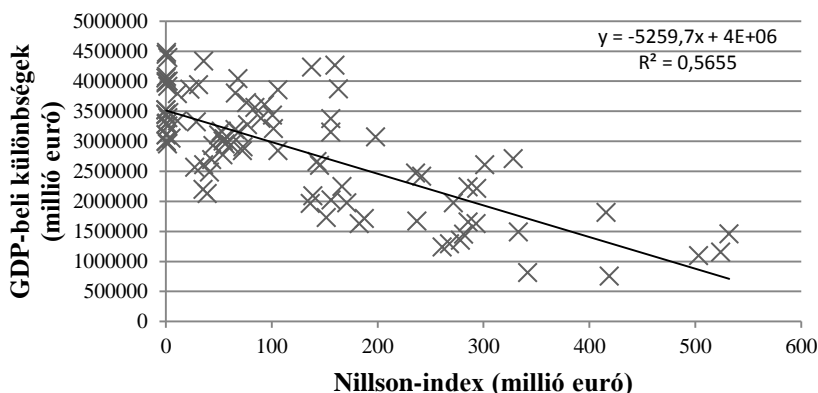
A vertikális ágazaton belüli kereskedelem szintjét mutató Nillson-index alapján megvizsgáltuk, hogy mit mutat az ágazaton belüli kereskedelem az adatok tükrében. Az évről évre számított értékekkel dolgoztunk, így viszonylag nagy adathalmaz állt rendelkezésre. Az ágazaton belüli kereskedelmet meghatározó tényezők közül azokat vettük figyelembe, amelyeket gyakran használtak empirikus modellekben is. Külön került vizsgálatra a elkülönített két csoport, a magas és alacsony minőségű vertikális ágazaton belüli kereskedelem. Az 1. ábrán az ágazaton belüli kereskedelem és az egy főre jutó jövedelem különbségek szerinti összefüggést láthatjuk.



1. ábra: Magas minőségű” vertikális ágazaton belüli kereskedelem és az egy főre jutó GDP kapcsolata

Forrás: Eurostat adatai alapján saját számítás, szerkesztés

Lineáris kapcsolatot fedezhetünk fel az egy főre jutó GDP és az ágazaton belüli kereskedelem szintjét mutató Nillson-index között, azonban a kapcsolat szorossága nem túl jó. A GDP közti különbségek természetesen Japán és az EU27 közti különbségeket jelentik. Megállapíthatjuk, minél nagyobb az egy főre jutó GDP-beli különbség, annál kisebb az ágazaton belüli kereskedelem mértéke. Tehát elvileg, ha országok közötti egy főre jutó jövedelembeli különbségek csekélyek, nagyobb valószínűséggel alakul ki vertikális ágazaton belüli kereskedelem. A 2. ábrán a GDP közti különbségek, és a Nillson-index közötti kapcsolatot láthatjuk.

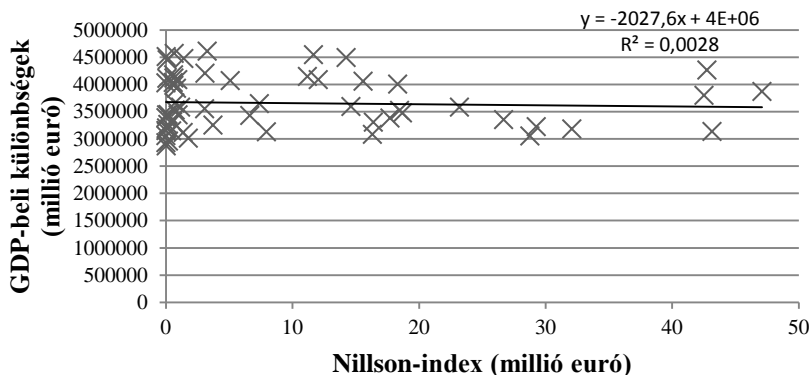


2. ábra: GDP közti különbségek és a „magas minőségű” vertikális ágazaton belüli kereskedelem közti kapcsolat

Forrás: Eurostat adatai alapján saját számítás, szerkesztés

Negatív kapcsolat a GDP és az ágazaton belüli kereskedelmet mutató Nillson-index között, minél kisebb a piac nagysága közötti különbség (melyet Japán és az EU27 országainak GDP-je közti különbsége reprezentál) annál nagyobb az ágazaton belüli kereskedelem mértéke. Tehát nagyobb mértékű az ágazaton belüli kereskedelem a nagy GDP-vel rendelkező országok között.

A 3. ábrán az országok közötti GDP különbségek és az alacsony minőségű ágazaton belüli kereskedelem kapcsolatát láthatjuk.



3. ábra: GDP közti különbségek és az „alacsony minőségű” vertikális ágazaton belüli kereskedelem kapcsolata

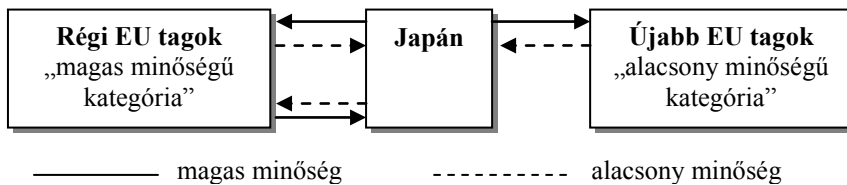
Forrás: Eurostat adatai alapján saját számítás, szerkesztés

Látható, hogy egyértelmű kapcsolatot már nem találunk a GDP közti különbségek és Nillson-index között, mint a nagy kereskedelmi forgalmat lebonyolító előző ország

csoport között. Tehát ezen országok esetében valami más jelenség mentén alakul ki a vertikális ágazaton belüli kereskedelem jelensége.

Következtetések

A vizsgált időszakban az összes kereskedelem mintegy 10%-a zajlott ágazaton belüli keretek között. Eredményeink alapján megállapíthatjuk, hogy meghatározó tényező az egy főre jutó jövedelem, és a GDP nagysága az autóiipari ágazaton belüli kereskedelem esetében. Azoknál az országoknál, ahol az egy főre jutó jövedelembeli, és GDP-beli különbségek kicsit voltak (régi EU tagok) nagyobb ágazaton belüli kereskedelmet láthatunk, különösen a magas minőségű vertikális ágazaton belüli kereskedelem esetében. Az alacsony minőségi kategóriába sorolt kereskedelemmel rendelkező országok esetében valószínűleg más okok állnak a háttérben. Japánból viszonylag nagy számban importálnak járműveket, és az alkatrész kereskedelem is jelentős, illetve jelen vannak a japán tulajdonú összeszerelő üzemek is (pl. Magyarország, Lengyelország, Portugália, Csehország). Ugyanakkor a helyben működő európai gyártók Japánba exportálnak járműveket, alkatrészeket. Ebből arra lehet következtetni, hogy kihasználva az európai szinten alacsony béreket, inkább egyfajta elosztó szerepet játszanak ezek az országok a térségben, mivel a jelen lévő összeszerelő üzemek leginkább export piacokra értékesítenek, a helyi piacok nagyságának korlátozottsága miatt. Összefoglalva a 4. ábra bemutatja az EU27 és Japán kereskedelmének természetét.



4. ábra: EU 27 és Japán járműkereskedelme

Forrás: Yushi Y. (2008) alapján saját szerkesztés

Tehát a vertikális ágazaton belüli kereskedelem nagy része multinacionális cégek által bonyolódott le a nemzetközi munkamegosztás kontextusában. A hatékonyság növelő, költségcsökkentő, exportorientált FDI áramlások, mind Japánból az Európai Unióba, és az Európai Unión belül gyors ütemben nőttek az elmúlt évtizedben. (Fukao 2003) Az ágazaton belüli kereskedelem kiegészítője ez esetben a vertikális működő tőke beruházások léte az alacsony minőségi kategóriába sorolt országokban..

Hivatkozott források

- [1.] Erdey L. (2005): Modern világgazdasági áramlások – Mexikó kül gazdasági stratégiájának hatása a gazdaságfejlődésre. Doktori értekezés, Debreceni Egyetem Közgazdaságtudományi Doktori Iskola
- [2.] Falvey, R. – Kierzkowski, H. (1987): Product Quality, Intra Industry Trade and (Im)Perfect Competition. Oxford University Press, 143-161

- [3.] Fertő I. –Hubbard, L.J. (2001): A mezőgazdasági termékek ágazaton belüli kereskedelme Magyarország és az Európai Unió között. Közgazdasági Szemle, XLVIII. évf., 2001. szeptember (766–778. o.)
- [4.] Fertő I. – Hubbard, L.J. (2003): A vertikálisan és horizontálisan differenciált mezőgazdasági termékek ágazaton belüli kereskedelme Magyarország és az Európai Unió között. Közgazdasági Szemle, L. évf., 2003. február (152–163. o.)
- [5.] Flam, H. – Helpman, E. (1987): Vertical Product Differentiation and North – South Trade. American Economic Review, 77. évf. 5.sz, december, 810-822
- [6.] Jámbor A. (2010): Horizontálisan és vertikálisan differenciált ágazaton belüli kereskedelem mezőgazdasági termékek esetén. Statisztikai Szemle 88. évfolyam, 2. szám
- [7.] Krugman, P. (1987): Scale economies, product differentiation, and the pattern of trade. The American Economic Review (1980) Vol. 70, No. 5, 950-959
- [8.] Lancaster, K. J. (1980): Intra Industry Trade Under Perfect Monopolistic Competition. Journal of International Economics, 10. évf., 2. sz., május, 151-175
- [9.] Ricardo, D. (1817): A politikai gazdaságtan és az adózás alapelvei. Közgazdasági és Jogi Kiadó, 1991
- [10.] Kyoji, F. – Hikari, I. – Keiko, I. (2003): Vertical intra-industry trade and foreign direct investment in East Asia. Journal of Japanese International Economics 17 (2003) 468–506
- [11.] Yoshida, Y – Leitao, N.C. – Faustino, H. (2008): Intra-Industry Trade between Japan and European Countries: a Closer Look at the Quality Gap in VIIT

Szerzők

Szabó Zsolt

BSc hallgató

Károly Róbert Főiskola

sz.zsolti09@gmail.com

Dr. Bozsik Norbert

főiskolai tanár

Károly Róbert Főiskola

Közgazdasági, Módszertani és Informatikai Intézet

nbozsik@karolyrobert.hu