

Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Áreltérések Magyarország és az EU tagállamok között

Kutatásvezető: Dr. Losoncz Miklós

Győr, 2008. november

Tartalomjegyzék

Bevezetés	3
1. Elméleti áttekintés és háttér	6
1.1. Az egy ár törvénye és a vásáráerő-hipotézis	6
1.2. Az EU egységes belső piaca és a Gazdasági és Monetáris Unió	8
1.3. Az egy ár törvényének érvényesülését befolyásoló tényezők	12
1.3.1. Az egy ár törvényének feltételezései	12
1.3.2. Makroökonómiai tényezők	13
1.3.3. Mikroökonómiai tényezők	16
1.4. Néhány tesztelési eredmény	19
2. Ár-összehasonlítás az UBS adatbázisa alapján	25
2.1. Néhány módszertani kérdés	25
2.2. Időbeli és keresztmetszeti összehasonlítás 2000. és 2003. évi adatok alapján	28
EU-15	29
2.3. Ár-összehasonlítás 2006. évi adatok alapján	32
2.4. Néhány, az árkonvergenciával kapcsolatos következtetés	42
3. A személygépjármű- árak összehasonlítása	44
3.1. Általános megjegyzések	44
3.2. Szakirodalmi előzmények	45
3.3. Árösszehasonlítás	49
4. Az üzemanyagárak összehasonlítása	56
4.1. Az üzemanyagpiac néhány jellemző vonása	56
4.2. Árösszehasonlítás	58
4.3. Összefoglalás, következtetések	69
5. Az Internet és az árak	72
5.1. A tervezett empirikus felmérés korlátai	72
5.2. Az internetes kereskedelem és az árak közötti kapcsolatok a nemzetközi szakirodalomban	73
5.3. Az internetes kereskedelem és az árak kapcsolata Magyarországon	75
6. Összefoglalás és következtetések	79
8. Függelék	86
8.1. Az általános forgalmi adó szabályozása	86
8.2. Az Interneten végrehajtott árgyűjtés eredményei	92
9. Hivatkozások	102

Bevezetés

A **kutatás célja** a Magyarország és az Európai Unió közötti áreltérések feltérképezése a nagy értékű fogyasztási cikkek esetében a statisztikai nyomon követés korlátainak figyelembe vételével. A kutatási cél mögött az a kutatási hipotézis húzódik meg, hogy Magyarország európai uniós csatlakozását követően vélelmezhetően felgyorsult a hazai árszínvonal és az árak közeledése az európai uniós átlaghoz, azon belül különösen a tartós fogyasztási cikkek árában csekély a különbség.

A tanulmány középpontjában mégsem elsősorban az árszínvonalak és az árak konvergenciájának vizsgálata áll, hanem az áreltéréseké, azaz a tanulmány azt vizsgálja, hogy egyrészt mekkorák az áreltérések, másrészt mik lehetnek az áreltérések okai. Az összehasonlítás az Európai Unió, azon belül a Gazdasági és Monetáris Unió. A rendelkezésre álló statisztikai adatok függvényében ugyanakkor egyes esetekben időbeli összehasonlításra is sor került.

A téma áreltérések elemzésére történt leszűkítését területi okokon túlmenően többek között az magyarázza, hogy Magyarország európai uniós csatlakozása óta kevés idő telt el, az EU-csatlakozás előtti időszakról pedig kevés nemzetközi összehasonlítást lehetővé tevő konzisztens áradatsor található.

A tanulmány az elméleti alapokra támaszkodva néhány kiválasztott tradeable termék árának és belső és külső piaci környezetének elemzésére koncentrált. A termékek kiválasztását praktikus szempont motiválta: konzisztens, időbeli és országok közötti áradatok rendelkezésre állása. A tanulmány megközelítése mikrogazdasági jellegű, azaz az áreltérések mikrogazdasági okainak és hajtóerőinek, hatásainak és hatásmechanizmusainak az elemzésére koncentrált, miközben szűkebb tartományban érinti a makrogazdasági okokat.

A kutatás és az annak eredményeit összegző tanulmány **első része** az egy ár törvényét és a vásárlóerő-hipotézist mutatja be, majd az Európai Unió egységes belső piacának és a Gazdasági és Monetáris Uniónak a kutatási téma szempontjából releváns jellemzőjét tekinti át. Ezt követően

azonosítja az elméletek érvényesülését előmozdító és akadályozó tényezőket, végül néhány, az elmélet verifikálására vonatkozó kutatási eredményt közöl, mindezt a nemzetközi kereskedelembe bekerülő, illetve a világgazdasági versenynek kitett termékeket tartalmazó tradeable szektorra és a gazdasági integrációkra koncentrálva.

A **második részben** a svájci Union Bank of Switzerland által rendszeresen (2-3 évente) publikált Preise und Löhne című kiadványában szereplő termékek magyarországi árát hasonlítjuk össze más országok áraival. Metodológiai korlátai ellenére az UBS adatbázisa igen széleskörű nemzetközi árösszehasonlítást tesz lehetővé.

A **harmadik rész** középpontjában egyrészt az Európai Unió személygépjármű-árainak az összehasonlítása áll. Az EU 1993 óta közöl konzisztens adatokat (márkákra lebontva) az egyes országok fogyasztáshoz kapcsolódó adók nélküli és adóval növelt személygépjármű-árainról. Itt azt vizsgáljuk, hogy az Európai Unióban, még szűkebben a Gazdasági és Monetáris Unióban közeledtek-e az árak egymáshoz (mérséklődött-e a szórás) és hogyan alakult (nőtt vagy csökkent) a magyar árak és az EU-átlag, illetve néhány EU-tagország (Ausztria, NSZK stb.) árai közötti különbség.

A **negyedik részben** ugyanezt a kutatást végezzük el az üzemanyagok áralakulására vonatkozóan. Itt is különbséget teszünk az adók nélküli és a hozzáadott érték típusú, még általánosabban a fogyasztáshoz kapcsolódó adókkal és illetékekkel megemelt árak között.

Az **ötödik részben** eredetileg nagyobb értékű fogyasztási cikkek empirikus adatfelvétellel nyert kiskereskedelmi árait kívántuk összevetni magyar-osztrák viszonyaltban viszonylag széles árureprezentációra támaszkodva. A pályázatban kérthez képest kisebb odaítélt támogatás miatt azonban ezt sajnos mellőznünk kellett. Ehelyett magyar, osztrák és német értékesítők azonos termékekre vonatkozó árait kívántuk összevetni az Interneten található információk alapján. A magyar árak rendkívül korlátozott hozzáférhetősége miatt ez kevés használható információt eredményezett. Ezt ellensúlyozandó részletesebben foglalkoztunk azzal, hogy az Internet milyen hatást gyakorol az árakra, az országok közötti árkülönbségekre.

A **hatodik rész** egyrészt összefoglalás, másrészt ebben a részben következtetéseket vonunk le a szakirodalmi áttekintésből, a statisztikai és az internetes elemzésből magyar szempontból, különös tekintettel a versenyre és a versenypolitikára.

A tanulmány megírásakor arra törekedtünk, hogy az egyes fejezetek önállóan is érthetők legyenek. Bár törekedtünk az átfedések kiküszöbölésére, az egyes fejezetek önállóegységként való kezelése miatt ez nem mindig sikerült.

1. Elméleti áttekintés és háttér

Ez a rész a kutatás elméleti alapjait vázolja. Kiindulópontját az árkonvergenciát megalapozó egy ár törvénye és a vásárlóerő-hipotézis képezi. Ennek és feltételezéseinek bemutatása után áttekintjük az EU egységes belső piacának és a Gazdaági és Monetáris Uniónak az árkonvergencia vagy árdivergencia szempontjából releváns vonásait, majd nemzetközi szakirodalmi forrásokra támaszkodva meghatározzuk az elméletek érvényre jutását előmozdító és gátló egyéb tényezőket makro- és mikroökonomiai bontásban. Végül néhány, az egy ár törvényének és a vásárlóerő-hipotézisnek az empirikus tesztelésével kapcsolatos kutatási eredményt közlünk.

1.1. Az egy ár törvénye és a vásárlóerő-hipotézis

A nemzetközi ár- és árszínvonal-összehasonlítások (árdinamikák és relatív árszínvonalak) kiindulópontját az egy ár törvénye (Law of One Price – LOOP) és aggregát megfelelője, a vásárlóerő-paritás (Purchasing Power Parity – PPP) törvénye képezi. Az **egy ár törvénye** értelmében a nemzetközi kereskedelemben kerülő azonos áruk (tradeable goods) közös devizában kifejezett ára egyenlő kell, hogy legyen minden földrajzi helyen, nemzeti és nemzetközi tekintetben egyaránt, azaz mind az egyes országokon belül, mind az egyes országok között. Ugyanezt állítja a **vásárlóerő-paritás hipotézis**, amely szerint hosszú távon a vám- és monetáris uniókban az árszínvonalak egy közös árszínvonalhoz konvergálnak, ami 1 reálárfolyamnak felel meg.

Ha egy homogén áru ára két földrajzi helyen különböző lenne, akkor az arbitrázsőrök nyereséget érnének el azáltal, hogy a szóban forgó árut ott vásárolnák, ahol az viszonylag olcsó, és ott adnák el, ahol viszonylag drága. Ennek nyomán az áruk az olcsóbb régiókból a drágábbak felé áramlanának. Ez a folyamat addig tartana, ameddig a két piacon kiegyenlítődnek az árak, így az arbitrázs lehetősége megszűnik. Logikailag ebből az következik, hogy annál gyorsabb az árak kiegyenlítődése, minél nagyobbak voltak a kezdeti árkülönbségek.

Az egy ár törvényével foglalkozó elemzések jelentős része a nemzetközi kereskedelemben nem kerülő árukat (non-tradeable goods) nem veszi figyelembe. A gazdasági integráció megfelelően magas fokán a nemzetközi kereskedelemben nem kerülő áruk árai is konvergálnak.

Ha az egy ár törvénye nemcsak egy árura, hanem többre is érvényes, akkor érvényesnek kell lennie az összes aggregált árura is. Ebből vezették le az említett vásárlóerő-paritás hipotézist. Mind az egy ár törvénye, mind a vásárlóerő-paritás hipotézis szigorú feltételek mellett érvényesül, amelyek a következők:

- tökéletes verseny van,
- nincsenek szállítási költségek,
- a nemzetközi kereskedelem teljes mértékben liberalizált, azaz az egyes országok közötti áruáramlásokat nem akadályozzák mennyiségi korlátozások, vámok és nem vámjellegű akadályok.

Az árak közeledése a szigma és a béta konvergencia segítségével írható le. **Szigma konvergencia** akkor következik be, ha adott változó szórása (σ) időben csökken. Ez a koncepció a reálkonvergenciával foglalkozó szakirodalomból származik (*Barro és Sala-i-Martin 1992*), eredetileg a jövedelmek keresztmetszeti szórására vonatkozott. Az árak vonatkozásában szigma konvergenciáról akkor beszélhetünk, ha az árak szórása időben csökken.

A **béta konvergencia** két fajtája különböztethető meg. **Abszolút (feltételek nélküli) béta konvergencia** akkor következik be, ha adott változó különböző szintjeivel rendelkező országok azonos ponthoz közelítenek. **Feltételes (gyenge) béta konvergencia** az a folyamat, ahol adott változó különböző szintjeivel rendelkező országok közelednek egymáshoz, de az azonos pontot nem érik el. Az árak vonatkozásában a Barro-féle regresszióban a jövedelemszinteket árkülönbségekkel helyettesítik.

Van néhány piac, ahol az egy ár törvénye, nem utolsó sorban a globalizáció következtében, teljes mértékben érvényesül. A legjobb példa erre a devizapiac, amely a nagyszámú, a likvid devizák árfolyamát egyenként befolyásolni nem képes piaci szereplő tevékenysége miatt a legtökéletesebb piac. Az arbitrazsőrök tevékenysége nyomán ugyanis

két valuta árfolyama a világ minden pontján ugyanaz a devizatőzsdén és az OTC-piacon. Ugyanígy az árutőzsdéken bevezetett nyersanyagok ára, beleértve a kőolajét is, ugyanaz a világ minden pontján.

Az árszínvonalak konvergenciája két csatornán keresztül valósul meg. Az első az **inflációs csatorna**, amikor a gazdaságilag fejletlenebb országba, ahol alacsonyabbak az árak, gyorsabban emelkednek az árak, mint a fejlettebbekben. Ez azt jelenti, hogy a fejletlenebb országokban magasabb az inflációs ráta, mint a fejlettebbekben. A második az **árfolyamcsatorna**. Ebben az esetben a nemzeti valuta felértékelődése a vásárlóerő-standardban (Purchasing Power Standard — PPS) kifejezett komparatív árszínvonal emelkedésében jut kifejezésre. A nominális felértékelődés minden árat egyformán érint a gazdaságban, míg az inflációs csatorna szelektív, azaz az egyes áruk és szolgáltatások ára eltérő mértékben emelkedhet.

Tételezzük fel, hogy a tradeable és a non-tradeable szektor árai közötti konvergencia a múltban egyenlőtlenül valósult meg, és tradeable javak árai kiegyenlítődték. Ilyen körülmények között a nominális felértékelődés kizárólag a non-tradeable termékek árának emelkedéséhez vezet, mert a tradeable javak reálárjai az egy ár törvényével összhangban a közös szinten rögzítettek. Nemzeti valutában kifejezve a tradeable termékek nominális árai az árfolyam felértékelődése miatt csökkennek. A két csatornát kombinálva a második tekinthető szelektívnek (*Kenen (1969) és Sinn (2002), idézi: Ševela (2006), 198. o.*).

1.2. Az EU egységes belső piaca és a Gazdasági és Monetáris Unió

A **regionális gazdasági társulások** (preferenciális vámövezet, szabadkereskedelmi övezet, vámunió, közös piac, egységes piac, gazdasági és monetáris unió és politikai unió) egyes fejlődési fokozatainak megvalósításától a tagállamok közötti kereskedelem akadályainak (vámok, mennyiségi korlátozások, nem vámjellegű akadályok stb.) lebontása miatt az árak és árszínvonalak közeledését lehet várni. Az Európai Unióban a tagállamok közötti kereskedelem előtti akadályok lebontása és a négy szabadság (az áruk, a szolgáltatások a tőke és a munkaerő szabad áramlása) érvényesítése (az

áruforgalomban nincsenek mennyiségi korlátozások, vámok és a nem vámjellegű akadályok nagyobb részét is leépítették) erősíti a vállalatok közötti versenyt, a tőke hatékonyabb allokációját és a termelés hatékonyságát, mindez pedig az árak konvergenciáját eredményezi.

Az utóbbi 10-15 évben az Európai Unióban az egységes belső piac és a gazdasági és monetáris unió megvalósítása nyomán került előtérbe az árak és árszínvonalak kiegyenlítődése vagy legalább is közeledése a tagországok között.

A Közösség belső piacának egységesítését, azaz a tagállamok közötti kereskedelemben fennmaradt ún. láthatatlan vagy nem vámjellegű akadályok (fizikai, technikai és fiskális) lebontását az ún. Egységes Európai Okmány hatályba lépését követően 1987-ben kezdték meg. Az egységes belső piac létrejöttét 1993. január 1-ével deklarálták, bár a folyamat nem fejeződött be, mert az egységesítést újabb és újabb területekre terjesztették ki. Az 1997-ben elfogadott Egységes Piaci Cselekvési Terv például már 1339 irányelvet említett. A belső piac egységesítése jelenleg is tart.

A láthatatlan vagy nem vámjellegű akadályok közül a Közösség belső határain a vámellenőrzés és vámeljárás megszüntetésének volt kiemelkedő jelentősége. *Engel és Rogers (1996)* kimutatta ugyanis, hogy **a határok hatása** döntőbb, mint a távolságé még akkor is, ha a két országban ugyanaz a nyelv és a hasonlóak a kulturális és politikai hagyományok. Az empirikus kutatások igazolták, hogy jóval nagyobbak az árkülönbségek két olyan város között, amelyek két különböző országban találhatók, mint két, egy országban lévő város között. Ennek az lehet a magyarázata, hogy az országhatárok megteremtik a vállalatok számára a monopolárazás lehetőségét, azaz a vállalatok úgy aknázzák ki az exportpiacokat, hogy a hazai piacon magasabb árakat alkalmaznak, mint a külső piacokon.

A belső piac egységesítése során sok olyan irányelvet fogadtak el, amely közvetve befolyásolta az egyes termékek fogyasztói árát, az árképzési módszerek közelítésével hozzájárult az árak jobb átláthatóságához a Közösségen belül.

Szakértői vélemények szerint az egyes országok árszínvonalában 5-10 százaléknál nagyobb különbségek nem indokoltak az egységes belső piac megvalósítását követően (a korábbi 25-35 százalékkal szemben) a hasonló gazdasági fejlettségi szintű országokban. Az 5 százaléknál kisebb árszínvonal-különbségek a fogyasztói preferenciák országonkénti eltéréseire, valamint a szállítási költségekre vezethetők vissza elsősorban, ezeket arbitrázzsal nem lehet megszüntetni.

A **Gazdasági és Monetáris Unió** megvalósításától, azon belül a közös pénz bevezetésétől **az árak jobb átláthatósága és közvetlen összehasonlíthatósága** miatt várták az egyes tagállamok közötti árszínvonal- és árkülönbségek mérséklődését, egyes szakértők azok kiegyenlítődéset. A transzparencia három elméleti csatornán keresztül érvényesül.

- Először, a nemzeti valuták eltűnésével **az árak és a bérék átláthatósága és közvetlen összehasonlíthatósága automatikusan megvalósul**, az összehasonlításához nem kell az egyik valutát konvertálni a másikra. A transzparencia csökkenti az információs költségeket és mind a fogyasztók, mind a termelők számára lehetővé teszi a termékek árának összehasonlítását.
- Másodsor, a **Gazdasági és Monetáris Unió javítja a fogyasztók határokon átnyúló arbitrázsban való részvételét.**
- Harmadszor, a GMU-ban kedvezőbb lehetőségekkel rendelkeznek a szállítók ahhoz, hogy figyelemmel kísérjék a versenytársak árait, ezáltal **összejátszanak az árképzésben** (*European Commission (2001), 5. o.*). Bár az említett hatások országok és iparágak között differenciáltak lesznek, a javuló arbitrázzsal kapcsolatos első két tényező pozitív hatása jelentősebb lesz, mint a harmadikként bemutatott összejátszás negatív hatása.

Az **Európai Unióban**, azon belül a Gazdasági és Monetáris Unióban nincsenek olyan jogszabályok, amelyek közvetlenül az árakra, illetve az árszínvonalra hatnak. Ugyanakkor nagyszámú olyan közösségi politika és jogszabály van érvényben, amely közvetve befolyásolja az árakat. Ha a tagállamok közötti árak és árszínvonalak közeledésére vagy

kiegyenlítésére került sor, akkor az az integrálódás eredménye volt, nem pedig célja.

Az árkiegyenlítésnek az Európai Unióban és a Gazdasági és Monetáris Unióban korlátokat szab **a Maastrichti Szerződés inflációs rátával kapcsolatos konvergencia-kritériuma**. E követelménynek akkor felel meg a jelölt tagállam, ha a fogyasztói árindexszel mért inflációs rátája legfeljebb 1,5 százalékponttal haladja meg a konvergencia-jelentésben meghatározott egyéves periódusban a legstabilabb árakkal (legalacsonyabb inflációs rátával) rendelkező három európai uniós tagország ugyanezen időszakra számított inflációs rátájának számtani átlagát.

Az inflációs rátára vonatkozó nominális konvergencia-kritérium akadályozza az inflációs csatornán keresztül megvalósuló árkonvergenciát azáltal, hogy maximálja a tagállamok közötti inflációs ráta nagyságát.

A Maastrichti Szerződésben rögzített konvergencia-kritériumok közül az **árfolyam-kritérium** sem konzisztens az árkonvergenciával. Mint ismert, a Gazdasági és Monetáris Unióba lépni kívánó országoknak két évet el kell tölteniük az ERM-2 árfolyamrendszerben. Az ERM-2-ben az intervenció sáv megakadályozza a tagjelölt országok nemzeti valutáinak erőteljesebb felértékelődését. A nominális konvergencia követelményei teljesítésének az ára a reál konvergencia lassulása lesz. Ebből az következik, hogy előbb a reál konvergenciát kell teljesíteni, mert a nominális konvergencia preferálása elnyújtja a reál konvergenciát (Ševela (2006), 199. o.).

A Gazdasági és Monetáris Unióba belépő országok számára nemzeti valutájuk árfolyamának az euróhoz való rögzítése miatt megszűnik az árfolyamcsatorna az ár- és árszínvonal-konvergencia terén. Az árkonvergencia eszköze ekkor a belföldi árak emelkedése lesz. Ebben az esetben az olcsóbb termékek belföldi ára gyorsabban nő, így a fogyasztók nem érzékelik azon termékek árának a csökkenését, amelyek ára az árfolyamcsatornán keresztül korábban kiegyenlített. fix árfolyamrendszerben ezért a fogyasztók számára az áralkalmazkodás sokkal fájdalmasabb, mint a nemzeti valuta felértékelődésén keresztül.

(Ševela (2006), 199. o.). A fix árfolyamrendszeren belüli áralkalmazkodás ugyanakkor jelentős nyomás alá helyezheti a kis- és nagykereskedelmi árreéseket.

1.3. Az egy ár törvényének érvényesülését befolyásoló tényezők

1.3.1. Az egy ár törvényének feltételezései

Az árkiegyenlítődést, illetve az egy ár törvénye megengedőbb változatában az árak közeledését nagyszámú tényező befolyásolja. Ezek egy része akadályozza, másik része ösztönzi az árak országok közötti konvergenciáját. A befolyásoló tényezők közül a leglényegesebbek az **egy ár törvényéhez kapcsolódó feltételezések**, amelyek a gyakorlatban nemigen érvényesülnek.

Tökéletes versenypiacok helyett a modern gazdaságokat az **oligopolisztikus piaci szerkezet** jellemzi. Ezt a piacot viszonylag kevés számú, de nagy tőkeerejű szereplő kínálata dominálja, amelyek túlságosan erősek ahhoz, hogy a piaci pozícióikat egymás rovására, a közöttük kibontakozó árverseny révén legyenek képesek javítani. Ez a küzdelem túlságosan hosszúra nyúlhatna anélkül, hogy érdemi átrendeződéshez vezetne a fennálló pozíciókban, ezen kívül rendkívül költséges és kockázatos is. A közgazdasági elmélet igazolta, hogy az oligopolisztikus piacokon az árak hosszabb időszakokban is relatíve stabilak. Ha egy cég emeli az általa forgalmazott termék vagy szolgáltatás árát, akkor a versenytársak e lépésre nem reagálnak áremeléssel, így az árat emelő cég piaci részesedése csökken. A cég vagy tönkremegy, vagy kénytelen újból mérsékelni az árat. Ha viszont egy vállalat árat csökkent, akkor olyan pusztító árverseny indul meg, ami egyik piaci szereplőnek sem érdeke. Ezért az árak hosszabb időszakban relatív stabilitást mutatnak, amit időnként rövid ideig tartó gyilkos árverseny szakíthat meg. A relatíve stabil árakat a reálszféra oldaláról a műszaki fejlesztés, illetve az azzal kapcsolatos termelékenység-javulás teszi lehetővé. Ezzel párhuzamosan a piaci verseny súlypontja az árakról más, nem ár jellegű tényezőkre tevődik át (minőség, védjegyek, reklám, termékdifferenciáció stb.).

Az oligopol piacokon az árak "ragadósak" (sticky), azaz lassan és gyengén reagálnak a kereslet és a kínálat, illetve az egyéb körülmények változásaira. Ha az árak „ragadósága” tekintetében különbségek vannak az egyes országok között, akkor aszimmetrikus sokkok különféle módon fogják érinteni az egyes országok árait, ami az árak országok közötti divergenciájához vezet.

Az egy ár törvényének másik feltételezésével kapcsolatban figyelmet érdemel, hogy a **szállítási költségek** különbsége még egy ország régiói között is okozhat árkülönbségeket, nemhogy különböző országok között. A szállítási költségek nem csekély mértékben magyarázzák az egymástól távoli piacok közötti áreltéréseket. *Engel – Rogers (1996)* szerint a földrajzi távolság 10 amerikai és 9 kanadai város árai közötti szórást kielégítően magyarázta. A kőolaj világpiacon az utóbbi években végbement emelkedése nyomán a szállítási költségek is nőttek, ami lassíthatta az árkiegyenlítődést a Gazdasági és Monetáris Unióban. Ezt vélelmezhetően ellensúlyozta valamelyest az, hogy a magasabb szállítási költségek átrendezték a beszerzési forrásokat a közelebb fekvő kínálati források javára.

Sok jel utal arra, hogy a globalizáció hatására az utóbbi években a szállítási és elosztási költségek lefelé konvergáltak. Ennek ellenére jelentősek az egyes országok közötti különbségek nem utolsósorban azért, mert a szállítási költségeknek nem tradeable komponensei is vannak (bérek, bérleti díjak, adók stb.) (*European Commission (2001), 3. o.*).

Az egy ár törvényének harmadik feltételezése, a **nemzetközi kereskedelem liberalizálása** megvalósul a gazdasági integrációkban. Ennek mértéke eltérő a regionális gazdasági társulások egyes formáiban. Ugyanakkor a nemzetközi kereskedelem liberalizálása nem vezet automatikusan a külkereskedelem előtti nem vámjellegű, rejtett akadályok felszámolásához.

1.3.2. Makroökonómiai tényezők

A makroökonómiai tényezők közül elsőként említhető a **Balassa-Sameuelson-elmélet**, amely szerint a nemzetköziesedéssel a tradeable

javak áraiban meglévő országok közötti különbségek kiegyenlítődnek, ami maga után vonja az összes ár kiegyenlítődését is, azaz a non-tradeable javakét (zömmel szolgáltatások) is. A Balassa-Samuelson-elmélet szerint pozitív korreláció van az árak és az árszínvonal, illetve az egy főre jutó GDP-vel jellemezhető gazdasági fejlettségi szint között. Empirikus kutatások szerint a non-tradeable javak körében az árkonvergencia lassú, huzamosabb időn keresztül is fennmaradhatnak árkülönbségek az egyes országok között. A szolgáltató szféra GDP-ben elfoglalt arányának növekedése is hozzájárulhat az országonkénti árszínvonal-különbségekhez, illetve lassíthatja az árkonvergenciát.

Az országok közötti árkiegyenlítődést **a monetáris és a fiskális politikában** meglévő különbségek is erősíthetik. A monetáris és a fiskális politika különbségei ugyanis különböző hatást gyakorolnak az inflációs rátára az egyes országokban, ami legalább is rövid távon fokozhatja az árkülönbségeket.

Az **árfolyamkockázat** szintén emelheti az országok közötti árarbitrázs költségeit. Ez a kockázat magasabb akkor, ha hosszú távú beruházásra van szükség a potenciális arbitrázslehetőségek kiaknázásához, mivel egy évnél hosszabb futamidőre nehéz fedezni az árfolyamkockázatot. *Allington, N. FB, Kattuman, P., Waldmann, F.A. (2005)* számításai szerint az euró bevezetésének hatása nagymértékben függ a Gazdasági és Monetáris Unióba való belépés előtti árfolyamkockázat nagyságától. Ha a gazdasági szereplők az árfolyam-ingadozásokra úgy reagálnak, hogy termékeik helyi devizában kifejezett árát változatlanul hagyják, akkor ez az országok közötti árkülönbségek emelkedésével jár, nő az árak országok közötti szórása. Empirikus felmérések szerint a vállalatok rendszerint nem érvényesítik értékesítési áraikban teljes mértékben az árfolyamváltozások hatását. A részleges érvényesítésre magyarázat lehet az árváltoztatás meglehetősen nagy költsége és a vállalatok diszkriminációs árstratégiája.

Nem elhanyagolható a **külkereskedelem** szerepe, nemzetgazdasági jelentősége sem. Egy ország árszínvonala ugyanis nemcsak belföldi tényezőktől függ, hanem külsőktől is. Ha egy ország GDP-jében magas az import aránya, akkor az általános hazai árszínvonalat a kereskedelmi partnerekéi is befolyásolják. Ez különösen akkor kap jelentőséget, ha a

vizsgált ország kicsi, és van a közelében egy olyan nagy ország, amely nagy hatást gyakorol a régióban lévő partnereire, miközben a kis ország befolyása nagyságrendi összefüggések miatt csekély. Például Luxemburg importjának nem elhanyagolható hányada jut a nem EU-tag USA-ra. Ebben az esetben az importárak emelkedése a teljes árszínvonalat is erőteljesebben emeli, árcsökkenés esetén értelemszerűen mérsékli.

Az árkiegyenlítődés, illetve az árak közeledése ellen hatott, hogy az ún. **érzékeny termékek** (mezőgazdasági termékek, textíliák, ruházati cikkek, kohászati termékek stb.) importját, illetve annak növekedését különféle nemzetközi megállapodásokkal és kereskedelempolitikai eszközökkel korlátozták az Európai Unióban. Ennek következtében a gazdaság jelentős szegmenseiben nem bontakozhatott ki az importverseny.

Minden erre irányuló törekvés ellenére nem bontották le a **szubvenciókat** az Európai Unió belső piacának egységesítését deklaráló időpontig a tagállamokban, illetve a szubvenciók lebontásának az üteme különböző volt az egyes tagországokban.

A nominális kamatlábak szerepe sem elhanyagolható. A Gazdasági és Monetáris Unió létrejötte előtt a rövid lejáratú nominális kamatlábakat minden ország jegybankja maga állapította meg a jegybanki referenciarátákon keresztül. Következésképpen összehangolás hiányában az egyes országok reálárfolyamában különböző mértékű változások mentek végbe. A GMU létrejötte után mindegyik tagországra ugyanaz a nominális kamatláb vonatkozik, ami a tagországok árszínvonalainak a konvergenciáját kellene, hogy elősegítse. Mivel a tőke alternatívaköltsége mindegyik országban ugyanaz, ezért az inflációs rátának végső fokon mindegyik tagországban ugyanannak kellene lennie. Fontos megjegyezni, hogy a közös nominális kamatláb a GMU-tagországokat kezdetben eltérően érintheti. Ennek oka az, hogy a gazdasági helyzet az egyes országokban különböző a közös valuta bevezetésének időpontjában, amire az egyes tagállamok különbözőképpen reagálnak. A GMU esetében először az inflációs ráták divergáltak, ami az árszínvonalak konvergenciájára utalt. Amikor a kiinduló helyzetben a GMU-tagországok árszínvonalai különbözőek, és ugyanazzal a kamatlábbal és nyitottabb piaccal szembesülnek, akkor az

inflációs ráták divergenciája az árszínvonalak konvergenciájának a jele lehet (Nilsson (2007)).

1.3.3. Mikroökonómiai tényezők

Az árakra gyakorolt hatások tekintetében a mikroökonómiai tényezők közül az egyik leglényegesebb a vállalati üzleti stratégia, azon belül az árpolitika. A **vállalati árpolitikák** különbözhetnek az egyes termékpiacokon. Korábban egyes vállalatok profitáltak az **árdiszkriminációból**, azaz abból, hogy ugyanannak a terméknek az ára az egyes felvevőpiacokon különböző volt. Az euró bevezetésével az árak közvetlenül összehasonlíthatóak a Gazdasági és Monetáris Uniót alkotó országokban. A diszkriminációs árpolitika ha nem is válik lehetetlenné teljesen, de alkalmazhatósága számottevő korlátokba ütközik. E tényezők hatására a hangsúly a vállalati marketingstratégiákban várhatóan az árról a termékekhez kapcsolódó szolgáltatásokra és a vevők elégedettségének javítására tevődik át.

Ha egy vállalat jó márkanevekkel rendelkező, kedvező piaci pozíciójú termékeket értékesít valamelyik országban, amelyeket a fogyasztók kedvezően fogadnak, akkor semmi nem akadályozza meg abban, hogy magasabb árat kérjen érte.

Az árak kiegyenlítődségét, illetve közeledését az országonként különböző **kis- és nagykereskedelmi árrések** kis gátolják. Ehhez adódik a **tökéletlen verseny**, illetve a helyi versenyfeltételek hatása.

Ugyanakkor az árak kiegyenlítődségének irányába hat a piaci szabályozás, azon belül a **hálózatos iparágak liberalizációja**. Az **Internettel**, azon belül az internetes kereskedelem terjedésének árakra gyakorolt hatásaival az 5. fejezetben foglalkozunk.

A nemzeti árszínvonalak közeledését korlátozza, hogy az egyes tagállamok **adórendszerei** az eddigi harmonizációs törekvések eredményei ellenére nagymértékben különböznek egymástól. Az árszínvonal és az árkonvergencia elemzése szempontjából az **általános forgalmi adó** szerepe a döntő, amely az áruk és szolgáltatások

értékesítésére kivetett adó, árképző tényező, ezáltal érinti az árakat. Ennek alapján a magas általános forgalmi adókulccsal rendelkező országokban az árak is magasabbak, mint ott, ahol az áfa-kulcsok alacsonyabbak.

Az általános forgalmiadó-kulcsok között nagyok az országonkénti eltérések. A **normál áfa-kulcs** 15 (Luxemburg) és 25 százalék (Svédország és Dánia) között van az Európai Unióban. E különbségek a fogyasztói árszínvonalakban is tükröződtek, illetve tükröződnek. Feltételezhető, hogy ha az általános forgalmiadó-kulcsokat erőteljesebben harmonizálnák az Európai Unióban, akkor az árak is jobban közelednének egymáshoz. A harmonizáció azt jelentené, hogy az áfa-kulcsok közötti különbség 5 százalékpontnál kisebb értékre csökken. Az 5 százalékos sáv az, amely a kereslet és a kínálat ingadozásait figyelembe véve nem okoz nagyobb árkülönbségeket. (A közösségi áfa-szabályozás leglényegesebb elemeit tartalmazza a 8.1. függelék.)

Emellett a legalább 5 százalékos **kedvezményes áfakulcsok** nagysága is eltérő az egyes országokban. Ehhez adódik még az a torzító tényező, hogy a kedvezményes áfakulcs nem ugyanazokra a termékekre vonatkozik az EU-tagállamokban.

Az általános forgalmi adón túlmenően a kormányok egyes termékek és szolgáltatások árképzését is befolyásolják. Így a gyógyszerek, a háztartási energia, a telekommunikációs szolgáltatások, a lakbérek stb. árképzésére hatósági előírások, árformulák vonatkoznak. Ha ezek az „ársapkák” (price cap) különbözőek az egyes országokban, akkor az érintett termékek és szolgáltatások árainak a szórása nagy. Az ársapka ugyanakkor az érintett termék és szolgáltatás előállítói számára is megkötöttség, ami egy országon belül ugyan a régiók közötti árkonvergenciához vezet, növeli viszont az országok közötti árkülönbségeket. Az ársapkák viszont arra a hallgatólagos megállapodásra ösztönzik a termelőket, illetve a szolgáltatókat, hogy a maximált ár alatt ne értékesítsenek.

Az Európai Unióban az árak és árszínvonalak, azon belül **a tradeable áruk árának kiegyenlítődését** a már említett szállítási költségek mellett nagymértékben akadályozza a **fogyasztói preferenciák** eltérése, ami

erősíti az egyes országok közötti árdiszkriminációt. A fogyasztói preferenciák eltérései különösen nagy súllyal esnek latba az egységes belső piacon a fizikai határok lebontása (a vámeljárással és vámellenőrzéssel megszüntetése) után, amikor a határok hatása eltűnik a külkereskedelmi forgalomban.

A fogyasztói preferenciákban meglévő különbségeket jellemzi, hogy például Hollandiában egy főre vetítve kilencszer annyi natúr joghurtot esznek, mint Írországban. A holland szupermarketek nagy forgalma nem csekély mértékben magyarázza azt, hogy Hollandiában a joghurt ára az írországi egyharmada.

Még ugyanazon termék, mint például a hal esetében is eltérhet az egyes országokban uralkodó ízlésvilág. Más halat fognak a belga és az ír halászok, mert más-más ízlést elégítenek ki. Az egyes országokra jellemző eltérő ízlés és fogyasztói preferencia az ún. párhuzamos import hatékony gátja. (A párhuzamos import azt a tevékenységet jelöli, amikor egy cég alacsony áron felvásárol valamilyen terméket egy országban abból a célból, hogy azt drágábban egy másik országban eladja.)

Nemigen van olyan termék, amelyet egész Európában ugyanolyan formában, ugyanolyan feltételek mellett értékesítenek. A Magnum jégkrém például, amelynek marketingje hasonló egész Európában, más-más ízesítéssel készül a kontinens egyes országaiban. Azok a termékek, amelyeket az egész világon fogyasztanak (például a Coca-Cola vagy a MacDonalddal szendvicsei, vagy akár Bruce Willis) inkább globálisaknak tekinthetők, semmint kizárólag európaiaknak.

Nincs „tisztán” tradeable termék, mert a nemzetközi kereskedelemben kerülő áruk számottevő mennyiségben tartalmaznak **non-tradeable komponenseket**, ami akadályozza az árkonvergenciát (*Rogoff (1996)*). A fogyasztási cikkek ára ugyanis nemcsak magának a tradeable terméknek az árát tartalmazza, hanem a bérleti díjakét, az előállításukhoz szükséges non-tradeable javak munkaerő-, szállítási és biztosítási költségeit is. Ezek a költségtényezők a non-tradeable intermedierek termékek árait is befolyásolják, ezáltal érintik a nemzetközi kereskedelemben kerülő végső áruk árai szórásának a nagyságát.

A fogyasztók által kezdeményezett és végrehajtott árarbitrázst az **ártranszparencia hiánya** is akadályozza. Bár két ország árainak összehasonlításához elemi matematikai műveletekre van szükség, az a pszichológiai hatás, hogy különböző mérőeszközt használnak, jelentős gátló tényező lehet. Ez a pszichológiai gát omlik le a Gazdasági és Monetáris Unió létrehozásával és közös valutájának bevezetésével.

1.4. Néhány tesztelési eredmény

Az utóbbi években nagyszámú elemzés született a gazdasági integráció, azon belül az egységes belső piac, illetve a gazdasági és monetáris unió, valamint az árak és árszínvonalak közötti kapcsolatról, az árak és árszínvonalak tagállamok közötti közeledéséről, a közeledés hajtóerőiről. A téma iránt folyamatosan érdeklődik a szakma, rendszeresen jelennek meg az egy ár törvényét tesztelő, illetve annak valamelyik aspektusát elemző tanulmányok. Ezeknek az elemzéseknek az eredményei meglehetősen vegyesek, gyakran egymásnak is ellentmondanak. Ez nem csekély mértékben magyarázható azzal, hogy regresszió-elemzéseknel nagy a veszélye annak, hogy fontos változók kimaradnak, emiatt több változó bevonásával más eredmények jöhetnek ki. A továbbiakban a teljesség igénye nélkül mutatunk be néhány kutatási eredményt.

Az Európai Bizottság számításai szerint 1985 és 1999 között a 15 tagú Európai Unió általános forgalmi adóval együtt számított árszínvonalának szórása 21-ről 15 százalékpontra csökkent, miközben a tagállamok árszint szerinti rangsora többé-kevésbé változatlan maradt. Csak Luxemburg, Hollandia és az Egyesült Királyság mozdult el kettőnél több hellyel felfelé vagy lefelé (*European Commission (2001), 6. o.*)

Nilsson, J. (2005) 1985 és 2005 közötti adatokra támaszkodó, a vásárlóerő-paritás elméletre alapozott modellje igazolta az árkonvergenciára vonatkozó elméleteket. Szerinte azonban az árkonvergencia nem az euró bevezetésére volt elsősorban visszavezethető, hanem a **külső nyitottság fokozódására**, ami a gazdasági integráció egyik leglényegesebb következménye volt. Ezt

támasztja alá, hogy az árkonvergencia jórészt az euró bevezetése előtti időszakban zajlott le.

Allington, N. FB, Kattuman, P., Waldmann, F.A. (2005) úgy találta, hogy **a Gazdasági és Monetáris Unióban erősebb volt az árkonvergencia, mint a GMU-n kívül maradt országokban.** Termékcsoport szinten általános irányzatként az árak szórása szintén mérséklődött. Az árkonvergencia teljes mértékben **a tradeable javakra szorítkozott**, a non-tradeable javak árai semmilyen konvergáló irányzatot nem mutattak. A tradeable szegmensen belül is vannak különbségek az egyes termékek és termékcsoportok között a termékek jellegéből adódóan (például romlandóság stb.) a nemzetközi kereskedelembe való bekerülés tekintetében, ugyanis az egyes áruk nem egyforma mértékben alkalmasak a nemzetközi kereskedelemben való részvételre.

Wolczak-Derlacz, J., Blander (2008) az 1995 és 2006 közötti időszakban vizsgálta a régi és az új tagállamok árainak a szórását. Az árkonvergencia az új tagállamok európai uniós integrálódásának egyik sikerindikátora. A kutatási hipotézis az volt, hogy a piaci integráció csökkenti az országok közötti árkülönbségeket. Az árak 2006-ban még alacsonyabbak voltak az új tagállamokban, mint a régiekben. A szórás mértéke nagyobb volt a nem aggregált adatok esetében, mint az aggregált árucsoportokban. A legtöbb termék esetében a szórás időbeli csökkenéseként értelmezett szigma konvergencia statisztikailag nem volt szignifikáns.

Haskel és Wolf (2001) jelentős országok közötti árdivergenciát talált adott homogén termékre és termékek között adott országpárokra. Ez az eltérés jelentős, tartós és időben meglehetősen stabil volt. Ennek alapján a gazdasági integrációkban a nulla árdivergencia nem lehet cél. Ezért az árak EU-ban mért szórását az USA-hoz, mint referencia-országhoz célszerű hasonlítani. Az USA mérete hasonló az Európai Unió méretéhez, emellett viszonylag jól integrált gazdasági övezet.

Bergin és Glick (2006) számításai szerint, amelyek nagyszámú ország és termékcsoport (101 tradeable termék, 108 város 70 országban, 1990 és 2005 között) vizsgálatán alapultak, az árak szórása határozott U alakú görbét követett az utóbbi években. A szórás először csökkent,

majd növekedett. A regresszió-elemzés azt mutatta, hogy ez az időben változó modell az 1990-es évek végétől egybeesett a kőolaj világszertei árának a változásaival, ami közvetlenül érintette a szállítási költségindexeket. A korábbi vizsgálódásokhoz képest e megközelítés újdonsága az, hogy a kőolajhoz kötött szállítási költségek időbeli változásaival számol. (A „távolsági elmélet” képviselői csak keresztmetszeti elemzést végeztek, azaz egy adott időpontra nézve hasonlították össze az árak szórását egymástól különböző távolságban lévő városokban.) Bergin és Glick fő következtetése az, hogy a nemzetközi kőolajárakhoz kapcsolódó szállítási költségek alakulása a nemzetközi árszórás lényeges hajtóereje. Olyan időszakban, amikor a kőolajárak magasak, a nemzetközi árkonvergencia is lelassul.

Az Európai Bizottság számításai szerint 1998-ban a forgalomra vonatkozó adók nélkül vett árak szórása az USA-ban 11,8 százalék, az Európai Unióban 14,6 százalék volt (*European Commission (2001)*). Az eredmények szerint van még tér az USA-hoz való közeledésben, különösen a tradeable javak körében. A non-tradeable javak esetében az USA-ban is nagy a szórás, elsősorban a lakásköltségekben meglévő jelentős regionális különbségek miatt.

Az Európai Unióra vonatkozó szórás helyességéről magunk is meggyőződünk az Eurostat adatai alapján, amelyeket az 1. táblázat tartalmaz. Az adatok azt mutatják, hogy a 15 tagú Európai Unióban az árszintek tagállamok közötti szórása az 1996. évi 16,6-ról 2007-ben 13,6 százalékra csökkent. A csökkenés nagy része is 2000 előtt ment végbe, az ezredforduló után alig történt változás. Ugyanez volt a trend a 12 tagú, azaz a csak régi EU-tagállamokat tömörítő Gazdasági és Monetáris Unióban, valamint általában Nyugat-Európában (az EU-15 Svájcjal és Norvégiával kiegészítve) is, ahol az árszintek konvergenciája 1999-ben, azaz a GMU megvalósításának második szakaszának kezdetén gyakorlatilag megállt. Ugyanakkor igen gyors volt az új közép-, kelet- és dél-európai országok árszintjeinek a felzárkózása az EU-átlag mögött, miként ez a 27 tagú Európai Unió szórásának a csökkenéséből jól kivehető. Egyrészt az újtagállamok árszintje felzárkózott a régieké mögött, másrészt az új tagállamok közötti különbségek is mérséklődtek.

Figyelmet érdemel, hogy az új tagállamok komparatív árszintjeinek a szórása 1996 és 2007 között gyors ütemben csökkent, 2007-ben kisebb volt, mint a Gazdasági és Monetáris Unióban. A 27 tagú Európai Unió, valamint az új közép-, kelet- és dél-európai országok közötti különbségek a gazdasági fejlettségi szintek eltéréseire vezethető vissza.

Az adatok sajátos strukturális hierarchiára utalnak, amelynek vezérlő elve az integrálódás intenzitása. Minél erősebb integrációs formáról van szó, annál erősebb az árkonvergencia. Az új tagállamok közötti integrálódásban vélelmezhetően mind az 1991 és 1996 között az EU-val kötött európai megállapodások, mind az 1992-ben a közép- és kelet-európai országok által egymás között létrehozott CEFTA-megállapodás, mind pedig az európai uniós csatlakozás szerepet játszott. A kereskedelempolitikai környezet javulásból, az integrálódás erősödéséből adódó előnyök kiaknázását támogatta a földrajzi közelség.

Az árkonvergencia sajátosságai Magyarország példáján is jól tanulmányozhatók (2. táblázat). 1999 és 2007 között a GDP árszínvonala az EU-27-hez képest 46,2-ről 63,9 százalékra emelkedett. Az árszínvonal közeledése ennél jóval gyorsabb volt, ezáltal az EU-27-hez viszonyított eltérés 2006-2007-ben jóval kisebb volt a tradeable termékek (tartós és féltartós fogyasztási cikkek, nem tartós fogyasztási cikkek, a tartós fogyasztási cikkekben különösen a személygépjárművek) körében, mint a non-tradeable szektorban (különösen a lakásfenntartás, az oktatás és az egészségügy esetében).

1. táblázat

Komparatív árszint indexek az EU-ban (EU-27=100)

	1996	1998	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
EU-27	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
EU15	106,5	105,9	105,6	105,4	105,5	105,9	106,0	105,6	105,6	105,3
Belgium	110,4	107,2	102,5	103,1	101,2	103,9	106,4	106,3	106,5	106,3
Bulgária	21,3	30,2	31,8	33,4	33,4	33,8	35,1	35,8	37,9	39,7
Csehország	40,9	45,0	45,9	48,6	54,4	52,1	53,2	57,1	60,0	61,1
Dánia	135,2	130,7	129,8	132,3	130,7	135,9	134,1	135,1	136,8	136,9
NSZK	119,8	114,5	111,2	111,3	110,2	108,5	106,4	105,5	105,0	104,9
Észtország	44,6	49,8	52,4	55,5	55,9	56,9	57,7	59,0	61,2	64,8
Írország	96,8	103,1	110,6	115,6	117,5	120,0	119,4	120,9	120,0	117,8
Görögország	79,5	79,6	78,9	78,1	77,2	81,5	82,6	83,0	83,8	84,4
Spanyolország	87,6	83,5	84,4	86,2	85,8	89,1	90,1	90,7	90,1	88,3
Franciaország	117,7	112,2	108,0	107,0	105,9	110,9	111,6	109,1	108,6	107,9
Olaszország	94,2	94,0	94,0	94,1	98,9	101,0	103,6	103,4	103,3	102,9
Ciprus	82,9	85,3	85,9	85,7	86,1	88,5	88,0	86,9	87,5	85,9
Litvánia	36,5	41,3	51,2	51,7	50,3	47,8	48,9	50,6	55,5	60,9
Lettország	32,5	41,2	47,2	47,5	48,0	47,0	48,4	50,8	52,9	55,5
Luxemburg	114,6	109,9	108,1	110,4	109,3	111,4	109,5	109,1	109,0	109,8
Magyarország	44,5	45,7	47,7	50,2	55,3	56,2	59,6	61,2	58,5	63,9
Málta	62,3	64,6	68,0	71,0	69,7	68,3	67,4	68,0	68,9	69,0
Hollandia	110,3	105,0	102,7	105,5	105,5	109,7	107,9	106,2	106,4	105,3
Ausztria	112,3	106,4	103,5	106,8	104,8	104,7	103,8	103,3	103,8	103,2
Lengyelország	46,7	49,4	52,8	59,0	55,5	49,5	48,8	55,8	57,8	60,7
Portugália	79,7	80,4	80,5	82,2	82,9	83,5	85,0	83,6	83,7	82,8
Románia	25,2	36,3	36,5	36,8	37,1	37,3	38,1	46,4	49,5	56,0
Szlovénia	71,3	72,9	70,9	72,4	73,0	74,6	72,7	72,6	73,4	75,5
Szlovákia	40,4	41,8	42,8	42,3	43,6	47,7	51,2	52,7	55,1	59,7
Finnország	120,7	116,3	114,4	117,8	117,4	119,6	115,8	116,3	115,3	117,3
Svédország	128,0	122,7	124,4	117,6	119,4	121,0	118,4	117,7	117,7	116,0
Egyesült Királyság	92,9	111,3	120,0	117,4	116,8	109,6	110,6	112,2	113,7	115,6
GMU-12 átlag	103,6	101,0	99,9	101,5	101,4	103,7	103,5	103,1	103,0	102,6
GMU-12 szórás	14,7	12,7	11,9	12,7	12,5	12,3	11,2	11,3	11,0	11,1
EU-15 átlag	106,6	105,1	104,9	105,7	105,6	107,4	107,0	106,8	106,9	106,6
EU-15 szórás	16,6	14,5	14,7	14,4	14,2	14,1	13,0	13,3	13,4	13,6
Nyugat-Európa* átl.	110,3	109,1	108,3	108,7	108,2	109,4	109,8	110,8	109,9	109,8
Nyugat-Eur. szórás	18,8	16,5	16,2	15,8	16,6	17,0	17,7	16,2	14,5	14,8
EU-27 átlag	79,6	80,8	81,7	82,9	83,2	84,1	84,2	85,2	86,0	87,1
EU-27 szórás	34,7	31,0	29,8	29,3	28,8	29,8	28,8	27,5	26,6	25,1
EU-12** átlag	45,8	50,3	52,8	54,5	55,2	55,0	55,8	58,1	59,9	62,7
EU-12 szórás	17,4	15,3	14,6	14,7	14,4	14,9	14,1	12,7	12,0	10,8

Megjegyzés: *Az EU-15 + Svájc és Norvégia.

**A 12 új EU-tagállam.

Forrás: Eurostat. Letölthető:

<http://nui.epp.eurostat.ec.europa.eu/nui/setupModifyTableLayout.do>

2. táblázat

Magyarország árszintje az EU-27 százalékában

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
GDP	46.20	47.70	50.20	55.30	56.20	59.60	61.20	58.50	63.90
Egyéni fogyasztás	41.60	43.30	47.00	51.70	53.60	56.70	58.20	55.30	:
Élelmiszer és nem alkoholos italok	56.80	58.20	63.40	66.40	65.30	69.00	71.60	70.70	79,10
Alkoholos italok, dohány	47.20	49.50	54.20	59.50	62.30	68.30	66.70	63.40	68.40
Ruha és lábbeli	62.50	63.40	67.80	84.30	85.00	89.00	92.90	86.50	91.70
Lakás, víz, villany, gáz	31.70	35.20	37.90	39.80	40,10	41.80	42.30	39.50	:
Egészségügy	28.30	30,10	33.60	40.00	44.60	46.40	48.70	47.60	:
Közlekedés	69.40	70,10	74.90	78.90	79.00	81.60	83.00	77.60	82.90
Személygépjármű	86.30	82.60	93.30	93.80	95,10	96.30	96.00	86.80	96,70
Kommunikáció	76.60	73.90	82.30	88.30	88.70	89.60	91.90	85.00	89.70
Rekreáció és kultúra	46.40	48.30	52.70	56.20	56.70	60,10	62.40	59.80	:
Oktatás	25.20	25.50	29.00	33,10	39,10	39.80	40.50	38.70	:
Vendéglátás, szálloda	45.80	47.30	50,10	55.20	54.70	59.70	62,10	59.60	62.40
Közösségi fogyasztás	34.30	36.60	39.30	45.50	45.60	50,10	51.00	50.40	:
Bruttó állótöke-felhalmozás	70.90	69.90	65.90	73.00	71.80	75,10	78.40	74.00	:
Áruk összesen	65,10	65.50	66.40	72.00	71.40	75.50	78.00	73.50	:
Fogyasztási cikkek	62.00	63.20	67,10	71.70	71.50	75.90	77.70	73.40	81,10
Nem tartós fogyasztási cikkek	57,10	59,10	63.60	68.00	67,10	71.20	72.70	69.60	77.70
Félig tartós fogyasztási cikkek	66.90	67.40	70.30	81.00	82.70	86.00	89.20	83.60	91.50
Tartós fogyasztási cikkek	83.20	81.60	83.00	82.20	83.80	88.00	89.70	81.70	88,10
Tőkejavak	70.90	69.90	65.90	73.00	71.80	75,10	78.40	74.00	:
Szolgáltatások	31.50	33.70	36.90	41.50	43.90	46.30	47.60	45.90	:
Fogyasztási	34.60	37.90	41.30	44.80	46.40	48.60	50.00	47.60	51.60
Kormányzati	29.00	30.50	33.50	39,10	42,10	44.60	45.80	44.80	:
Közösségi	34.30	36.60	39.30	45.50	45.60	50,10	51.00	50.40	:
Egyéni	25.30	26.30	29.40	34.60	39.60	40.90	42.30	41.00	:

Forrás: Eurostat. Letölthető:

<http://nui.epp.eurostat.ec.europa.eu/nui/setupModifyTableLayout.do>

2. Ár-összehasonlítás az UBS adatbázisa alapján

E fejezet célja Magyarország árainak vizsgálata nemzetközi összehasonlításban a svájci Union Bank of Switzerland rendszeresen publikált kiadványa (UBS 2006) empirikus felmérésen alapuló adatai alapján. Ezt a felmérést 1970 óta háromévente végzik el. Célja nem tudományos, hanem gyakorlati: nemzetközi ár- és bér-összehasonlítást adni az UBS globális üzleti tevékenységet folytató ügyfeleinek. Ezek az adatok lehetőséget adnak következtetések levonására a Magyarország és az Európai Unió, illetve tagországai közötti áreltérésekről. (A bérekkel ez a tanulmány értelemszerűen nem foglalkozik.)

2.1. Néhány módszertani kérdés

Az adatbázis nem országokat, hanem városokat tartalmaz. A legutóbbi, 2006. évi felmérés összesen 71 nagyváros adataira terjedt ki. Van olyan ország, amelynek csak a fővárosa szerepel a felmérésben. Sok országból viszont több várost is bevontak az adatbázisba és az elemzésbe.

A 27 tagú Európai Uniót 31 város képviseli. Az Európai Unió tagországai közül egyedül Málta nincs a mintában. Németországot München, Frankfurt és Berlin, Olaszországot Róma és Milánó, Spanyolországot Madrid és Barcelona, Franciaországot Párizs és Lyon reprezentálja. A továbbiakban Budapest adatait egyrészt a 27 tagú Európai Unió, másrészt a régi EU-15, harmadszor az új EU-tagok, negyedszer a fejlődéstörténeti örökség, a gazdasági fejlettségi szint és a gazdasági szerkezet jellegzetességei alapján Magyarországgal leginkább összehasonlítható dél-európai országok (Spanyolország, Portugália, Görögország) városainak adataival vetjük össze, pontosabban az említett országcsoportok átlagértékeit minden egyes mutató esetében a budapesti adat százalékában fejezzük ki.

Az UBS legutóbbi adatfelvételére 2006 februárja és áprilisa között került sor. Az adatfelvételt több, egymástól független kérdezőbiztos végezte.

Az UBS összesen mintegy 30 ezer adathoz jutott egy időben és ugyanazzal a módszerrel. A felmérésben a megélhetési költségeket egy 122 áruból és szolgáltatásból álló vásárlói kosár reprezentálja 154 árral. (A vásárlói kosár a lakberekre, a szállodai és éttermi árakra és hétvégi kirándulási költségekre vonatkozó összehasonlítható adatokat is tartalmaz.) A fogyasztói kosár elemeit úgy súlyozták, hogy a kosár összetétele közelítsen egy olyan átlagos európai mintához, amelyet az árindex kiszámításánál figyelembe vesznek. Az árak végső fogyasztói árak, értelemszerűen tartalmazzák a forgalmi adókat.

A továbbiakban a tanulmány a tradeable javakra koncentrál, amelyeket az élelmiszerek, a női és a férfi ruhák, a háztartási elektromos gépek és a személygépjárművek, továbbá az azok értékesítésére rakódó adók és a benzin reprezentál. A fogyasztói kosár és a szolgáltatások árucsoport árát csak a tradeable áruk árának összehasonlításához használjuk fel.

Az egyes városokban az árakra vonatkozóan felvett adatok értelemszerűen helyi valutában vannak kifejezve, amelyeket egy közös valutára (euró) kellett átszámolni az összehasonlíthatóság végett. Következésképpen a közös valutában kifejezett árak ki vannak téve a devizaárfolyamok változásainak. Ezen árfolyam-ingadozások hatásainak lehetőség szerinti csökkentése érdekében a helyi valutáról euróra történő átszámításkor az adatfelvétel idejének átlagos devizaárfolyamával számoltak. Az árfolyamváltozások miatt az időbeli összehasonlítások is torzíthatnak.

A felmérés korlátai között említhető, hogy bár a kérdőíven az egyes tételeket a lehető legpontosabban határozták meg, mégis volt némi szabadságfokuk a kérdező-biztosoknak az egyes termékek és szolgáltatások kiválasztásában.

Az a körülmény, hogy országok helyett városok, az esetek túlnyomó többségében a vizsgálatban szereplő országok fővárosai szerepelnek az összehasonlításban, korlátozza a következtetések általánosíthatóságát. A tapasztalatok alapján ugyanis fővárosok szerepeltetése rendszerint felfelé torzít. A legtöbb ország fővárosában az árak magasabbak az országos átlagnál. Különösen nagy a különbség a főváros és az ország többi része között a fejlődő világban. Természetesen vannak olyan

országok, ahol egyes városok drágábbak a fővárosnál. Az azonban megalapozottan feltételezhető, hogy a vizsgált városok ár- és bérszínvonala meghaladja az országos átlagot.

Mindezen túlmenően számottevő különbségek lehetnek az egyes városok között bizonyos termékek és szolgáltatások minőségében, valamint elhelyezkedésében (például a lakások esetében). Ráadásul a kosárban szereplő tételek nem mindegyike kapható a felmérésben szereplő városok mindegyikében. Így például disznóhúst és alkoholt nem árulnak az iszlám országokban. Ha valamely termék nem érhető el egy városban, akkor azt ugyanazon termék más városokban kialakult átlagárával helyettesítették annak érdekében, hogy elkerüljék a szóban forgó termékcsoporthoz tartozó árszintjének a torzítását.

Nyilvánvaló, hogy a felhasznált adatbázis nem helyettesíti a szélesebb merítésű statisztikai adatgyűjtést, ez utóbbi nem is volt célja az UBS-nek. Ilyen részletes adatgyűjtés viszont az UBS-éhez hasonló nemzetközi kitekintéssel és bontásban még jó ideig nem fog rendelkezésre állni. Bár a széles merítésű statisztikai adatokból mélyebb következtetéseket lehet levonni, az UBS-adatbázis előnye a gyakorlatorientáltság, azaz néhány olyan áru- és szolgáltatás-csoport árát figyeli meg és hasonlítja össze az egyes városok között, amelyek a külföldi működőtőke-befektetések, illetve a határokon átnyúló üzleti kapcsolatok alakításában lényegesek. Ha az egyéb feltételekben nincs különbség, akkor az egyes városok, illetve országok közötti árkülönbségek fontos versenyképességi tényezőkké válhatnak.

Időbeli összehasonlításra az UBS adatbázisa több szempontból is korlátozottan alkalmas. Egyrészt 2006 előtt az árösszehasonlításához használt közös deviza a dollár volt, 2006-ban viszont az euró. Másrészt a felmérésben szereplő városok száma és a városokat alkotó minta összetétele is módosult. Végül az idők folyamán a fogyasztói kosarat is folyamatosan bővítették. Mindez nem képezhetne leküzdhetetlen akadályt. Nagyobb probléma, hogy a 2000. és a 2003. évi jelentéstől eltérően az UBS 2006-ban nem közölt adatokat kisebb aggregáltsági szinten. Ezért először a 2000 és 2003. évi adatok alapján végzett, időbeli összehasonlítást is tartalmazó elemzést közöljük, majd a 2006. évi keresztmetszeti összehasonlítást.

2.2. Időbeli és keresztmetszeti összehasonlítás 2000. és 2003. évi adatok alapján

A tipikusnak tekintett árukat és szolgáltatásokat tartalmazó **fogyasztói kosár árszintje** 2003 első negyedévében a magyarnál 43 százalékkal volt magasabb a 15 tagú EU, 21 százalékkal a dél-európai országok átlagában, míg 16 százalékkal alacsonyabb az EU-csatlakozás előtt álló közép- és kelet-európai országok átlagában (a továbbiakban új EU-tagállamok) (3. táblázat). Az előző UBS-felméréshez képest igen erőteljes volt a magyar árak felzárkózása az EU-átlaghoz, mert a különbség 2000-ben még 63 százalékos volt. Az árszínvonal-különbség 20 százalékpontos csökkenésében kiemelkedő szerepe lehetett az intervenció sáv 2001. májusi szélesítését követően a forint euróval szembeni árfolyama felértékelődésének. (Az új EU-tagokra nem voltak adatok 2000-ben, ezért nem lehetséges az időbeli összehasonlítás.)

A vázolt fogyasztói kosárral reprezentált magyar árszínvonal volt egyébként a legmagasabb 2003-ban az EU új tagállamai között. A budapestinél alig volt alacsonyabb a ljubljanoi árszínvonal, míg a rangsor végén a budapesti érték kétharmadát tette ki a pozsonyi és alig több, mint 70 százalékát a prágai adat.

A főbb áru- és szolgáltatás-csoportok közül az **élelmiszerek** árszínvonalában jóval nagyobb volt a különbség Magyarország, illetve a 15 tagú EU és a dél-európai országok között, mint az átlagos árszínvonalban, azaz az élelmiszerek az átlagos fogyasztói kosár árszínvonalához képest olcsók voltak Magyarországon annak ellenére, hogy 2000-hez viszonyítva ebben az árucsoportban 40 százalékponttal mérséklődött a különbség. Ugyanakkor az árszint-különbség elhanyagolható volt az új EU-tagokhoz képest.

Az iparcikkeken belül az árösszehasonlítást a női és férfiruhák három kategóriája (drága, közepes és olcsó) és a háztartási gépek körében végezték el. A **női és férfiruhák** esetében az árkülönbség a drága kategóriában volt a legkisebb, az olcsó kategóriában a legnagyobb mindhárom országcsoporthal összehasonlítva. Az adatok alapján tehát a vizsgált árucsoportban az árak felzárkózása az EU-átlaghoz először a

drágább termékek körében ment végbe. Mind a női, mind a férfiruhák esetében Magyarország relatív árelőnyei az EU-val szemben a közepes és az alacsony árkategóriában domborodnak ki. A drága ruhák körében ugyanis az EU-országokhoz viszonyított árkülönbség sokkal kisebb volt, mint a közepes, főleg pedig az olcsó árkategóriában.

3. táblázat

Főbb termékcsoportok összehasonlító árszínvona 2000 második negyedévében és 2003 első negyedévében (Budapest = 100%)

	EU-15		Dél-Európa		EU-10
	2000	2003	2000	2003	2003
Áruk, szolgáltatások összesen	163	143	127	121	86
Élelmiszerek	202	161	158	141	90
Iparcikkek					
Női ruha					
Drága	166	131	137	93	80
Közepes	178	144	138	104	71
Olcsó	199	151	195	116	68
Férfiruha					
Drága	130	133	117	101	85
Közepes	161	131	148	104	77
Olcsó	185	146	182	117	80
Háztartási gépek	131	134	133	127	108
Szolgáltatások	209	169	152	134	91
Tömegközlekedés	362	321	185	213	112
Taxi	185	173	86	124	75
Lakásbérlés, 4 szoba, berendezve					
Drága	71	212	55	142	102
Közepes	78	194	60	141	93
Olcsó	110	188	83	134	85
Lakásbérlés, 3 szoba, bútor nélkül					
Drága	67	196	47	126	89
Közepes	108	185	76	124	80
Olcsó	108	191	79	142	76
Normál helyi bérlés	181	217	116	157	65
Vendéglő	198	175	148	158	84
Hotel	110	155	102	144	90
Személyautó-vásárlás	125	251	121	273	180

Megjegyzés: EU-10: a jelenlegi új közép- és kelet-európai EU-tagállamok

Forrás: Union Bank of Switzerland: Prices and Earnings. A comparison of purchasing power around the globe, 2003 adatbázisa.

Ez valószínűleg azzal függ össze, hogy a magasabb árkategóriában könnyebben megfizetik a fogyasztók az EU-hoz közelebbi árakat, mint a közepes és az alacsony árkategóriában. Ez nyilván elválaszthatatlan a gazdagabb magyar fogyasztói réteg számottevő vásárlóerejétől. Ugyanakkor jóval előrehaladottabb volt az árkiegyenlítődés a dél-európai országokkal szemben, velük összehasonlítva sokkal kisebbek az árkülönbségek.

A **háztartási gépek** esetében az EU-átlag 34 százalékkal haladta meg a budapesti árszínvonalat 2003-ban, 27 százalékkal a dél-európai és 8 százalékkal az újonnan csatlakozó tagországokét. A 15 tagú EU és a dél-európai országok átlagához képest 2000-hez viszonyítva nem sok változás történt.

A 19 tevékenység által reprezentált **szolgáltatások** körében az árszínvonal-különbség jóval nagyobb volt, mint a vizsgált ipari termékek esetében. Így 2003-ban a 15 tagú Európai Unió átlaga 69 százalékkal, a dél-európai országoké 34 százalékkal haladta meg a magyar árszintet, miközben az új EU-tagoké mindössze 9 százalékkal maradt el attól. A vizsgált szolgáltatások körében is 40 százalékponttal mérséklődött a 15 tagú EU-val szembeni különbség 2000-hez képest.

A **személygépkocsi-vásárlást** illetően a középkategóriájú négyajtós gépkocsik ára 2000-ben 25 százalékkal, 2003-ban viszont már 151 százalékkal haladta meg a budapesti árszintet a 15 tagú EU átlagában, 21, illetve 173 százalékkal Dél-Európában. Magyarországon a személygépkocsi nemcsak a 15 tagú EU-hoz és Dél-Európa-hoz képest volt olcsó, hanem az új EU-tagállamokhoz képest is (80 százalékos volt az árkülönbség 2003-ban).

A legkisebb mértékű árkülönbségek Budapest, illetve az Európai Uniót képviselő városok átlaga között a **magas minőségi és árkategóriájú termékek és szolgáltatások** körében voltak. Az átlagosnál jóval kevésbé árérzékeny termékekről és szolgáltatásokról van szó. A drága és részben a közepes árkategóriájú női és férfiruha, a drága és részben közepes árfekvésű luxus kategóriájú lakások bérleti díja, az első osztályú szállodai szobák árai közötti különbségek jóval kisebbek voltak a vizsgált

árak és szolgáltatások átlagánál. A luxuslakások bérleti díja Budapesten magasabb volt az UBS-felmérésben definiált EU-átlagnál.

Itt nyilvánvalóan arról van szó, hogy a piacgazdaságba való átmenettel összefüggésben betelepülő külföldi vállalatok külföldi menedzsereinek kereslete viszonylag szűk kínálattal találkozott. Ez azóta több ok miatt módosult. A szállodai szobák esetében az árkülönbség az adott árkategóriában valószínűleg arra vezethető vissza, hogy ezt az idegenforgalmi szolgáltatást jórészt külföldiek veszik igénybe. Az árakat a külföldiek vásárlóerejéhez viszonyítva állapítják meg.

A háztartási gépek zömmel standardizált tömegtermékek. Piacuk liberalizált és kompetitív. Az alacsonyabb magyarországi vásárlóerőt figyelembe véve érthető, hogy lassúbb volt az átlaghoz való közeledés. Ugyanez vonatkozik a személygépjárművekre is.

Az áralkalmazkodás, az árak közeledése azon termékek és szolgáltatások körében volt az átlagosnál erőteljesebb, amelyek körében számottevő egyrészt a külföldiek, másrészt a nagy vásárlóerővel rendelkező hazai fogyasztók kereslete. Az átlagosnál jóval kevésbé árérzékeny termékekről és szolgáltatásokról van szó. A felső kategóriájú női és felsőruháért például a jómódú hazai fogyasztók is hajlandók a nyugat-európaiakhoz közeli árakat megfizetni. Különböző külső és belső tényezők hatására azonban ez a trend 2003-ra megfordult, a magyar árak alkalmazkodtak a megváltozott keresleti feltételekhez.

Az árak felzárkózása az EU-átlag mögött ugyanakkor lassúbb, vagy egyáltalán nem megy végbe azon termékcsoportok és szolgáltatások körében, amelyek iránt a belföldi kereslet a meghatározó (például az olcsó és a közepes árkategóriába tartozó iparcikkek, illetve a lakásbérlés). Ezen termékek és szolgáltatások körében az árak felzárkózása az EU-átlag mögött valószínűleg hosszabb időt fog igénybe venni.

A fentiek alapján az a következtetés is levonható, hogy ha valamilyen határokon átnyúló üzlet (közvetlen befektetés, olyan együttműködés, amely valamelyik partner tartós külföldi tartózkodását teszi szükségessé) egyéb feltételei azonosak, akkor a főbb termékek és szolgáltatások

árszínvonala alapján az EU-átlag mögötti gyors felzárkózás miatt Magyarország egyre kevésbé versenyképes az új EU-tagországokkal szemben. A 15 tagú EU-val szemben még jelentősek az árelőnyök, de kisebbek, mint korábban.

2.3. Ár-összehasonlítás 2006. évi adatok alapján

Ami a 2006. évi adatok alapján történő árösszehasonlítást illeti, a tradeable javak árának összehasonlítását illeti, az **élelmiszerek** árucsoport 39 élelmiszerből áll. Ez a nyugat-európai fogyasztási szerkezetet tükröző fogyasztói kosár tartalmazza a leglényegesebb alapvető élelmiszereket. A 328 eurós világszerte szemben a kosár ára Tokióban 600 euró, az indiai Mumbaiban viszont csak mindössze 144 euró volt. Az egyes régiók között is igen nagyok a különbségek.

Az UBS 2006. évi felmérésében szereplő **ruházati termékek** olyan konfekcióárak, amelyeket nagy áruházakban, nem pedig speciális üzletekben, butikokban lehet megvásárolni. Nem is dizájn termékekről van szó, amelyek árai nemzetközi összehasonlításban nagyfokú különbségeket mutathatnak. Ugyanakkor egyes márkák a felmérés szerint kedvező árszintű országok városaiban is drágának számíthatnak, mert ott a luxus és a jólét jelét vélik felfedezni bennük, így ezek az áruk csak egy jómódú réteg számára hozzáférhetők. A közepes árkategóriába tartozó férfiruha Tokióban nyolcszor, az ugyanilyen minőségű női ruha 11-szer drágább, mint Manilában.

Az UBS felmérésében szereplő **háztartási elektromos gépek** által alkotott fogyasztói kosár (hűtőszekrény, színes televízió, digitális kamera, elektromos vasaló, porszívó, serpenyő, hajszárító és személyi számítógép) átlagára 2116 euró volt. A legmagasabb árat Bécsből (2710 euró), a legalacsonyabbat Kuala Lumpurból (1390 euró) jelentették. A legmagasabb és a legalacsonyabb ár közötti különbség kétszeres volt.

4. táblázat

A megélhetési költségek és néhány termék- és szolgáltatáscsoport ára a világ 71 városában 2006-ban euróban

	Megélhetési költségek	Élelmiszer	Női ruha ruha	Férfiruha	Háztartási elektr. gép	Szolgáltatás
Amszterdam	1826	354	470	790	2480	410
Athén	1519	328	430	640	2420	350
Auckland	1548	321	390	540	2200	350
Bangkok	1150	282	200	450	1710	230
Barcelona	1695	368	440	660	2450	410
Bejing	1032	233	310	450	1940	190
Berlin	1713	348	490	640	2050	370
Bogotá	1185	222	350	390	1880	260
Pozsony	1050	208	200	260	1910	190
Brüsszel	1840	383	610	620	2390	420
Budapest	1220	219	390	550	2000	250
Buenos Aires	872	176	160	290	1790	180
Bukarest	1074	240	220	390	1860	190
Caracas	1318	307	260	380	1910	240
Chicago	1918	457	600	590	1690	430
Delhi	891	162	210	360	1770	170
Dubai	1539	325	330	550	1500	390
Dublin	2045	399	540	750	2230	460
Frankfurt	1808	354	550	760	2210	420
Genf	2142	513	640	760	2630	470
Helsinki	2019	377	630	770	2500	490
Hongkong	1709	398	380	610	2070	350
Isztambul	1587	337	410	610	2390	360
Dzsakarta	1079	286	210	330	1900	170
Johannesburg	1243	266	220	310	2240	290
Kijev	994	185	250	280	1540	240
Koppenhága	2272	458	660	640	2450	530
Kuala Lumpur	766	151	140	200	1390	120
Lima	1022	210	190	310	1630	250
Lisszabon	1505	341	470	610	2070	330
Ljubjana	1340	294	350	480	2110	290
London	2301	392	530	660	2460	530
Los Angeles	1905	495	600	700	1660	420
Luxemburg	1942	477	570	620	2460	410
Lyon	1815	356	470	680	2520	440
Madrid	1665	360	470	620	2330	410
Milánó	1729	394	570	740	2150	410
Manama (Bahrain)	1332	307	460	510	1510	360
Manila	972	205	80	140	1940	210
Mexikó City	1262	259	290	370	2270	330
Miami	1812	439	540	710	1660	400
Montreal	1820	398	500	670	2120	410

4. táblázat folytatása

	Megélhetési költségek	Élelmiszer	Női ruha ruha	Férfiruha	Háztartási elektr. gép	Szolgáltatás
Moszkva	1365	278	450	570	2250	350
Mumbai	801	144	170	310	1760	140
München	1840	347	520	690	2150	430
Nairobi	1008	253	210	290	2450	170
New York	2081	460	610	710	1750	500
Nicosia	1554	317	400	540	2300	330
Oslo	2528	516	610	910	2600	610
Párizs	1990	441	550	830	2480	490
Prága	1119	224	360	460	2040	200
Riga	1097	210	280	450	1990	210
Rio de Janeiro	1348	244	430	470	2190	310
Roma	1692	404	520	640	2270	380
Santiago de Chile	1313	276	330	500	2140	300
Sao Paulo	1355	255	360	410	2140	320
Szöul	1784	520	660	690	2190	370
Shanghai	1046	227	270	440	1860	200
Szingapúr	1595	408	320	500	2320	350
Szófia	1043	205	210	340	2060	170
Stockholm	2040	397	600	690	2240	500
Sydney	1673	348	520	610	2150	370
Taipei	1434	397	470	610	1880	280
Tallinn	1290	256	400	500	2130	260
Tel Aviv	1441	272	370	470	2650	270
Tokió	2223	599	870	1100	2700	570
Toronto	1842	372	430	550	2080	440
Vilnius	1027	181	350	440	1790	230
Varsó	1325	224	360	520	2040	300
Bécs	1976	428	660	490	2710	440
Zürich	2236	532	660	870	2530	520
Átlag (71 ország)	1529	328	419	549	2116	340
EU-27 átlag	1625	332	460	596	2234	363
EU-15 átlag	1703	355	502	626	2206	391
EU11 átlag	1274	254	337	482	2061	265
Dél-Európa	1596	349	453	633	2318	375

Forrás: Preise und Löhne. Ein Kaufkraftvergleich rund um die Welt. UBS, Zürich
2006 adatok alapján saját számítások

5. táblázat

**A megélhetési költségek és néhány termék- és szolgáltatáscsoport
ára a világ 71 városában 2006-ban
(Budapest = 100 százalék)**

	Megélhetési költségek	Élelmiszer	Női ruha ruha	Férfiruha	Háztartási elektr. gép	Szolgáltatás
Amszterdam	150	162	121	144	124	164
Athén	125	150	110	116	121	140
Auckland	127	147	100	98	110	140
Bangkok	94	129	51	82	86	92
Barcelona	139	168	113	120	123	164
Bejing	85	106	79	82	97	76
Berlin	140	159	126	116	103	148
Bogotá	97	101	90	71	94	104
Pozsony	86	95	51	47	96	76
Brüsszel	151	175	156	113	120	168
Budapest	100	100	100	100	100	100
Buenos Aires	71	80	41	53	90	72
Bukarest	88	110	56	71	93	76
Caracas	108	140	67	69	96	96
Chicago	157	209	154	107	85	172
Delhi	73	74	54	65	89	68
Dubai	126	148	85	100	75	156
Dublin	168	182	138	136	112	184
Frankfurt	148	162	141	138	111	168
Genf	176	234	164	138	132	188
Helsinki	165	172	162	140	125	196
Hongkong	140	182	97	111	104	140
Isztambul	130	154	105	111	120	144
Dzsakarta	88	131	54	60	95	68
Johannesburg	102	121	56	56	112	116
Kijev	81	84	64	51	77	96
Koppenhága	186	209	169	116	123	212
Kuala Lumpur	63	69	36	36	70	48
Lima	84	96	49	56	82	100
Lisszabon	123	156	121	111	104	132
Ljubjana	110	134	90	87	106	116
London	189	179	136	120	123	212
Los Angeles	156	226	154	127	83	168
Luxemburg	159	218	146	113	123	164
Lyon	149	163	121	124	126	176
Madrid	136	164	121	113	117	164
Milánó	142	180	146	135	108	164
Manama (Bahrain)	109	140	118	93	76	144
Manila	80	94	21	25	97	84
Mexikó City	103	118	74	67	114	132
Miami	149	200	138	129	83	160
Montreal	149	182	128	122	106	164

5. táblázat folytatása

	Megélhetési költségek	Élelmiszer	Női ruha ruha	Férfiruha	Háztartási elektr. gép	Szolgáltatás
Moszkva	112	127	115	104	113	140
Mumbai	66	66	44	56	88	56
München	151	158	133	125	108	172
Nairobi	83	116	54	53	123	68
New York	171	210	156	129	88	200
Nicosia	127	145	103	98	115	132
Oslo	207	236	156	165	130	244
Párizs	163	201	141	151	124	196
Prága	92	102	92	84	102	80
Riga	90	96	72	82	100	84
Rio de Janeiro	110	111	110	85	110	124
Roma	139	184	133	116	114	152
Santiago de Chile	108	126	85	91	107	120
Sao Paulo	111	116	92	75	107	128
Szöul	146	237	169	125	110	148
Sanghai	86	104	69	80	93	80
Szingapúr	131	186	82	91	116	140
Szófia	85	94	54	62	103	68
Stockholm	167	181	154	125	112	200
Sydney	137	159	133	111	108	148
Taipei	118	181	121	111	94	112
Tallinn	106	117	103	91	107	104
Tel Aviv	118	124	95	85	133	108
Tokió	182	274	223	200	135	228
Toronto	151	170	110	100	104	176
Vilnius	84	83	90	80	90	92
Varsó	109	102	92	95	102	120
Bécs	162	195	169	89	136	176
Zürich	183	243	169	158	127	208
Átlag (71 ország)	125	150	107	100	106	136
EU-27 átlag	133	151	118	108	112	145
EU-15 átlag	140	162	129	114	110	156
EU11 átlag	104	116	86	88	103	106
Dél-Európa	131	159	116	115	116	150

Forrás: Preise und Löhne. Ein Kaufkraftvergleich rund um die Welt. BS, Zürich 2006
adatok alapján saját számítások

Az UBS-felmérés 2006-ra vonatkozó nemzetközi ár-összehasonlításából Magyarországra az a következtetés vonható le, hogy a hazai ár a női és férfiruha és a háztartási elektromos gépek körében közel áll a világtátlaghoz, míg az élelmiszerek és a szolgáltatások körében attól elmarad (4. és 5. táblázat).

Az UBS nemzetközi árösszehasonlítása a személygépjárművekre, a személygépjárművekre vonatkozó adókra és az üzemanyagokra is kiterjedt. A személygépjárművek esetében hasonló műszaki paraméterekkel rendelkező típusok árát vetették össze. A magyar személygépjármű-árak valamivel alacsonyabbak, mint az EU-27 átlaga. az adó jóval alacsonyabb, míg a benzinár meghaladta az EU-27 átlagát. A személygépjármű-árakat a 3., az üzemanyag-árakat a 4. fejezetben elemezzük részletesebben.

6. táblázat

A személygépjármű-árak, a rájuk rakódó adók és a benzin ára 71 városban 2006-ban
(Euró)

		Autó	Adó	Benzin (euró/liter)	Adó/Autóár %
Amszterdam	VW Golf Comfortine	26395	300	1,43	1,14
Athén	VW Passat 2.0	27800	372	0,96	1,34
Auckland	Toyota Corolla GL 1.8	16288	109	0,84	0,67
Bangkok	Toyota Corolla 1.8	18617	38	0,57	0,20
Barcelona	Seat Ibiza	21060	68	1,06	0,32
Bejing	Hyundai Elantra	13398	16	0,45	0,12
Berlin	VW Golf Comfort	20850	113	1,33	0,54
Bogotá	Renault Megane	16979	200	0,93	1,18
Pozsony	Skoda Octavia	17932	80	1,05	0,45
Brüsszel	Renault Megane Sedan 2.0	20400	336	1,34	1,65
Budapest	Opel Astra 1.8 Ecotec	15002	77	1,04	0,51
Buenos Aires	Peugeot 206	11542	0	0,53	0,00
Bukarest	Skoda Octavia Classic 1.9 TDI	15843	17	1,03	0,11
Caracas	Chevrolet Aveo 1.6	12943	26	0,42	0,20
Chicago	2005 Honda Accord	19313	65	0,64	0,34
Delhi	Mitsubishi Lancer 2.0	14852	0	0,93	0,00
Dubai	Mitsubishi Lancer 2006, 1.3 GL	8696	105	0,34	1,21
Dublin	Peugeot 307 1.6 Hdi	25225	414	1,15	1,64
Frankfurt	Golf Sportline	25545	135	1,27	0,53
Genf	VW Golf 23 V5	23492	160	1,08	0,68
Helsinki	Toyota Corolla 1.6 WT	22020	128	1,32	0,58
Hongkong	Honda Civic	17093	619	1,57	3,62
Isztambul	Peugeot 307	17695	302	1,53	1,71
Dzsakarta	Toyota Altis G 1.8 2006	25361	173	0,44	0,68
Johannesburg	VW Golf	17581	16	0,74	0,09
Kijev	Skoda Fabia	15077	8	0,69	0,05
Koppenhága	Toyota Corolla 1.6 WT	33237	335	1,38	1,01
Kuala Lumpur	Proton	12503	27	0,38	0,22
Lima	Toyota Corolla	11833	167	0,93	1,41
Lisszabon	VW Golf 1.9TDI	30390	124	1,25	0,41
Ljubjana	Skoda Octavia	16175	104	0,98	0,64
London	Ford Focus 1.8 Zetec	16254	254	1,34	1,56
Los Angeles	Honda Civic Sedan	13262	81	0,68	0,61
Luxemburg	VW Golf GT 2000 TDI	24675	21	1,09	0,09
Lyon	Renault Megane 21	21050	135	1,27	0,64
Madrid	Renault Megane	17400	0	1,09	0,00
Milánó	Grande Punto Sedan 1,4	15600	176	1,3	1,13
Manama (Bahrain)	Toyota Corolla	13115	44	0,22	0,34

6. táblázat folytatása

		Autó	Adó	Benzin (Euró/liter)	Adó/Autóár %
Manila	Nissan Sentra GX 1.3	9933	28	0,62	0,28
Mexico City	Sentra Nissan	10525	247	0,57	2,35
Miami	Honda Civic	19065	0	0	0,00
Montreal	Toyota Corolla LE 1.8l	11995	183	0,78	1,53
Moszkva	Toyota Avdenis 2.0	24774	9	0,53	0,04
Mumbai	Maruti Suzuki Esteem	9318	0	0,9	0,00
München	VW Golf 5 1.9 TDI	21600	94	1,29	0,44
Nairobi	Peugeot 406	0	0	0,85	0,00
New York	Ford Focus 2X4-S	11393	70	0,69	0,61
Nicosia	Opel Vectra 1800cc	27838	78	0,94	0,28
Oslo	Volvo V50 2005	32449	359	1,43	1,11
Párizs	Peugeot 307 1.4	17850	240	1,33	1,34
Prága	Skoda Octavia 1.8	17495	314	1,04	1,79
Riga	Toyota Avenis 1.8	21757	35	0,85	0,16
Rio de Janeiro	VW golf 1.8	18887	454	1,03	2,40
Roma	Fiat Punto 1.9 MJT	18600	269	1,32	1,45
Santiago de Chile	Peugeot 206	9463	174	0,88	1,84
Sao Paulo	Ford Fiesta Sedan 1.6	12074	455	1,09	3,77
Szöul	Samsung AM5	19093	102	0,73	0,53
Sanghai	Fiat Siena	8245	206	0,48	2,50
Szingapúr	Toyota Camry 2000 cc	40879	1022	0,92	2,50
Szófia	Opel Astra Classic	12832	30	0,91	0,23
Stockholm	Volvo S 40	22029	175	1,21	0,79
Sydney	Toyota Corolla Ascent Sedan	12230	155	0,74	1,27
Taipei	Toyota altis 1.8E 2006	20776	288	0,67	1,39
Tallin	Toyota Corolla 1.6 I	16619	0	0,91	0,00
Tel Aviv		0	0	0	0,00
Tokió	Honda Accord 20A	16428	280	1,02	1,70
Toronto	Ford Focus ZX3 SE	16572	53	0,74	0,32
Vilnius	VW Passat Comfortine	22796	20	0,93	0,09
Varsó	Ford Focus II 1.6	14291	338	1,01	2,37
Bécs	VW Golf 1.9 TDI	21095	436	1,08	2,07
Zürich	VW Golf 1.6 L	18435	211	1,01	1,14
Átlag (71 ország)		18403	180	0,92	0,98
EU-27 átlag		16720	172	0,93	1,03
EU-15 átlag		15799	149	0,89	0,94
EU-11 átlag		17190	207	0,93	1,20

Forrás: Preise und Löhne. Ein Kaufkraftvergleich rund um die Welt. BS, Zürich 2006
adatok alapján saját számítások

7. táblázat

A személygépjármű-árak, a rájuk rakódó adók és a benzin ára 71 városban 2006-ban
(Budapest = 100 százalék)

		Autó	Adó	Benzin
Amszterdam	VW Golf Comfortine	176	390	138
Athén	VW Passat 2.0	185	483	92
Auckland	Toyota Corolla GL 1.8	109	142	81
Bangkok	Toyota Corolla 1.8	124	49	55
Barcelona	Seat Ibiza	140	88	102
Bejing	Hyundai Elantra	89	21	43
Berlin	VW Golf Comfort	139	147	128
Bogotá	Renault Megane	113	260	89
Pozsony	Skoda Octavia	120	104	101
Brüsszel	Renault Megane Sedan 2.0	136	436	129
Budapest	Opel Astra 1.8 Ecotec	100	100	100
Buenos Aires	Peugeot 206	77	0	51
Bukarest	Skoda Octavia Classic 1.9 TDI	106	22	99
Caracas	Chevrolet Aveo 1.6	86	34	40
Chicago	2005 Honda Accord	129	84	62
Delhi	Mitsubishi Lancer 2.0	99	0	89
Dubai	Mitsubishi Lancer 2006, 1.3 GL	58	136	33
Dublin	Peugeot 307 1.6 Hdi	168	538	111
Frankfurt	Golf Sportline	170	175	122
Genf	VW Golf 23 V5	157	208	104
Helsinki	Toyota Corolla 1.6 WT	147	166	127
Hongkong	Honda Civic	114	804	151
Isztambul	Peugeot 307	118	392	147
Dzsakarta	Toyota Altis G 1.8 2006	169	225	42
Johannesburg	VW Golf	117	21	71
Kijev	Skoda Fabia	100	10	66
Koppenhága	Toyota Corolla 1.6 WT	222	435	133
Kuala Lumpur	Proton	83	35	37
Lima	Toyota Corolla	79	217	89
Lisszabon	VW Golf 1.9TDI	203	161	120
Ljubjana	Skoda Octavia	108	135	94
London	Ford Focus 1.8 Zetec	108	330	129
Los Angeles	Honda Civic Sedan	88	105	65
Luxemburg	VW Golf GT 2000 TDI	164	27	105
Lyon	Renault Megane 21	140	175	122
Madrid	Renault Megane	116	0	105
Milánó	Grande Punto Sedan 1,4	104	229	125
Manama (Bahrain)	Toyota Corolla	87	57	21

7. táblázat folytatása

		Autó	Adó	Benzin
Manila	Nissan Sentra GX 1.3	66	36	60
Mexico City	Sentra Nissan	70	321	55
Miami	Honda Civic	127	0	0
Montreal	Toyota Corolla LE 1.8l	80	238	75
Moszkva	Toyota Avdenis 2.0	165	12	51
Mumbai	Maruti Suzuki Esteem	62	0	87
München	VW Golf 5 1.9 TDI	144	122	124
Nairobi	Peugeot 406	0	0	82
New York	Ford Focus 2X4-S	76	91	66
Nicosia	Opel Vectra 1800cc	186	101	90
Oslo	Volvo V50 2005	216	466	138
Párizs	Peugeot 307 1.4	119	312	128
Prága	Skoda Octavia 1.8	117	408	100
Riga	Toyota Avenis 1.8	145	45	82
Rio de Janeiro	VW golf 1.8	126	590	99
Roma	Fiat Punto 1.9 MJT	124	349	127
Santiago de Chile	Peugeot 206	63	226	85
Sao Paulo	Ford Fiesta Sedan 1.6	80	591	105
Szöul	Samsung AM5	127	132	70
Sanghai	Fiat Siena	55	268	46
Szingapúr	Toyota Camry 2000 cc	272	1327	88
Szófia	Opel Astra Classic	86	39	88
Stockholm	Volvo S 40	147	227	116
Sydney	Toyota Corolla Ascent Sedan	82	201	71
Taipei	Toyota altis 1.8E 2006	138	374	64
Tallin	Toyota Corolla 1.6 l	111	0	88
Tel Aviv		0	0	0
Tokió	Honda Accord 20A	110	364	98
Toronto	Ford Focus ZX3 SE	110	69	71
Vilnius	VW Passat Comfortine	152	26	89
Varsó	Ford Focus II 1.6	95	439	97
Bécs	VW Golf 1.9 TDI	141	566	104
Zürich	VW Golf 1.6 L	123	274	97
Átlag (71 ország)		123	234	89
EU-27 átlag		111	223	89
EU-15 átlag		105	193	85
EU-11 átlag		115	269	90

Forrás: Preise und Löhne. Ein Kaufkraftvergleich rund um die Welt. BS, Zürich 2006
adatok alapján saját számítások

2.4. Néhány, az árkonvergenciával kapcsolatos következtetés

Az UBS adatbázisából számolt indikátorok szerint a szórás a belső piac egységesítése előtt az akkori EU-tagállamokban csökkent. Konkrétan 1991-től figyelhető meg az EU-tagállamok közötti árkülönbségek jelentős mérséklődése, az árkonvergencia 1991 és 1997 között jutott a legerőteljesebben kifejezésre. Ezt az UBS elemzői a belső piac létrehozására irányuló, 1985-ben kezdődött erőfeszítések eredményének tekintik. Szerintük a folyamat az 1990-es évek végére kifutott.

A 12 tagú Gazdasági és Monetáris Unióban az árkonvergencia 1997 és 2000 között gyakorlatilag leállt, a 15 tagú Európai Unióban újabb árdivergenciára került sor. 2000 és 2003 között viszont mind a 15 tagú Európai Unióban, mind a Gazdasági és Monetáris Unióban jelentős mértékben csökkentek az árkülönbségek. Ez nagy valószínűséggel az euró bevezetésére vezethető vissza. Az UBS legutóbbi, 2006-ban végrehajtott adatfelvétele szerint viszont ez a trend nem folytatódott. A 2006 előtti három évben az árak szórása változatlan maradt. Ennek alapján az árkonvergencia nem tekinthető lineáris trendnek. Az integráció fejlesztésére irányuló erőfeszítéseket az árkonvergencia erősödése követi, ami ugyanakkor néhány év múlva lecseng (*UBS (2006), 33. o.*). Az UBS az árkonvergenciához újabb impulzust a 2006 decemberében hatályba lépett szolgáltatási irányelvtől várta. A szolgáltatási irányelvben meghatározott célokat a tagállamoknak 2009. december 28-ig kell a nemzeti jogrendszerbe integrálni, addig nem indokolt az árkonvergenciára gyakorolt hatásokkal számolni. Ezen túlmenően az irányelvet a sok kompromisszum miatt „felvizezett” formában fogadták el, ezért hatása valószínűleg csekély lesz.

Az UBS adatbázisa alapján az is igazolható, hogy az árkonvergencia nem minden termékre és szolgáltatásra terjed ki egyformán. Az árkonvergencia határozottan erőteljesebb volt a tradeable termékek körében, mint a nem tradeable szolgáltatások terén.

A széles összehasonlítási bázis lehetővé tette az európai Unión kívüli trendek vizsgálatát is. Az UBS ezzel kapcsolatos következtetése az, hogy a konvergencia annál erősebb, minél előrehaladottabb a gazdasági

integráció. Az árak szórása a Gazdasági és Monetáris Unióban a legkisebb, ezt követi a 15 tagú Európai Unió, majd Nyugat-Európa (az EU-15 Svájjal és Norvégiával kiegészítve) következik, ahol az árkonvergencia erősebb, mint a 27 tag Európai Unióban. A rangsor utolsó helyén a 25 tagú Európai Unió áll.

Az UBS eredményei arra is felhívják a figyelmet, hogy a földrajzi közelség a kisebb szállítási költségek miatt ösztönzi az árkonvergenciát. A gazdasági integráció intenzitása mint intézményi tényező szerepét tehát erősítette a földrajzi közelség (*UBS (2006), 33. o.*).

Végül az UBS adatai szerint az árak egymáshoz való közeledése mind alacsonyabb árszint mellett valósul meg, ami erősödő piaci hatékonyságra utal.

3. A személygépjármű- árak összehasonítása

Ebben a fejezetben azt vizsgáljuk esettanulmány jelleggel, hogy az Európai Unióban, azon belül a Gazdasági és Monetáris Unióban közeledtek-e az egyes tagállamok személygépjármű-árai egymáshoz, és hogyan alakult (nőtt vagy csökkent) a magyar árak és az EU-átlag, illetve a Magyarország és néhány tagország közötti különbség az árakban.

3.1. Általános megjegyzések

Mikro-ökonómiai megközelítésben a tradeable szektort illetően a személygépjármű, mint termék a nemzetközi ár-összehasonlítások „ideális” tárgya. Ennek legfőbb oka az, hogy a személygépjármű nagy értékű, viszonylag homogén termék, rajta kívül nemigen van olyan nagy volumenben értékesített tartós fogyasztási cikk a tradeable szektorban, amelynek ára nála magasabb lenne. Jelentős árkülönbségek esetén erős versenypiacon az arbitrazsőrök különösen vonzódnak található az alacsonyabb árszintű földrajzi helyeken a beszerzést és a megvásárolt személygépjármű továbbértékesítését ott, ahol az ár magasabb. Ennek következtében az ugyanazon márkák áraiban az egyes országok közötti különbségek mérséklődhetnek, az árak nagymértékben kiegyenlítődhetnek.

A személygépjárművek piacán a végső fogyasztói árat nem csekély mértékben alakítják az általános forgalmi adók és egyéb, a fogyasztói árra rakódó adók és illetékek, valamint a piaci szabályozás. A személygépkocsik vásárlása más tagországban adómentes. A forgalmi adó megfizetése a rendeltetési ország elv alapján történik. A vevőnek a saját országában az üzembe helyezés országa szerinti forgalmiadó-kulccsal kell az adót megfizetnie. A legalacsonyabb és a legmagasabb áfakulcs közötti különbség 10 százalékpont (Luxemburg: 15 százalék? Dánia és Svédország: 25 százalék). A közösségi áfa-szabályozás leglényegesebb elemeiről lásd a 8.1 függelék.)

Az Európai Bizottság nem tartja feladatnának az árak szabályozását. Félreértésen vagy tévedésen alapul tehát, hogy az 1775/95/EK rendelet

tartalmazott volna, vagy az ennek helyébe lépett 1400/2002/EK tartalmazna előírásokat a motoros gépjárművek adózás előtti árára vagy a kereskedői árrékekre. A Bizottság mindössze olyan körülményeket kíván biztosítani a belső piacon, amelyek kielégítő és torzításmentes versenyt eredményeznek. A torzításmentes versenymechanizmusokhoz az is hozzátartozik, hogy a fogyasztók ott vásárolhassanak meg bizonyos árukat és szolgáltatásokat az Európai Unióban, ahol azok a legolcsóbbak. A megfelelő piaci verseny megakadályozza a gazdasági tényezőkkel nem igazolható árszintek és árkülönbségek kialakulását, illetve ha azok már valamilyen oknál fogva létrejöttek, akkor hozzájárul azok mérséklődéséhez.

Bár erről egyelőre nincs szó, szakértői vélemények szerint az 1400/2002/EK rendelet csak akkor éri el a verseny fokozásával kapcsolatos célját, ha sor kerül az Európai Unióban a motoros gépjárművekre vonatkozó fogyasztási adók és az áfa-kulcsok harmonizálására. Csak ekkor lehet torzításmentes versenyre számítani az Európai Unióban.

3.2. Szakirodalmi előzmények

Az Európai Bizottság nem mindig tartózkodott a személygépjármű-árak közvetlen befolyásolásától. A személygépjármű-árak szabályozását célzó politikai akarat az 1980-as évek elejére datálódik. Az Európai Bizottság egy 1983-ban közzétett rendelettervezete a tagállamok közötti árkülönbségeknek kívánt korlátot szabni. Konkrétan a rendelettervezet 12 százaléknál nagyobb árkülönbségek esetén, ha azok hat hónapnál hosszabb ideig fennmaradtak, visszavonta volna a termelők azon jogosítványát, hogy kizárólagos értékesítési szerződést kössenek viszonteladóikkal. A rendelettervezet nem lépett hatályba, de az Európai Bizottság fenntartotta a lehetőséget a beavatkozásra akkor, ha túlzott árdiszkrimináció esete forgott fenn (*Gaulier, G. – Haller, S. 2000, p. 4.*).

Egy évtizeddel később az egységes piac célját érvényesítve az Európai Bizottság azt a kötelezettséget vállalta, hogy félévente jelentést készít a személygépjármű-árak alakulásáról a tagállamokban. Ezen információforrásra is támaszkodva vizsgálatot kezdeményez egyes

gyártókkal szemben, hogy felmérje bizonyos restriktív gyakorlatok törvényességét. Ha a jogszerűtlenség bebizonyosodik, akkor az érintett gyártókat nagy bírsággal sújtják.

Az empirikus vizsgálatok nem igazolták az **árdiszkriminációt** a személygépjármű-piacon a belső piac 1993. évi egységesítése előtti időszakban. *Goldberg és Verhoven (1998)* tanulmánya az egyetlen, amely az 1980 és 1993 közötti időszakban az árkonvergenciát bizonyította. Ezzel szemben *Gaulier, G. – Haller, S. (2000)* 1993 és 1999 közötti időszakra vonatkozó kutatási eredményei a szigma konvergencia hiányát bizonyították annak ellenére, hogy béta konvergenciára sor került. A szigma konvergencia legfőbb akadályozója az árfolyam-ingadozás volt (az árak nagymértékben követték az árfolyamot). Más megközelítésben a béta konvergencia az árfolyam-ingadozások miatt nem eredményezett szigma konvergenciát. Az árfolyam-ingadozások az árak szórása dinamikájának nagy részét magyarázták. Mindez hatásos érv a gazdasági és monetáris unió létrehozása, illetve az abba való belépés mellett.

A tanulmány másik következtetése, hogy a forgalmi adók nem játszottak szerepet az árak konvergenciájában, mert az adókulcsok a vizsgált időszakban közel konstansak voltak.

Más források szerint viszont sok esetben a diszkriminációs árpolitika a vállalati nyereség nem elhanyagolható jelentőségű forrása. Az autógyártók nyereségének számottevő hányada származik ugyanis abból, hogy különböző piacokon különböző áron értékesítik termékeiket.

Lutz (2006) mikroszintű adatokat használt fel annak a vizsgálatára, hogy az Európai Unió személygépjármű-piacán mivel magyarázhatók az egy ár törvényétől történő áreltérések. Az általa vizsgált 1993 és 1998 közötti időszakban nem tapasztalta az átlagos árkülönbségek csökkenését. Nem talált bizonyítékot arra, hogy az árkülönbségeket kielégítően magyaráznák a specifikációk eltérései. Az árkülönbségek döntően a teljes mértékben szegmentált piacokon történő áralakító magatartásra és az arbitrázs előtti akadályokra vezethetők vissza. Ez utóbbiakon belül a földrajzi távolság és a japán importtal szembeni mennyiségi korlátozás volt a legfőbb akadályozó tényező. Az árak közeledését előmozdította

viszont Belgium és Luxemburg között a közös nyelv és a monetáris unió (mindkét országban a belga frank volt a hivatalos pénz). Ennek alapján a szerző az árak közeledését várta a Gazdasági és Monetáris Uniótól.

Ha az euró bevezetése a Gazdasági és Monetáris Unió megvalósításával kapcsolatban szűkíti az árdiszkriminációs stratégia mozgásterét, akkor erre az autógyártók a **termék-differenciáció erősítésével** válaszolhatnak. Azaz megkísérelhetik a személygépjárműveket olyan komplex szolgáltatáscsomagok részeként értékesíteni, amelyek országok közötti összehasonlítása nehéz. Amerikai példák alapján azonban e szolgáltatáscsomagok megjelenését követően biztosra vehető olyan szakértő tanácsadók felbukkanása, akik díjazás fejében vállalkoznak arra, hogy megmondják, mit érdemes csinálni, melyik ajánlatot érdemes elfogadni.

A személygépjármű-gyártók megpróbálkozhatnak azzal is, hogy agresszív áremeléseket hajtanak végre a legolcsóbb piacokon, még akkor is, ha a megemelt árak miatt számottevő forgalomtól esnek el. Megalapozottan feltételezhető az, hogy a versenytársak is hasonló módon fognak cselekedni. A személygépjármű-gyártóknak csak azt kell elkerülniük, hogy az Európai Bizottság versenyjogi kérdésekben illetékes főigazgatósága összejártszással vádolja őket.

Ezen túlmenően más tényezők is gátolják a személygépjármű-árak konvergenciáját. Az első a **piaci szerkezet**. Ami a kínálatot illeti, a több piacon működő vállalatok az egyes piacokon érvényesülő verseny intenzitása és jellegzetességei alapján határozzák meg optimális értékesítési áraikat. Ami a keresletet illeti, az aszimmetrikus fogyasztási preferenciák, amelyek a kereslet országok és márkák közötti különböző árrugalmasságnak adnak helyet, differenciált árpolitikákra utalnak. Ha van arbitrázs, akkor az a monopólium azon érdekét fejezi ki, hogy differenciált árpolitikák alkalmazásával szegmentálja a piacokat.

Másodszor, **az árkonvergenciát akadályozzák „magatartási” tényezők**. Az európai piacon megfigyelhető áreltérések nagy része a vállalatok piaci szegmentációs gyakorlatához kapcsolódik. Oligopolisztikus piacon az áraknak tükrözniük kell a termelési költségeket és a termékek műszaki jellegzetességeit. Az áreltérések egy

más változókkal meg nem magyarázható része a személygépjárművek nem mérhető jellegzetességeire (komfortfokozat stb.) és versenyellenes magatartásra vezethető vissza (*Ginsburg, V. – Mertens, Y. 1985*).

Harmadszor, **intézményi és makrogazdasági tényezők is gátolják az árkonvergenciát**. Ilyenek a nem vámjellegű akadályok, amelyek közé a különféle nemzeti szabványok, importkvóták (amelyeket például japán személygépjárművek ellen alkalmaztak) tartoznak, valamint a különböző adórendszerek és az árfolyam-ingadozások.

Ami az **árfolyam-ingadozásokat** illeti, a piaci árazás (pricing to the market) stratégia lényege az, hogy az exportár és a helyi gyártók árai között nincs különbség. Az exportőrök nem érvényesítik az árfolyam-ingadozásokat az exportárakban. Ezt a stratégiát követte a Volkswagen-Audi csoport az olasz piacon 1992 és 1994 között: amikor a líra erőteljesen leértékelődött, a cég megtartotta a lírában kifejezett listaárát azért, hogy ne veszítsen piaci részesedéséből. Ilyen körülmények között a többi európai fogyasztó saját nemzeti valutájában kifejezve olcsóbban vásárolhatott személygépjárművet Olaszországban. Ez a lehetőség párhuzamos importhoz (arbitrázs) vezetett Ausztriában és az NSZK-ban. Erre a Volkswagen-Audi csoport válasza az volt, hogy megtiltotta forgalmazóinak az osztrák és a német fogyasztók kiszolgálását. Ezért az Európai Bizottság versenyhatósága 100 millió euró büntetést ítélt meg a csoportnak, amit 2000 júliusában 90 millió euróra mérsékelte. Ez az eset azt demonstrálja, hogyan köthető össze az árfolyam-ingadozás üzleti stratégiai magatartással árheterogenitás elérése végett (*Gaulier, G. – Haller, S., 2000, p.6.*).

Verboven (1996) az európai személygépjármű-piacon meglévő **árdiszkrimináció három forrását** azonosította. Ezek a következők:

- az országok közötti ár rugalmasságok heterogenitása (piaci szerkezet),
- import kvóták (intézmények),
- összejátszás (magatartás).

Verboven alacsony ár rugalmasságot és nagy belföldi piaci erőt talált Franciaországban, az NSZK-ban, az Egyesült Királyságban és

Olaszországban. Összejátszásra utaló jelek voltak felfedezhetők az NSZK-ban és az Egyesült Királyságban.

Nem sikerült számszerűsíteni az árkonvergencia előtti azon akadályokat, amelyek a személygépjármű-piac elosztási hálózatának szabályozásával voltak kapcsolatosak (az 1775/95/EK rendelet, amely helyébe az 1400/2002/EK rendelet lépett). Ugyancsak feltáratlan még az Internet fogyasztók tájékoztatásában és az elosztási költségek mérséklésében játszott szerepe.

3.3. Árösszehasonlítás

A nemzetközi árösszehasonlításokhoz kedvező lehetőségeket kínál az Európai Bizottság adatbázisa a személygépjárművek árának alakulásáról. Az Európai Bizottság 1993 óta közöl konzisztens adatokat (márkákra lebontva) az egyes országok személygépjármű-áraitól. Az adatbázis 2004-től az új közép-, kelet- és dél-európai országokra is kiterjed.

Az adatbázisban szereplő árak (a fogyasztáshoz kapcsolódó adók nélküli és adókkal) forrását a gyártók és szakmai érdekképviseleti szerveik (European Automobile Manufacturers Association — ACEA, Japan Automobile Manufacturers Association — JAMA) által megadott, árengedmények nélküli listaárak képezik. A 2008. évi adatokat az Európai Bizottság ugyanezen év áprilisában tette közzé, az árak a január 1-i állapotot tükrözik. A 2008. évi adatokat 17 európai, 8 japán és 2 koreai termelő szolgáltatja az Európai Bizottságnak. Ezek a gyártók által 2008. január 1-től ajánlott kiskereskedelmi árak, és 87 márkára vonatkoznak. Ezen márkák értékesítése a legnagyobb volumenű.

A közölt árak a standard felszereléssel ellátott személygépjárművekre vonatkoznak, extrák nélkül. Emellett a részletes táblázatok további kiegészítéseket is tartalmaznak (főbb opciók és jobboldali kormányra vonatkozó specifikációk). Néhány modell esetében a standard felszereléssel kapcsolatos további opciók csak meghatározott piacokon elérhetők. Végül a tényleges kiskereskedelmi árak eltérhetnek a gyártók által javasolt listaáraktól, mert az értékesítőknek a piacok sajátosságaitól

és a piaci helyzettől függően jogukban áll alacsonyabb árakat, valamint további pénzügyi kedvezményeket ajánlani a vevőknek.

Az adatbázist 1993-ban kezdték kialakítani. Az időpont nem véletlen, ekkor fejeződött be az Európai Közösségek belső piacának az egységesítése, amelynek hatásait a személygépkocsi-piac alapján is számszerűsíteni kívánták.

Az alábbi elemzés célja a 2004 és 2008 között végbement alkalmazkodási folyamat feltérképezése. A 2004. évet azért választottuk indulónak, mert az új tagállamokra vonatkozó személygépjármű áradatak ettől az évtől érhetők el teljes körűen.

Az elemzés során végig külön kezeltük az adókat tartalmazó és nem tartalmazó autóárakat. A 2004. év vonatkozásában 90 autómárka adatai álltak rendelkezésre, a 2008-as év esetében pedig 86. Az autógyártók között jellemző erős verseny következtében 4 év elegendő idő arra, hogy bizonyos márkák kifussanak és helyettük újak jelenjenek meg. Emiatt a 2004. és 2008. év adatainak összehasonlító elemzése során 64 márka adatait tudtuk felhasználni, hiszen ezek voltak mindkét évben a piacon, s kerültek be az adatbázisba.

Az elemzés 3 fő lépésre osztható:

1. A 2004. és a 2008. évi éves jelentések alapján az euró-övezet és a nem euró-övezet országai esetében az egyes személygépkocsi-márkák átlagárának és az árakban megfigyelhető szórásnak a meghatározása, mind az adókat tartalmazó, mind pedig az adótól megtisztított árak vonatkozásában.
2. Az egyes márkák esetében az átlagárak és a szóródás euró-övezet és nem euró-övezet közötti eltérésének elemzése mind az adókat tartalmazó, mind pedig az adótól megtisztított árak vonatkozásában, a 2004 és a 2008-as évek esetében egyaránt.
3. Az euró-övezeti és nem euró-övezeti átlagárak 2004-ben és 2008-ban megfigyelhető eltéréseinek összehasonlítása.

Végül annak elemzésére kerül sor, hogy a rendelkezésre álló adatok alapján megfigyelhető-e a magyar, valamint a nem euró-övezetbe tartozó országok esetében az egyes autómárkák árainak felzárkózása a az euró-övezetben kialakult személygépjármű-árakhoz a 2004. és a 2008. évek adatai alapján.

A **2004. évre** vonatkozóan 90 személygépkocsi márka adatai álltak rendelkezésre. Az **adókat tartalmazó autóárakat** alapul véve 60 esetben az euro övezeti átlagár a magasabb. A legnagyobb eltérések a felsőkategóriás autók esetében figyelhetők meg, így a Saab 2.3t, a Land Range Rover, Land Rover Discovery, Land Freelander. Az adókat tartalmazó árak esetében 17 márka kivételével a nem euró-övezet országaiban magasabb az azonos személygépkocsi márkák árainak átlagos eltérése, vagyis szórása.

Az **adó nélküli árak** elemzése alapján megállapítható, hogy 69 autótípus esetében szintén az euró-övezet országaiban magasabb a személygépkocsik átlagára. A legnagyobb eltérés a Citroen Xsara Picasso, Saab 2.3t Seat Ibiza, valamint Mitsubishi Outlander esetében figyelhető meg. Az adó nélküli árak esetében is a nem euró-övezetben – 22 márka esetében magasabb euro-övezet szórása - figyelhető meg nagyobb eltérés az egyes személygépkocsi márkák árainak átlagtól való eltéréseiben. A nem euró-övezeti magasabb autóár-szórás nagy valószínűséggel annak köszönhető, hogy a felzárkózási és piacegységesülési folyamat különböző szintjei figyelhetők meg az egyes, e kategóriába tartozó országokban.

A **2008-ban** az elemzésbe bevont 86 személygépkocsi márka esetében **az adókat tartalmazó autóárakat** alapul véve 72 esetben az euro övezeti átlagár a magasabb. A legnagyobb eltérések a felsőkategóriás autók esetében figyelhetők meg, így a Land Range Rover, Land Rover Discovery, Land Freelander, valamint az Audi A8-as. Az adókat tartalmazó árak esetében 13 márka kivételével a nem euró-övezet országaiban magasabb az azonos személygépkocsi márkák árainak átlagos eltérése, vagyis szórása.

Az **adó nélküli árak** elemzése alapján megállapítható, hogy a 71 autótípus esetében szintén az euró-övezet országaiban magasabb a

személygépkocsik átlagára. A legnagyobb eltérés a Land Range Rover, az Audi A8, Audi A4, Citroen C2, valamint a Peugeot 407 esetében figyelhető meg. Az **adó nélküli árak** esetében is a nem euró övezetben figyelhető meg az egyes személygépkocsi márkák árainak átlagtól való nagyobb eltérés.

Az euró-övezeti és nem euró-övezeti átlagárak 2004-ben és 2008-ban megfigyelhető eltéréseinek összehasonlítása során az elemzés nullhipotézise, hogy 2008-ban az egyes autótípusok esetében az euro övezet személygépkocsi átlagáraihoz közelednek a nem euro-övezet átlagárai, vagyis kisebb az átlagárak eltérése 2008-ban.

Az elemzés kezdetekor a 2004-es adatbázisból 25, a 2008-as adatbázisból 21 márkát kellett elhagyni, mert az említett erős verseny miatt folyamatos cserélődés van a piacra dobott márkákban, éppen ezért ezekben az esetekben nem volt lehetőség összehasonlításra.

Az elemzésbe bevont 65 márka esetében adókat tartalmazó és adómentes árakra egyaránt elvégeztük az elemzéseket. Az adókat tartalmazó árakat illetően 65 esetből 31 esetben volt megfigyelhető az átlagárak eltéréseinek csökkenése, az adókat nem tartalmazó árak körében pedig 43 esetben. Tehát 2004 és 2008 között néhány márka esetében volt közeledés, összességében azonban maradt a korábbi eltérés. Ez arra utal, hogy az árkonvergencia jelentős része korábban lejajlott.

Végül a rendelkezésre álló adatok alapján azt elemeztük, hogy a **magyar, valamint a többi nem euró-övezetbe tartozó ország** esetében megfigyelhető-e az egyes autómárkák árainak felzárkózása az euró-övezetben kialakult személygépjármű-árakhoz a 2004. és 2008. év adatai alapján.

Magyarország esetében az adót tartalmazó személygépkocsi árakban megfigyelhető eltérés az euró-zóna átlagáraihoz képest a vizsgált 65 márka közül 22 esetében csökkent, az adót nem tartalmazó árak esetében ugyanez 65-ből mindössze 20 esetben valósult meg.

Ha a nem euró-övezet átlagárainak konvergenciáját vesszük górcső alá, akkor azt találjuk, hogy az adót tartalmazó áruk körében a magyar adathoz hasonló értéket kapunk 65-ből 23 márka esetében, azaz ebben a körben figyelhető meg az átlagos áreltérés csökkenése. Az adót nem tartalmazó árakat tekintve 65-ből 40 márka esetében tapasztalható meg az euró-övezeti átlagárhoz való közeledés.

Összefoglalásként megállapítható, hogy kevés márka esetében mutatható ki a 2004. és 2008. évi adatai alapján a Magyarország, illetve általában az euró-övezet kívüli EU-tagországok személygépkocsi átlagárainak az euró-övezeti átlagárhoz való közeledése. Az átlagárak távolsága sok esetben nem változott, ugyanakkor megfigyelhető néhány olyan eset, amikor növekedés volt tapasztalható. Magyarországon és a többi nem euró-övezeti országokban az egyes márkák árai jóval magasabb szórást mutatnak, mint az euró-övezet országaiban. Ezek mögött vélelmezhetően az húzódik meg, hogy egyrészt a nem euró-övezeti piacokon a felzárkózás eltérő szintjei nagyobb eltéréseket eredményeznek az árakban. Másrészt a személygépkocsi piacokon az árkonvergencia jórészt 2004 előtt lezajlott. Végül a nem euró-övezeti országok piacain a 2000-es években a hitelben történő vásárlás lehetősége csökkentette a fogyasztók árérzékenységét, ami felgyorsította az autópiacon árkonvergenciát.

8. táblázat

Személygépjármű-árak Magyarországon és az euró-övezeten kívül
(Eurózóna =100 százalék)

	Magyarország				Nem euro övezet			
	EURO ZÓNA:=100%							
	Adókat tartalmazó árak		Adókat nem tartalmazó árak		Adókat tartalmazó árak		Adókat nem tartalmazó árak	
	2004	2008	2004	2008	2004	2008	2004	2008
ALFA ROMEO 3 DOORS	98,56	94,12	97,48	95,75	103,91	100,53	97,81	102,05
ALFA ROMEO 4 DOORS	96,39	97,17	101,46	100,96	90,20	96,12	99,82	99,92
ALFA ROMEO2.0 4 DOORS	100,39	91,66	111,00	92,23	108,69	99,74	102,93	104,16
Audi A3	94,90	96,12	97,56	101,24	103,01	97,86	99,04	102,73
Audi A4	94,43	0,00	98,50	0,00	98,55	88,07	97,55	92,91
Audi A6	99,82	91,22	104,27	103,27	99,07	91,80	99,43	99,46
Audi A8	97,99	93,80	100,59	99,90	101,08	91,64	98,93	96,62
MINI ONE	104,68	102,40	104,27	102,08	104,82	101,77	102,29	100,89
BMW 520i	144,74	95,34	147,32	97,59	144,27	96,29	139,77	98,31
BMW 735i	102,40	94,90	104,79	98,16	105,74	96,04	99,54	99,38
BMW X5	103,49	88,69	106,01	95,76	109,45	96,09	101,61	99,38
CITROEN C2	84,48	0,00	86,14	0,00	83,13	82,12	87,40	84,96
CITROEN C3	82,60	96,26	86,36	93,25	90,43	96,74	87,04	94,97
CITROEN C4	87,69	93,46	92,25	86,39	87,54	94,80	94,61	96,86
CITROEN Xsara Picasso	0,00	102,92	0,00	102,48	125,28	97,70	74,30	103,81
CITROEN C5	95,63	107,20	102,94	107,27	98,13	109,07	93,09	99,89
DAIHATSU CUORE	0,00	0,00	0,00	0,00	92,83	86,43	99,66	98,69
FIAT PANDA	98,14	93,24	101,30	87,31	98,17	95,80	96,90	96,45
FORD FIESTA	86,71	91,56	92,34	99,32	102,37	105,98	96,43	99,65
FORD FOCUS	85,00	89,09	92,40	97,70	102,58	108,07	98,17	101,22
FORD MONDEO	100,91	90,52	111,23	101,62	106,22	100,00	100,33	100,00
HONDA CIVIC	91,25	86,73	91,69	84,27	88,60	91,96	88,48	95,44
HONDA ACCORD	99,06	84,97	99,32	82,36	95,93	95,50	94,81	99,43
LAND ROVER FREELANDER 2.0	0,00	0,00	0,00	0,00	89,20	84,43	97,67	97,20
LAND ROVER DISCOVERY	0,00	0,00	0,00	0,00	88,64	85,12	99,25	95,65
LAND RANGE ROVER	0,00	0,00	0,00	0,00	91,84	86,31	101,67	96,93
MAZDA 2	86,68	92,98	87,24	101,30	93,70	97,87	93,88	97,49
MAZDA 3	90,93	100,97	94,03	101,43	95,03	95,69	96,90	96,96
MAZDA 6	91,26	89,23	93,87	102,58	90,55	82,15	93,79	93,40
Mercedes-Benz C	99,49	91,21	100,84	92,98	101,20	100,01	95,83	99,01
Mercedes-Benz E	97,74	96,88	101,97	98,62	102,09	100,19	99,76	99,29
Mercedes-Benz	107,13	102,42	105,90	102,30	107,13	99,44	100,43	101,50

8. táblázat folytatása

	Magyarország				Nem euro övezet			
	Adókat tartalmazó árák		Adókat nem tartalmazó árák		Adókat tartalmazó árák		Adókat nem tartalmazó árák	
	2004	2008	2004	2008	2004	2008	2004	2008
NISSAN MICRA	91,30	89,55	89,49	83,58	98,45	95,50	95,60	95,41
NISSAN ALMERA	86,52	84,26	86,30	80,59	96,44	114,76	93,66	94,05
NISSAN PRIMERA	100,86	90,54	100,52	89,08	98,50	99,57	96,32	99,54
Opel/Vauxhall CORSA	87,70	98,56	92,01	96,95	96,41	95,32	92,71	96,57
Opel/Vauxhall ASTRA	102,90	93,18	109,29	94,30	99,39	99,58	98,48	99,51
Opel/Vauxhall VECTRA	95,91	104,73	103,41	93,81	99,20	97,00	95,04	97,56
PEUGEOT 206	91,51	86,32	89,91	85,34	97,06	93,34	94,00	95,19
PEUGEOT 307	86,44	93,34	87,39	94,86	94,40	95,69	92,03	97,46
PEUGEOT 407	96,08	92,81	99,71	93,62	99,48	90,94	96,49	92,68
PEUGEOT 607	110,59	102,15	116,23	100,83	104,94	91,72	101,17	98,58
PEUGEOT 807	98,53	108,62	101,32	108,83	96,29	103,91	94,34	98,72
RENAULT Clio	82,63	85,98	86,74	94,59	95,90	94,30	88,52	98,23
RENAULT Mégane	85,89	81,13	92,13	88,65	94,35	90,55	95,69	93,21
RENAULT Laguna	99,90	81,89	107,21	90,37	99,45	96,84	102,67	98,73
Saab 2.0TS	97,44	103,53	104,72	96,67	97,66	96,38	98,86	98,22
Saab 2.3t	92,53	105,41	101,23	102,76	89,56	96,14	90,12	96,16
SEAT IBIZA	66,40	75,41	79,21	91,13	80,98	97,74	71,98	100,81
SEAT ALTEA	85,57	80,59	100,12	92,42	101,40	101,67	96,96	99,69
SEAT LEON	88,92	79,50	93,41	94,57	94,75	97,95	96,92	99,93
Škoda Fabia	92,77	92,63	90,06	87,30	94,64	93,80	92,01	96,57
Škoda Octavia	88,12	101,01	88,51	98,41	93,69	89,99	90,40	97,07
Subaru Legacy	111,06	93,45	107,64	91,24	100,97	96,63	95,15	97,66
SUZUKI GRAND VITARA	102,34	97,64	108,08	102,61	92,25	95,61	95,87	100,88
TOYOTA YARIS	89,47	88,27	88,61	85,17	96,31	98,17	92,89	96,20
TOYOTA AVENSIS	99,39	99,30	99,25	96,52	101,83	100,12	98,27	101,55
VOLKSWAGEN POLO	90,26	100,92	94,09	113,26	95,00	96,26	92,19	97,93
VW GOLF	96,30	97,50	100,44	110,30	96,02	93,99	93,84	96,75
VW TOURAN	88,77	91,95	95,68	103,15	92,75	94,05	91,95	94,38
VOLKSWAGEN PASSAT	96,66	90,08	103,84	99,52	96,24	96,49	95,70	95,73
VOLVO S40	99,91	89,86	104,71	97,14	104,93	92,55	101,05	97,52
VOLVO S60	104,73	91,28	105,55	97,27	111,55	90,50	105,05	99,39
VOLVO S80	98,82	92,62	103,36	100,59	107,33	93,07	103,32	99,34
VOLVO XC90	93,45	83,52	99,64	95,17%	110,91	90,05	105,44	97,99

Forrás: Európai Bizottság

http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor_vehicles/prices/report.html

alapján saját számítások

4. Az üzemanyagárak összehasonlítása

Ez a fejezet két homogén termék: a 95-ös oktánszámú benzin és a gázolaj árának országok közötti eltéréseit vizsgálja az Európai Unióban esettanulmány vagy ágazati tanulmány jelleggel. Az árkülönbségek azonosításán túlmenően az esettanulmány célja válasz keresése az áreltérések okaira.

4.1. Az üzemanyagpiac néhány jellemző vonása

Első megközelítésben a belsőégésű motorok üzemanyaga szintén ideális termék az egy ár törvénye tesztelésére. Egyrészt az üzemanyagok piaca a fejlett országokban teljes mértékben **liberalizált**, azaz az import előtt nincs semmilyen adminisztratív akadály, illetve az árra és árképzésre nem vonatkoznak hatósági előírások. Ebből következik, hogy az Európai Unióban nem szubvencionálják az üzemanyagok fogyasztói árát. Másrészt rendelkezésre állnak időbeli összehasonlítást lehetővé tevő **konzisztens statisztikai adatsorok** a 95-ös oktánszámú prémium ólmozatlan benzinre és a gázolajra az Európai Unió tagországainak a többségében. Az összehasonlítás technikai korlátja az, hogy az adatsorok 2000 óta vannak meg féléves bontásban, de csak 2004 második félévétől az új EU-tagállamokra, beleértve Magyarországot. Ezért az időbeli összehasonlítás lehetőségei korlátozottak. Nincs akadálya viszont a keresztmetszeti elemzésnek, azaz az egyes EU-tagállamok árai adott időpontra vonatkozó összehasonlításának.

A belsőégésű robbanómotorok üzemanyagai **homogén termékek**. A termékek természetéből adódóan a **minőség** adott, azt nemzetközi standardok szabályozzák. A nemzetközi standardokban meghatározott minőségnél gyengébb minőséget a versenypiacok nem fogadnak el. A gyenge minőség azt jelenti, hogy az üzemanyag nem felel meg a nemzetközi standardoknak. Ilyen üzemanyag forgalmazása igényes piacon a piaci részesedés csökkenéséhez vezet. Korszerű személygépjármű-parkkal rendelkező országokban a tulajdonosok nem hajlandók csekély üzemanyagköltség-megtakarítás fejében veszélyeztetni járművük működését.

A **gyártási technológia** szintén adott, a gyártási technológia módosításával sem lehet a minőségen változtatni. A termékek homogén jellegéből következik, hogy a termékdifferenciációra sincs mód, azaz az egyes finomítók nem tudják megkülönböztetni termékeiket a versenytársak termékeitől.

Mindezek alapján **az ár a legfontosabb versenyképességi tényező**. Az árat meghatározó faktorok között döntő a leglényegesebb input, a kőolaj ára, ami valamilyen nemzetközi tőzsdei ár. Az importőr országok kőolaj-feldolgozói **árelfogadók**, azaz nem képesek befolyásolni az általuk beszerzett kőolaj árát. Az inputok alacsonyabb árából legfeljebb a kőolajtermelő országok gazdasági szereplői profitálnak. Magyarországon a MOL Rt. esetében is nemzetközi referenciaáron alapul az általa Oroszországból importált Urál típusú kőolajfajta ára. A MOL Rt. a nagykereskedelmi árakat a mindenkori mediterrán tőzsdei jegyzési árakból kiindulva alakítja ki. E jegyzési árakat módosítja a forint aktuális dollárfolyamával, valamint a hazai kereslet-kínálat függvényében.

A **kőolaj-feldolgozó technológia** is adott, nagy mozgástér nincs a beszerzendő technológia árában. Olyan horderejű innovációk nincsenek és nem várhatók, amelyek rövid időn belül jelentős árelőnyt eredményeznének az innovátornak. A feldolgozandó kőolajfajta jellemzőitől függően a technológiában is lehetnek eltérések. Ez azonban az árat nem befolyásolja, csak akkor, ha egy kőolajfajta feldolgozásáról egy másik feldolgozására kell áttérni. A technológia átállítása hosszabb időt vesz igénybe és jelentős költségei vannak.

Az **üzemanyagok nagykereskedelmi piaca oligopolisztikus szerkezetű**, azaz kevés a kínálati forrás, amivel szemben viszont a keresleti oldalon nagyszámú üzemanyag-töltő állomás áll szemben. A kínálati források száma gyarapodásának határt szabnak a kőolaj-feldolgozás műszaki-technológiai sajátosságait. Egyrészt a minimális, de még inkább az optimális üzemnagyság alatt nem érdemes kőolaj-finomítót létesíteni, mert az ilyen finomító árban nem versenyképes. Másrészt az üzemanyagok **fuvarigényes termékek**, ezért jól meghatározható, hogy egy-egy finomító mekkora régiót képes gazdaságosan ellátni. A finomítók legfeljebb azoknak a régióknak a

határán fekvő területeken versenyeznek egymással, ameddig gazdaságos szállítani az üzemanyagot. A **finomítói marzsok** természetesen a mindenkori piaci helyzet függvényében változhatnak. Ha abszolút vagy relatív értelemben hiány van finomítói kapacitásokból, akkor a finomítói marzsok is nagyobbak.

Az árversenyben az a finomító tud részt venni, amelyik képes **méretgazdaságossági előnyt** realizálni a kibocsátás terjedelmének növelésével, ha korábban még nem érte el az optimális üzemnagyságot. Ebben az esetben a termékek előállításának egységköltsége egy határig (a termelőkapacitás maximális kihasználtságáig) csökken.

4.2. Árösszehasonlítás

Az Eurostat által közölt, **az értékesítésre kivetett adók nélküli üzemanyagárak** megegyeznek a nagykereskedelmi árakkal. A **95-ös oktánszámú prémium ólmozatlan benzín** esetében féléves adatok alapján a 25 tagú EU tagállamaiban regisztrált ár **szórása** az EU-átlag körül 2004 második féléve és 2008 első féléve között csökkent, 2008 első félévében az átlag 6,7 százalékát tette ki (XX táblázat). Ugyanakkor a legalacsonyabb (Svédország) és a legmagasabb (Hollandia) ár közötti különbség 139 euró (31 százalék) volt. Az 539 eurós magyar ár az 535 eurós átlag közelében volt.

A **gázolaj** esetében az árak szórása szintén csökkent, 2008 első félévében 24,81 eurót tett ki, ami az átlag 4,1 százaléka. A legalacsonyabb (Svédország) és a legmagasabb (Görögország) ár közötti különbség 88,73 euró, azaz 11,6 százalék volt. A magyar ár 4,7 százalékkal haladta meg az átlagot.

A Gazdasági és Monetáris Unióba nem tartozó országok esetében az euróban kifejezett vizsgált árak alakulását az érintett országok nemzeti valutáinak az euróhoz viszonyított árfolyama is alakítja. Az árfolyamhatások kiszűrése további kutatást igényel. Emellett a finomítók, illetve a nagykereskedők bizonyos határok között a forgalomra vonatkozó adókat nem tartalmazó nagykereskedelmi árak megállapításában a kereslet és a kínálat aktuális trendjei mellett

valamelyest figyelembe kell, hogy vegyék a nagykereskedelmi árak rakódó adókat.

„A benzin és a gázolaj esetében az importot korlátozza, hogy azt a világpiaci kőolajáron alapuló előállítási költségeket feltételezve, tankautóban legfeljebb 200-250 kilométer sugarú körzetben lehet gazdaságosan szállítani. Ezért Magyarországra érdemi mennyiségű import - a Slovnaft-on kívül - tartósan csak az osztrák nemzeti olajtársaság, az OMV 10 millió tonna/év kapacitású schwechati finomítójából érkezik. A schwechati finomító magyar határhoz közeli elhelyezkedése következtében az OMV kedvező versenyhelyzetben van Magyarország nyugati felében, mivel közvetlen tankautós szállítással egészen a Duna vonaláig eljuttathatja a benzint és a gázolajat közbelső tárolási költség nélkül. Így az OMV - miközben magyarországi kúthálózatának üzemanyag ellátását nagyobb részben a MOL-csoport révén biztosítja - szinte valamennyi jelentős üzemanyag-kiskereskedelmi vállalkozás részére szállít. A versenyképességét jelentősen erősítette a 2001. áprilisában működésbe lépett, többségi tulajdonában levő csepeli üzemanyag-tároló, ahová uszályon érkeznek az üzemanyag-szállítmányok. A csepeli üzemanyag-tárolót üzemeltető vállalkozásban (Dunatár Kft.) kisebbségi tulajdonos - a Magyarországon üzemanyag-kiskereskedelmi tevékenységet végző - Schell és Aral, amelyek ennek révén részben függetleníteni tudják üzemanyag beszerzéseiket a MOL-csoporttól.

Mindezen túlmenően csehországi, németországi és belorussziai finomítókból érkezik be még üzemanyag a magyar piacra. Eme és más, a régióban tevékenykedő finomítók számára több — az utóbbi években épült — a MOL-csoporttól független tároló áll rendelkezésre Magyarország területén. Folyamatban van újabb tárolók kiépítése is.

Finomítói szinten a MOL Rt. lehetséges versenytársa a romániai Petrom, a szerbiai Beopetrol és a horvátországi INA. Ezek a vállalatok jelenleg nem, vagy csak viszonylag kisebb mennyiségben képesek a magyarországi szabványoknak megfelelő termékek előállítására.” (Gazdasági Versenyhivatal 2003)

A forgalmi adókkal növelt ár a végső fogyasztóknak felszámolt ár. A végső fogyasztói piac versenypiac, azaz sok üzemanyag-töltő állomás értékesít nagyszámú fogyasztónak. A magyar üzemanyag-

kiskereskedelem hosszabb idő óta teljes mértékben liberalizált, a nemzetközi nagyvállalatok korlátozások nélkül alapíthatnak Magyarországon üzemanyag-töltő állomást.

A 10. és a 13. táblázat adatai azt mutatják, hogy az üzemanyagok adótartalma igen magas. A 95-ös oktánszámú prémium ólmozatlan **benzin forgalmi adótartalma** 2008 első félévében a fogyasztói árak átlagosan 55,2 százaléka volt. A magyarországi 53 százalékos adótartalom az európai uniós átlag közelében volt. A legalacsonyabb (Ciprus) és a legmagasabb (NSZK) ország adótartalma közötti eltérés 21,3 százalékpont, azaz a különbség közel 50 százalék volt.

9. táblázat

95-ös oktánszámú prémiumólmoztalan benzin ára forgalmi adók nélkül
(Euró/1000 liter)

	2004s02	2005s01	2005s02	2006s01	2006s02	2007s01	2007s02	2008s01
Belgium	350,13	319,01	474,20	486,24	575,64	400,19	531,38	546,39
Csehország	354,29	289,21	433,40	410,99	519,67	396,12	494,87	550,70
Dánia	527,47	336,81	457,20	473,11	573,98	397,38	541,06	517,68
NSZK	361,36	303,50	432,40	433,65	531,10	357,68	515,46	479,53
Észtország	300,51	283,26	428,40	425,59	517,56	375,23	504,90	498,10
Írország	381,29	335,01	428,39	446,58	520,96	411,70	528,39	544,92
Görögország	388,21	248,72	487,26	486,69	586,16	428,48	548,67	565,20
Spanyolország	366,78	324,94	459,28	455,35	567,23	411,24	535,03	539,39
Franciaország	315,62	278,89	413,59	430,60	517,10	374,96	506,12	516,80
Olaszország	397,19	348,14	475,72	485,75	590,23	442,41	568,40	565,99
Ciprus	381,94	357,61	465,95	473,16	575,08	446,34	572,54	581,31
Lettország	332,32	357,43	431,50	448,62	533,85	415,99	511,19	573,36
Litvánia	365,19	311,93	458,28	466,01	546,79	386,82	527,84	540,93
Luxemburg	392,71	342,21	492,71	484,91	581,41	415,31	564,01	541,41
Magyarország	370,13	333,99	451,73	452,58	543,55	412,83	541,58	538,76
Málta	410,03	427,58	442,58	610,11	669,32	531,14	604,17	614,05
Hollandia	416,61	384,00	507,33	517,45	625,00	463,00	598,13	590,56
Ausztria	379,47	333,63	467,36	451,53	537,60	397,60	521,37	501,70
Lengyelország	363,04	314,26	435,27	430,09	535,01	348,24	523,06	512,22
Portugália	361,49	314,75	454,81	455,09	564,61	441,08	547,14	567,71
Szlovénia	324,66	276,97	420,22	405,59	486,99	411,64	509,97	523,50
Szlovákia	371,63	318,61	422,80	463,18	531,15	408,33	505,85	512,45
Finnország	363,88	339,52	397,37	422,25	560,05	370,67	526,05	498,99
Svédország	377,76	334,23	455,68	429,81	494,78	353,76	489,10	451,89
Egyesült Királyság	319,78	287,37	411,05	417,67	477,00	388,49	497,20	513,23
Átlag	370,94	324,06	448,18	458,50	550,47	407,47	532,54	535,47
Szórás	42,54	36,46	26,73	41,21	41,90	38,15	29,82	36,05
Szórás/átlag	11,5%	11,3%	6,0%	9,0%	7,6%	9,4%	5,6%	6,7%

Megjegyzés: s: semi-year, félév

Forrás: Eurostat

10. táblázat

**95-ös oktánszámú prémium ólmozatlan benzin ára forgalmi adókkal
(Euró/1000 liter)**

	2004s02	2005s01	2005s02	2006s01	2006s02	2007s01	2007s02	2008s01
Belgium	1106,33	1068,67	1290,33	1304,90	1413,07	1200,78	1359,52	1414,57
Csehország	868,25	809,10	982,60	979,63	1113,68	977,48	1085,72	1196,20
Dánia	1175,44	1098,04	1246,92	1266,54	1392,72	1172,54	1353,31	1335,48
NSZK	1178,40	1111,30	1260,80	1262,25	1375,30	1204,50	1392,25	1349,50
Észtország	693,95	673,63	844,91	841,59	950,11	782,15	935,16	1011,59
Írország	997,00	941,00	1054,00	1076,00	1166,00	1034,00	1175,00	1195,00
Görögország	814,00	767,00	940,00	941,00	1082,00	912,00	1058,00	1100,00
Spanyolország	888,54	844,13	1000,00	1000,83	1130,65	949,80	1093,38	1098,33
Franciaország	1082,17	1038,24	1199,34	1219,68	1323,14	1168,61	1325,67	1338,44
Olaszország	1147,00	1088,14	1247,67	1259,70	1385,08	1207,69	1358,88	1355,99
Ciprus	784,81	756,82	886,24	894,49	1010,94	860,81	1002,57	1024,27
Lettország	703,46	716,65	834,65	854,89	955,46	844,44	957,10	1029,79
Litvánia	770,97	708,12	880,81	889,93	985,25	796,49	962,89	1019,70
Luxemburg	935,00	902,00	1075,00	1066,00	1177,00	1009,00	1180,00	1154,00
Magyarország	995,58	957,78	1104,98	1053,03	1112,98	998,96	1167,70	1145,85
Málta	852,31	867,65	887,49	1085,49	1155,37	992,31	1078,50	1090,15
Hollandia	1287,00	1248,00	1395,00	1407,00	1535,00	1342,00	1503,00	1494,00
Ausztria	965,00	910,00	1071,00	1052,00	1157,00	989,00	1173,00	1183,00
Lengyelország	864,48	875,13	1020,35	969,87	1078,77	942,91	1171,38	1181,98
Portugália	1052,07	996,45	1195,18	1195,53	1358,18	1239,08	1367,41	1392,99
Szlovénia	834,92	820,36	936,19	918,63	1041,12	974,00	1092,00	1059,00
Szlovákia	904,53	857,34	977,47	1043,16	1105,17	1016,69	1155,43	1159,66
Finnország	1172,69	1142,95	1202,00	1232,36	1400,47	1169,43	1359,00	1354,56
Svédország	1123,29	1103,05	1227,25	1207,16	1365,95	1138,83	1300,06	1265,98
Egyesült Királyság	1206,89	1129,78	1287,89	1297,52	1408,54	1312,84	1426,60	1394,77
Átlag	976,16	937,25	1081,92	1092,77	1207,16	1049,45	1201,34	1213,79
Szórás	165,86	155,15	160,09	158,53	167,59	153,77	159,29	141,82
Szórás/átlag	17,0%	16,6%	14,8%	14,5%	13,9%	14,7%	13,3%	11,7%

Megjegyzés: s: semi-year, félév

Forrás: Eurostat

11. táblázat

A 95-ös oktánszámú prémium ólmozatlan benzinre vonatkozó adó a fogyasztói ár százalékában

	2004s02	2005s01	2005s02	2006s01	2006s02	2007s01	2007s02	2008s01
Belgium	68,4	70,1	63,2	62,7	59,3	66,7	60,9	61,4
Csehország	59,2	64,3	55,9	58,0	53,3	59,5	54,4	54,0
Dánia	55,1	69,3	63,3	62,6	58,8	66,1	60,0	61,2
NSZK	69,3	72,7	65,7	65,6	61,4	70,3	63,0	64,5
Észtország	56,7	58,0	49,3	49,4	45,5	52,0	46,0	50,8
Írország	61,8	64,4	59,4	58,5	55,3	60,2	55,0	54,4
Görögország	52,3	67,6	48,2	48,3	45,8	53,0	48,1	48,6
Spanyolország	58,7	61,5	54,1	54,5	49,8	56,7	51,1	50,9
Franciaország	70,8	73,1	65,5	64,7	60,9	67,9	61,8	61,4
Olaszország	65,4	68,0	61,9	61,4	57,4	63,4	58,2	58,3
Ciprus	51,3	52,7	47,4	47,1	43,1	48,1	42,9	43,2
Lettország	52,8	50,1	48,3	47,5	44,1	50,7	46,6	44,3
Litvánia	52,6	55,9	48,0	47,6	44,5	51,4	45,2	47,0
Luxemburg	58,0	62,1	54,2	54,5	50,6	58,8	52,2	53,1
Magyarország	62,8	65,1	59,1	57,0	51,2	58,7	53,6	53,0
Málta	51,9	50,7	50,1	43,8	42,1	46,5	44,0	43,7
Hollandia	67,6	69,2	63,6	63,2	59,3	65,5	60,2	60,5
Ausztria	60,7	63,3	56,4	57,1	53,5	59,8	55,6	57,6
Lengyelország	58,0	64,1	57,3	55,7	50,4	63,1	55,3	56,7
Portugália	65,6	68,4	61,9	61,9	58,4	64,4	60,0	59,2
Szlovénia	61,1	66,2	55,1	55,8	53,2	57,7	53,3	50,6
Szlovákia	58,9	62,8	56,7	55,6	51,9	59,8	56,2	55,8
Finnország	69,0	70,3	66,9	65,7	60,0	68,3	61,3	63,2
Svédország	66,4	69,7	62,9	64,4	63,8	68,9	62,4	64,3
Egyesült Királyság	73,5	74,6	68,1	67,8	66,1	70,4	65,1	63,2

Megjegyzés: s: semi-year, félév

Forrás: Eurostat

12. táblázat

A gázolaj ára forgalmi adók nélkül
(Euró/1000 liter)

	2004s02	2005s01	2005s02	2006s01	2006s02	2007s01	2007s02	2008s01
Belgium	340,37	382,60	500,39	509,21	554,83	438,00	525,56	587,28
Csehország	341,26	356,78	490,46	468,42	537,96	465,77	499,84	636,57
Dánia	335,96	359,92	474,90	494,02	553,07	423,67	523,32	572,58
NSZK	339,51	365,40	485,90	472,27	519,30	409,01	513,42	568,68
Észtország	296,61	344,95	459,23	483,24	503,56	441,57	479,78	611,78
Írország	384,01	416,24	501,36	522,85	562,52	484,83	536,90	622,85
Görögország	368,33	405,08	524,95	519,08	585,13	497,13	551,85	634,99
Spanyolország	352,71	396,56	505,85	498,23	561,83	456,52	533,81	596,00
Franciaország	314,73	347,72	474,81	464,64	517,19	419,32	493,48	566,95
Olaszország	376,32	433,72	531,48	551,19	593,05	499,03	547,33	627,42
Ciprus	370,46	381,81	506,16	506,68	571,50	475,68	551,80	620,55
Lettország	313,98	382,61	472,95	488,85	537,56	477,45	498,52	626,25
Litvánia	328,69	360,10	404,64	498,48	536,18	443,22	499,86	606,50
Luxemburg	334,95	342,21	495,55	488,25	550,85	446,15	530,55	581,50
Magyarország	360,43	392,56	497,83	498,65	557,00	461,83	532,52	626,86
Málta	329,56	460,06	478,97	553,97	615,16	522,39	581,60	619,13
Hollandia	357,00	383,47	501,07	496,00	574,00	466,00	550,69	605,31
Ausztria	351,53	386,53	514,01	476,84	538,01	443,85	495,51	578,01
Lengyelország	324,25	389,27	475,77	480,09	524,75	444,90	490,95	589,24
Portugália	336,55	392,53	497,94	496,45	555,28	477,34	531,72	583,66
Szlovénia	306,17	338,78	470,32	459,41	511,27	446,70	500,87	577,17
Szlovákia	338,99	358,92	459,33	486,71	534,77	451,47	508,30	589,51
Finnország	318,04	370,82	475,37	497,50	555,05	466,87	508,98	621,85
Svédország	345,03	377,89	494,19	512,83	571,01	439,67	486,92	546,26
Egyesült Királyság	330,15	348,35	462,05	469,50	576,27	445,70	504,46	568,65
Átlag	339,82	379,00	486,22	495,73	551,88	457,76	519,14	598,62
Szórás	21,42	28,60	25,18	23,31	26,10	25,69	24,86	24,81
Szórás/átlag	6,3%	7,5%	5,2%	4,7%	4,7%	5,6%	4,8%	4,1%

Megjegyzés: s: semi-year, félév

Forrás: Eurostat

13. táblázat

A gázolaj ára forgalmi adókkal
(Euró/1000 liter)

	2004s02	2005s01	2005s02	2006s01	2006s02	2007s01	2007s02	2008s01
Belgium	814,67	853,67	1047,50	1029,13	1066,67	927,10	1036,58	1095,27
Csehország	781,46	815,30	975,98	969,67	1056,38	979,56	1012,34	1212,05
Dánia	882,25	908,54	1051,16	1074,88	1148,76	987,40	1112,75	1174,42
NSZK	939,50	969,50	1109,30	1093,50	1148,00	1046,50	1170,75	1236,50
Észtország	639,63	696,64	831,49	859,80	883,77	810,66	855,78	1111,42
Írország	910,00	949,00	1052,00	1078,00	1126,00	1032,00	1095,00	1199,00
Görögország	730,00	774,00	925,00	919,00	1011,00	916,00	983,00	1116,00
Spanyolország	753,00	808,08	934,97	929,94	1003,41	890,78	980,37	1052,45
Franciaország	875,03	914,48	1066,49	1054,32	1117,17	1010,76	1099,46	1187,32
Olaszország	935,43	1004,31	1133,37	1157,03	1207,26	1098,03	1164,40	1260,50
Ciprus	708,74	721,78	868,76	869,30	943,22	831,33	916,11	1006,92
Lettország	635,23	702,28	836,09	854,89	912,36	864,52	889,65	1039,82
Litvánia	678,00	715,07	865,07	878,35	922,97	813,15	879,98	1039,32
Luxemburg	676,00	724,00	875,00	881,00	953,00	847,00	944,00	1016,00
Magyarország	890,76	937,02	1068,62	1019,61	1048,98	970,17	1066,76	1164,72
Málta	680,91	830,63	854,88	943,40	1015,61	906,13	976,01	1020,27
Hollandia	878,00	909,00	1049,00	1043,00	1136,00	1007,00	1108,00	1173,00
Ausztria	794,00	836,00	990,00	973,00	1048,00	935,00	1057,00	1156,00
Lengyelország	696,96	830,27	933,98	965,16	1003,45	917,39	984,55	1122,13
Portugália	767,36	833,97	982,95	981,14	1082,57	1018,52	1084,32	1197,25
Szlovénia	730,30	815,78	929,09	914,46	976,44	924,00	989,00	1055,00
Szlovákia	835,86	874,45	990,33	1039,42	1085,99	1033,78	1122,64	1215,88
Finnország	811,12	875,51	970,00	997,00	1067,21	959,63	1011,00	1161,40
Svédország	884,06	975,95	1101,02	1133,06	1210,81	1061,73	1114,96	1234,18
Egyesült Királyság	1219,21	1201,41	1347,82	1358,44	1435,59	1380,05	1435,13	1459,89
Átlag	805,90	859,07	991,59	1000,66	1064,42	966,73	1043,58	1148,27
Szórás	124,87	111,73	114,34	111,50	114,90	114,72	117,50	98,60
Szórás/átlag	15,5%	13,0%	11,5%	11,1%	10,8%	11,9%	11,3%	8,6%

Megjegyzés: s: semi-year, félév

Forrás: Eurostat

14. táblázat

A gázolajra vonatkozó adó a fogyasztói ár százalékában

	2004s02	2005s01	2005s02	2006s01	2006s02	2007s01	2007s02	2008s01
Belgium	58,2	55,2	52,2	50,5	48,0	52,8	49,3	46,4
Csehország	56,3	56,2	49,7	51,7	49,1	52,5	50,6	47,5
Dánia	61,9	60,4	54,8	54,0	51,9	57,1	53,0	51,2
NSZK	63,9	62,3	56,2	56,8	54,8	60,9	56,1	54,0
Észtország	53,6	50,5	44,8	43,8	43,0	45,5	43,9	45,0
Írország	57,8	56,1	52,3	51,5	50,0	53,0	51,0	48,1
Görögország	49,5	47,7	43,2	43,5	42,1	45,7	43,9	43,1
Spanyolország	53,2	50,9	45,9	46,4	44,0	48,8	45,6	43,4
Franciaország	64,0	62,0	55,5	55,9	53,7	58,5	55,1	52,2
Olaszország	59,8	56,8	53,1	52,4	50,9	54,6	53,0	50,2
Ciprus	47,7	47,1	41,7	41,7	39,4	42,8	39,8	38,4
Lettország	50,6	45,5	43,4	42,8	41,1	44,8	44,0	39,8
Litvánia	51,5	49,6	53,2	43,2	41,9	45,5	43,2	41,6
Luxemburg	50,5	52,7	43,4	44,6	42,2	47,3	43,8	42,8
Magyarország	59,5	58,1	53,4	51,1	46,9	52,4	50,1	46,2
Málta	51,6	44,6	44,0	41,3	39,4	42,3	40,4	39,3
Hollandia	59,3	57,8	52,2	52,4	49,5	53,7	50,3	48,4
Ausztria	55,7	53,8	48,1	51,0	48,7	52,5	53,1	50,0
Lengyelország	53,5	53,1	49,1	50,3	47,7	51,5	50,1	47,5
Portugália	56,1	52,9	49,3	49,4	48,7	53,1	51,0	51,2
Szlovénia	58,1	58,5	49,4	49,8	47,6	51,7	49,4	45,3
Szlovákia	59,4	59,0	53,6	53,2	50,8	56,3	54,7	51,5
Finnország	60,8	57,6	51,0	50,1	48,0	51,3	49,7	46,5
Svédország	61,0	61,3	55,1	54,7	52,8	58,6	56,3	55,7
Egyesült Királyság	72,9	71,0	65,7	65,4	59,9	67,7	64,8	61,0

Megjegyzés: s: semi-year, félév

Forrás: Eurostat

A **gázolaj** esetében a 25 tagú EU fogyasztói árának átlagos adótartalma 47,5 százalék volt. A legalacsonyabb (Ciprus) és a legmagasabb (Egyesült Királyság) adótartalmú ország közötti eltérés 22,6 százalékpont volt, ez 59 százalékos különbség. Magyarország 46,2 százalékos értéke a közösségi átlag közelében volt.

A forgalmi adóknak a végső fogyasztói árhoz viszonyított aránya a vizsgált rövid időszakban nyilván az alkalmazott formula sajátosságai miatt folyamatosan változott mind a 95-ös oktánszámú prémium ólmozatlan benzin, mind a gázolaj esetében. Ez a változékonyság nem könnyíti meg az árösszehasonlítást.

A forgalmi adókkal növelt fogyasztói ár esetében a magasabb ár miatt a **szórás** értelemszerűen nagyobb volt, mint az adók nélküli ár esetében. A szórás 2008 első félévében a 95-ös oktánszámú prémium ólmozatlan **benzin** esetében 142 euróra, a 25 tagú EU átlagárának 11,7 százalékára rúgott. A legalacsonyabb (Észtország) és a legmagasabb (Hollandia) ár között 483 euró volt a különbség, ami 48 százaléknak felel meg. Magyarország 1145 eurós ára 5,6 százalékkal volt alacsonyabb az EU-átlagnál. Figyelmet érdemel, hogy nem fedezhető fel trendszerű eltérés a fogyasztói árakban a gazdasági fejlettség függvényében, azaz nem állítható, hogy az alacsonyabb egy főre jutó GDP-vel rendelkező országokban szisztematikusan alacsonyabb lenne a benzinár. Ciprus és Málta alacsonyabb fogyasztói árai nem csekély mértékben magyarázhatók a földrajzi fekvés miatti kedvező szállítási lehetőségekkel (közel-keleti kőolajtermelők), illetve alacsony szállítási költségekkel.

Az ár-összehasonlítás szempontjából nem annyira általában az EU-tagállamok közötti összehasonlításnak van jelentősége, mint inkább a **szomszédos országok árai** összevetésének. A magyar fogyasztói ár ugyanis nem a finn vagy a máltai árral versenyez, hanem a szlovák, az osztrák és a szlovén fogyasztói árral. Arbitrázs a Magyarországgal szomszédos országok között képzelhető el, ott is a határtól meghatározott távolságban, ameddig árnyereség realizálását teszi lehetővé a két ország közötti árkülönbség. A magyartól gyakorlatilag nem tért el 2008 első félévében a szlovák ár, attól 3 százalékkal volt alacsonyabb az osztrák és 8,2 százalékkal a szlovén ár. Némi

arbitrázslehetőség tehát szlovén viszonylatban adódott. Ennek a kihasználását is viszonylag szűk tartományban tette lehetővé az, hogy a szlovén-magyar határszakasz viszonylag rövid, kevés a határátkelő és kevés a határ magyar oldalán a nagyobb lélekszámú település. Összehasonlítható adatok hiányában nem tudtuk vizsgálni az ukrán, a román, a szerb és a horvát benzin- és gázolajárakat.

Figyelmet érdemel, hogy nemcsak a Magyarország és szomszédai közötti viszonylatban csekélyek az árkülönbségek, hanem más tetszőleges szomszédos ország között is, különösen a kis országok esetében. Hollandia és Belgium között 5-6 százalék az árkülönbség, bár (a kivétel erősíti a szabályt) Luxemburgban 22 százalékkal volt drágább a benzin, mint Belgiumban. A balti köztársaságok vagy Franciaország és az NSZK között viszont alig volt árkülönbség.

Csábító a következtetés, hogy általános irányzatként minél kisebb szomszédos országokról van szó, annál nagyobb a benzinárakban meglévő különbség. Erre van példa, de az ellenkezőjére is. Sőt, arra is van precedens, hogy a nagy országok (NSZK, Franciaország és Olaszország) benzinárai igen közel állnak egymáshoz.

A **gázolaj** esetében a végső fogyasztói ár szórása szintén csökkent a vizsgált rövid időszakban, 98,6 euró volt 2008 első félévében, ami az átlagos fogyasztói ár 8,6 százalékának felelt meg. A legalacsonyabb (Luxemburg) és a legmagasabb (Egyesült Királyság) ár közötti különbség 444 euró volt, azaz 44 százalék. A magyar érték alig tért el az európai uniós átlagtól.

Ami a szomszédos országokkal aló összevetést illeti, az osztrák ár a magyar szintjén volt, a szlovén ár 10 százalékkal, a szlovák 4,2 százalékkal volt alacsonyabb a magyarnál. A gázolaj esetében is szlovén viszonylatban volt lehetőség arbitrázsra, szlovák viszonylatban kevésbé. Az EU többi szomszédos országai esetén a benzinnél feltárt összefüggésekhez hasonló trendek érvényesültek a gázolaj esetében is. Megjegyzendő, hogy szomszédos országok tekintetében kevesebb lehetőség van arbitrázsra a gázolaj esetében, mint a benzinnél. Ennek oka az, hogy a gázolaj-felhasználás döntő hányada teherszállító gépjárművekre, vasúti mozdonyokra és munkagépekre jut, ez a

szegmens viszont a teherautók részleges kivételével korlátozottan van jelen a határokon átnyúló forgalomban. A benzinhez hasonlóan a gázolaj esetében sem fedezhető fel kapcsolat az árak, árkülönbségek és a gazdasági fejlettségi szint között.

Az üzemanyag-forgalmazásban, azaz a **kiskereskedelmi piacon** erős a verseny. Magyarországon a piac három szegmensre tagolódik. Az első szegmenst a MOL Rt., a másodikat a márkanévvel rendelkező külföldi nagyvállalatok (Shell, OMV stb.) üzemanyagtöltő hálózata, a harmadikat a név nélküli cégek képezik. A harmadik szegmens az utóbbi években jelentősen visszaszorult, emiatt piaci részesedése minimális.

Az üzemanyag-kiskereskedelemben a nettó árrés — a költségek és beruházások megtérülésének fedezésére — 5-6 százalék. Ebből 3-4 százalék jut a fenntartási, üzemeltetési és szállítási költségekre, fele a világon szokásosnak. Ez a csekély árrés korlátozza az árverseny lehetőségeit. Az egyes nagyvállalatok értékesítési hálózatán belül, az egyes kutak között az árak a helyi környezet adottságai, a forgalom, a depóktól való távolság és a versenytársak jelenléte függvényében különbözőek lehetnek. Ugyanakkor az árat a cégek a termékcsomag meghatározó elemének, de nem egyetlen összetevőjének tekintik. A szolgáltatás minősége, a termékek garanciája, a kiszolgálás éppúgy lényegi része a tankolásnak, mint az ár. Az üzleti stratégia része még az ún. szárazárak, azaz nem üzemanyagok értékesítése az üzemanyagtöltő állomásokon található üzletben. Az üzemanyag kiskereskedelemben működő vállalkozások által realizált összes nyereség mintegy fel származik ilyen „száraz” termékek értékesítéséből. Az alacsony kiskereskedelmi árrés miatt a minimum 15-20 egységet üzemeltető hálózatok nyereségesek a hálózati hatásokból adódó előnyök miatt.

4.3. Összefoglalás, következtetések

Bár a benzin és a gázolaj olyan termék, amely bekerül a nemzetközi kereskedelembé, illetve árát a világpiaci mozgások is nagymértékben alakítják, piaca liberalizált, az utóbbi 4-5 évre vonatkozó áradatokból nem vonható le az a következtetés, hogy a 25 tagú Európai Unióban kiegyenlítődtek volna az adókkal növelt **fogyasztói árak**. A szórás átlaghoz viszonyított aránya féléves adatok alapján 2004 második féléve

és 2008 első féléve között átlagosan 14,5 százalék volt a benzin és 11,7 százalék a gázolaj esetében. Ugyanakkor a legalacsonyabb és a legmagasabb árak között jelentős különbségek voltak az EU-ban.

A Gazdasági és Monetáris Unió kivülről országok fogyasztói árának alakulását torzíthatták a nemzeti valuták euróhoz viszonyított **árfolyamának** változásai. További torzító tényezők lehetnek a forgalomra vonatkozó, országonként eltérő mértékű **adók**, amelyeknek a fogyasztói árhoz viszonyított aránya még egy-egy ország esetében sem stabil időben. A benzinre és a gázolajra vonatkozó adók kialakításának mechanizmusa az egyes országokban nem ismert. Feltételezhető, hogy az adómértékek megállapításakor a kormányzati intézmények nemcsak belpolitikai, belgazdasági, szociálpolitikai stb. szempontokat vesznek figyelembe, hanem nemzetközi tényezőket is. Ilyen például az, hogy az adókkal együtt számított fogyasztói árak ne legyenek annyival magasabbak a szomszédos országok árainál, hogy az árkülönbség jelentős arbitrázsnyereséggel kecsegtesse a gazdasági szereplők tömegeit. Ez a szempont vélelmezhetően a kis országokban nagyobb szerepet játszik, mint a nagyobb nemzetgazdaságokban (például balti köztársaságok).

A végső fogyasztói árak alakítása terén igen szűk a mozgástér a kiskereskedelemben. Egyrészt a forgalomra vonatkozó magas adók, másrészt az erős piaci verseny miatt a kiskereskedelmi árrés abnormálisan alacsony, 5-6 százalék körüli. Az ebből képződő nyereségtömeg nem elegendő újabb üzemanyag-töltő állomásokba történő beruházásokhoz, de talán még a meglévők amortizációját sem fedezi. Ilyen körülmények között a kiskereskedelem szereplői kerestfinanszírozással és szinergiák realizálásával igyekeznek nyereségüket és jövedelmezőségüket fokozni. Ez azt jelenti, hogy egyrészt a nem üzemanyag termékek eladásából származik az üzemanyag-forgalmazók nyereségének jelentős része, olyan termékek értékesítéséből, amelyek árrése nagyobb, mint az üzemanyagoké. Másrészt a jövedelmezőséget a költségek csökkentése révén fokozza a kiskereskedelmi hálózat bővítése. Ennek hosszú távú következménye lehet az, hogy a verseny nem az egyes üzemanyag-töltő állomások között fog zajlani a kiskereskedelemben, hanem a hálózatok között, azaz

a piac végső soron oligopolisztikussá válik (egyres EU-tagállamokban már valószínűleg az is), ami nem kedvez az árak közeledésének.

A benzin és a gázolaj nagykereskedelmi piaca oligopolisztikus szerkezetű. Az árak országok közötti közeledésének határt szab a nagy fuvarigény, azaz az, hogy az üzemanyagot a kőolaj-finomítók körüli 200-150 km sugarú körben lehet gazdaságosan szállítani tartálykocsival. Ez önmagában is jelentős gazdasági korlát a verseny előtt mind az importot, mind a hazai piacot tekintve.

Az üzemanyaggyártás legfőbb költségteje a kőolaj, a kőolajár esetében a devizákhoz és a tőzsdén jegyzett nyersanyagokhoz hasonlóan érvényesül az egy ár törvénye, ami miatt tartósan magasabb vagy alacsonyabb árakat az EU-tagállamok nem tudnak fenntartani. Hasonlóképpen nincs nagy mozgástér a technológia és a tőkeköltségek terén.

Az üzemanyag igen fontos termelési input. Az Európai Unió államainak benzin- és gázolajárainak további közeledése kétségtelenül mérsékelné más területeken is a torzításokat.

5. Az Internet és az árak

5.1. A tervezett empirikus felmérés korlátai

Eredetileg azt terveztük, hogy empirikus adatfelvétel segítségével elemezzük a Magyarország és Ausztria közötti áreltéréseket néhány tartós fogyasztási cikk példáján. Más szavakkal: magyar és osztrák bevásárlóközpontok és áruházláncok által kínált termékek árait szerettük volna összehasonlítani. A kutatási költségkeret csökkentése miatt a rendelkezésre álló forrásokból ez az empirikus adatfelvétel nem volt finanszírozható.

Az empirikus árösszehasonlítást volt hivatva pótolni az internetes kutatás. Az internetes információk alapján történő árösszehasonlítás előnye, hogy a szállítási költségek jobban elválaszthatók az áruáraktól. E kutatás keretében magyar, német és osztrák értékesítők azonos termékekre vonatkozó árait kívántuk összevetni az interneten található információk alapján. Az árösszehasonlításba viszonylag drága tartós fogyasztási cikkeket kívántunk bevonni, olyanokat, amelyeknél az arbitrázs tömegesen szóba jöhet. További kiválasztási kritériumként határoztuk meg, hogy ugyanolyan vagy nagyon hasonló műszaki paraméterekkel rendelkező árukat vegyünk be a mintába. (A televíziókészülékek esetében például a képátmérőt és a felbontást vettük figyelembe.) Ellenkező esetben különböző termékek árát vetnénk össze egymással.

Az internetes kutatás során 111 terméket sikerült árral együtt összegyűjtenünk. (Ezek listáját a függelék tartalmazza.) Mindegyik termék az Euronics cégtől származik, hogy összehasonlíthatók legyenek az adatok. Az adatgyűjtés korlátja volt, hogy sok termék nem kapható Magyarországon, ami a másik két országban igen. Ennek ellenére magyar részről felsoroltuk az összes, a felállított kritériumnak megfelelő terméket is, függetlenül attól, hogy volt-e ár feltüntetve mellettük vagy nem. Dőlt betűvel jeleztük a magyar termékeknél azokat, amelyeknek vannak árai. Ezek az árak azonban vagy akciós árak, vagy utolsó darabokra vonatkozó árak voltak október 9-10-én. Relevanciájuk erősen megkérdőjelezhető, de a honlapon csak ezek voltak elérhetőek. A kapott

minta nem alkalmas további feldolgozásra az alacsony releváns elemszám miatt. Ehelyett áttekintjük az internetes kereskedelem fő vonásait az árak szemszögéből.

5.2. Az internetes kereskedelem és az árak közötti kapcsolatok a nemzetközi szakirodalomban

Az Internetnek, mint a globalizáció egyik leglényegesebb hordozójának a terjedése önmagában, más hatótényezőktől függetlenül is érinti az árszínvonalakat, az árakat és az árak szórását. Az Internet üzleti célokra történő felhasználása ugyanis javítja az árak átláthatóságát, helyi információs monopóliumokat szüntet meg, általában mérsékli az információs aszimmetriát, ezáltal erősíti a versenyt. A kereskedelmi forgalomba kerülő áruk esetében ez a konvergencia várhatóan "lefelé" megy végbe, azaz a legalacsonyabb ár lesz a meghatározó. A szolgáltatások esetében a szélsőségesen magas vagy alacsony árak az átlagárhoz közelednek. Ennek az az oka, hogy a szolgáltatások árszerkezetében a bérek aránya nagyobb, mint az árukéban, a bérek pedig lefelé merevek.

Az említetteken kívül az Internet azáltal járulhat hozzá az árak csökkenéséhez, hogy mérsékli egyrészt a fogyasztók tranzakciós és a termékinformációk megszerzésével kapcsolatos költségeit. Másrészt arra készíti a termelőket, hogy üzleti folyamataik egy részét online-ra tereljék, olyan területre, ahol az off-line-hoz képest alacsonyabbak a piacra jutási korlátok és alacsonyabbak a működési költségek.

Az Internet terjedésétől **az azonos termékek ára szórásának a csökkenése várható** elsősorban. Ez arra vezethető vissza, hogy a fogyasztók az Interneten könnyebben össze tudják hasonlítani az általuk keresett termékek árait, így a legalacsonyabb ár fölötti árat kínáló gazdasági szereplők értékesítése gyorsan visszaesik. Ez utóbbi hatást erősíti az, hogy a vállalatok árváltoztatással kapcsolatos költségei is mérséklődnek, azaz kisebb a költsége az árak gyakori változtatásának az online értékesítésben, mint az off-line-ban. Az árak változtatása az Interneten a valóságban gyorsan, könnyen és gyakorlatilag költségmentesen történhet.

Az árak összehasonlíthatóságának javulására a vállalatok vagy a **termékdifferenciáció erősítésével** reagálnak, vagy úgy, hogy figyelik a piacvezető vállalat árait, értékesítési volumenét és piaci hírnevét, és ennek alapján állapítja meg a saját árait valamivel a piacvezető árai alatt. Az off-line is értékesítők nehezen tudnak versenyezni az árban azokkal a vállalatokkal, amelyek kínálata kizárólag online. Így az online értékesítés az off-line értékesítők forgalmát és hagyományos elosztó hálózatát is érinti. E hatások eredőjeként az Internet terjedése nyomán vagy nő, vagy csökken az árak szórása.

Az információs és kommunikációs technológiák fejlődésével lehetővé vált a fogyasztók azonosítása és termékválasztékának és árpreferenciáinak a strukturálása. E vásárlói adatbázist a vállalatok felhasználhatják a termékek és az árváltozások gyors összekapcsolására. Így lehetővé válik rövid ideig tartó árengedmények nyújtása csekély árváltoztatásokhoz kapcsolódó költséggel. Másrészt a fogyasztók Internet-használati szokásainak a feltérképezésével következtetéseket lehet levonni azok termékválasztékkal, termékminőséggel és árakkal kapcsolatos preferenciáira. Ebből adódóan továbbra is lehetséges lesz az árdiszkriminációs stratégia alkalmazása az online értékesítésben, azaz más-más árak kialakítása eltérő fogyasztói csoportok számára.

A fogyasztói szokások és preferenciák ismeretében a vállalatok többé-kevésbé egyéni igényekre szabott termékeket is kínálhatnak, ami az eltérő jellemzők miatt nehezíti az összehasonlítást. Különböző jellemzőkkel bíró termékek árának az összevetése a statisztikai mérés számára okoz nehézségeket.

A szakirodalmi elemzésből kitűnik, hogy az Internet árakra gyakorolt hatása nem teljesen egyértelmű. Hosszabb távon valószínűleg jelentős lesz az Internet hozzájárulása az árak csökkenéséhez és az országok közötti árkülönbségek mérséklődéséhez. Rövid távon és egyes piaci szegmensekben azonban az árkülönbségek növekedése is elképzelhető. A priori nem szabad tehát messzemenő következtetéseket levonni az Internetnek az árakra és országok közötti árkülönbségekre gyakorolt hatásáról.

Az Internet árakra gyakorolt hatását bizonyos nagyságrendi összefüggések is befolyásolják. Jelenleg 150 millió európai uniós lakos vásárol az Interneten, ami az összlakosság közel egyharmada. A 150 millió vásárlóból azonban csak 30 millió lakos vásárol másik országból. Az Európai Unión belüli online kereskedelmi forgalom 24 milliárd euró (a teljes internetes kereskedelem 128 milliárd euró). A Bizottság szeretné elérni, hogy a forgalom 2013-ban megközelítse a 300 milliárd eurót.

Az árkülönbségeket jellemzi, hogy a digitális fényképezőgép ára az Egyesült Királyságban 198 euró, Írországból viszont csak 254 euró, Belgiumban 276 euró, Finnországban pedig 306 euró. A ruhanemű Ausztriában 30 százalékkal drágább, mint Németországban.

5.3. Az internetes kereskedelem és az árak kapcsolata Magyarországon

Bár az online kereskedelemmel kapcsolatos információk többsége nyilvános, az árképzésről és a jövedelmezőségről semmilyen konkrét adatot nem tettek közzé a piaci szereplők és a szakértők. Abban azért egyetértés van a piaci szereplők között, hogy az online kereskedelem olcsóbb, mint az offline értékesítés. A GKleNet Kft. felmérései szerint az online áruházak 35%-a a termékek többségét, további 35%-a pedig egy részét olcsóbban kínálja, mint a hagyományos kiskereskedelmi egységek. A kedvezményt nyújtó boltok több mint 82 százaléka 1-10 százalékos kedvezményt biztosít vásárlói számára. Az alacsonyabb ár mindenekelőtt az elektronikai termékekre vonatkozik. Az alacsonyabb árhoz adódik hozzá a kiszállítással kapcsolatos kényelmi többlet. Az online kereskedelem árelőnyét valamelyest mérsékelhetik a kiszállítási költségek.

Sok esetben nem is az ár a legvonzóbb az online kereskedelem kínálatában. Egyes piaci szereplők olyan áru- és szolgáltatáscsomagokat állítanak össze, amelyek nem teszik lehetővé az ár-összehasonlítást.

Az online kereskedelem egyik leglényegesebb szűk keresztmetszete volt a magyar vásárlókat jellemző bizalomhiány. Hosszabb idő alatt sikerült a fogyasztókat meggyőzni arról, hogy nincs kockázata az online árurendelésnek, a fogyasztó megkapja az árut, méghozzá a kért mennyiségben és minőségben. Ebben a vonatkozásban a régebben alapított, bejáratott online kereskedelmi vállalkozások előnyt élveznek, már megszerezték vásárlóik bizalmát. Az online értékesítés aránya a kiskereskedelmi forgalomban 2-3 százalék. Ez behatárolja az árakra gyakorolt hatását.

Elvileg a magyar fogyasztók az Európai Unió országaiból korlátlanul hozhatnak be árut és vehetnek igénybe szolgáltatást. Hasonló a lakosságra vonatkozó szabályozás az EFTA-országok (Svájc, Norvégia, Izland és Liechtenstein) és néhány délkelet-európai ország esetében. A harmadik országokból származó áruk egy részére van érvényben vám.

A liberalizált magyar gazdaságban semmilyen jogi és pénzügyi akadálya nincs annak, hogy a hazai fogyasztók külföldön vásároljanak árut és szolgáltatást. A külföldi online kiskereskedelmi vállalatok egy szűk termékcsoport kivételével (friss élelmiszer stb.) gyakorlatilag bármit képesek értékesíteni és leszállítani külföldön.

A dolog természetéből adódóan a külföldi online kiskereskedelmi vállalatok magyarországi értékesítéséről nem állnak rendelkezésre statisztikai adatok. A Magyar Nemzeti Bank ugyan meghatározott szabályok szerint regisztrálja a külfölddel folytatott pénzügyi tranzakciókat, de azt nem lehet megállapítani, illetve nem összegzik, hogy például a hitelkártyával történő fizetés mögött mi húzódott meg: külföldi eladótól áruvásárlás, szállodafoglalás vagy repülőjegy vétel vagy valami más.

A magyar fogyasztók rendszerint akkor vásárolnak más országban bejegyzett és onnan szállító vállalattól, ha egyrészt a szóban forgó termék ára ott lényegesen, nagyságrendekkel alacsonyabb a hazainál, másrészt ha az adott termék nem érhető el a hazai piacon valamilyen oknál fogva, vagy e két tényező kombinációja miatt. Az árkülönbségnek fedezetet kell nyújtania a sokszor tetemes szállítási költségekre is.

Az a jellemző, hogy a hazai fogyasztó számára irányadó végső fogyasztói ár a szállítási költségekkel együtt a termékek túlnyomó hányadában magasabb a hazainál. A külföldi vállalatok nyilvánvalóan a saját országuk sajátosságaikhoz, az ott kialakult vásárlóerőhöz igazítják árpolitikájukat. Ettől függetlenül lehetnek olyan áruk, amelyek külföldön olcsóbban szerezhetők be, mint idehaza például a hazai verseny hiánya stb. miatt. Elképzelhető, hogy a külföldi online kereskedő által adott árendegmény versenyképessé tesz bizonyos árukat a hazai piacon.

Nagy értékű műszaki cikkek tömeges külföldi vásárlása ellen szól az, hogy meghibásodás esetén a garanciaigény nehezen érvényesíthető. Az ilyen cikkeket jobb idehaza megvásárolni. Igen kockázatos gyógyszert, étrend-kiegészítőt, gyógyhatású szereket, kozmetikumokat vásárolni külföldi online cégektől a súlyos mellékhatások veszélye miatt vagy azért, mert hatástalan szereket is eladhatnak. Ez persze a hasonló profilú hazai cégekre is igaz.

Lényeges tényező még a forint euróval szembeni mindenkori árfolyama. Erőteljes forinterősödés esetén (például 245 forint alatti árfolyamnál) a külföldről történő online beszerzés vonzóvá válhat, azért is, mert a hazai kereskedők – az egyes termékek sajátosságaitól függően – nem túl gyakran veszik figyelembe áraikban a forint euróval szembeni árfolyamának változásait. Dollárban történő vásárlás esetén további előnyt realizál a fogyasztó akkor, ha a forint euróval szembeni erősödése a dollár euróval szembeni gyengülésével párosul. Ezek az árfolyamváltozások egyes időszakokban gazdaságossá tehetnek bizonyos külföldi online vásárlásokat. Számolni kell tehát az árfolyamhoz kötődő, nem prognosztizálható szezonális hatásokkal. Amikor erősödik a forint, akkor várható a külföldről történő online beszerzés értékének növekedése.

Könyvek és hanghordozók esetén a fő hajtóerő a gyors hozzáférés. Viszonylag kis értékű termékekről van szó, amelyek megszerzésére egyes fogyasztói szegmensek tagjai áldoznak. Ugyanebbe a kategóriába tartoznak bizonyos, a magyar fogyasztó számára elfogadhat áron kínált divatcikkek (különleges felirattal ellátott pólók stb.).

Sajátos probléma és korlát a szállítás. A külföldi online kiskereskedelmi vállalatok a kisebb értékű árukat postán küldik el a vevőknek. Internetes fórumok szerint tömeges méreteket ölt a lopás. Vannak már olyan online áruházak, amelyek Magyarországra egyáltalán nem szállítanak, illetve ha igen, akkor csak a DHL szolgáltatásának az igénybe vételével. A DHL és más hasonló fuvarozási szolgáltatók igénybe vétele viszont annyira megdrágítaná a szállítást, hogy nem lenne értelme a külföldről történő árrendelésnek.

6. Összefoglalás és következtetések

A kutatás arra a kérdésre kereste a választ, hogy mivel magyarázhatók a Magyarország és a többi EU-tagállam árai közötti különbségek a tartós fogyasztási cikkek körében annak ellenére, hogy a piacgazdaságba való átmenet megtörtént, és Magyarország 2004-ben csatlakozott az Európai Unióhoz.

A kutatás elméleti kiindulópontját az egy ár törvénye és a vásárlóerő-paritás hipotézis képezte. Az előbbi erős változata szerint a nemzetközi kereskedelemben kerülő és/vagy a nemzetközi versenynek kitett (tradeable) termékek és szolgáltatások árai az egyes országok között kiegyenlítődnek, gyenge változata szerint közelednek egymáshoz. Ezt valamivel lassabban, ellentmondásosabban követi a nemzetközi kereskedelemben nem kerülő, illetve a világpiacon versenynek közvetlenül nem kitett javak és szolgáltatások árának konvergenciája.

Az egy ár törvénye gyakorlati megvalósulását fékezi, hogy feltételezései a valóságban nem érvényesek. Emellett nagyszámú makro- és mikroökonómiai tényező, továbbá a gazdasági integrációval kapcsolatos faktor hat az egy ár törvényének érvényre jutására. Ezek közül egyesek fékezik, mások ösztönzik az árak országok közötti konvergenciáját. E tényezőket foglalja össze a 15. táblázat.

A globalizáció nyomán, főleg a korszerű információs és kommunikációs technológiák terjedése és az információs költségek csökkenése miatt a devizapiacokon és az árutőzsdéken megvalósul az egy ár törvénye. A nyersanyagok fontos termelési inputok, az azonos árak miatt a termelési vertikumok magasabb szintjeibe nem épül be ártorzítás.

Az **árkonvergenciára** vonatkozó kutatási eredmények meglehetősen ellentmondásosak. Az árkülönbségek változásának iránya és mértéke az alkalmazott módszertől, a modell paramétereitől, a kutatásba bevont országok számától, a vizsgált időszak kezdetének és végének megválasztásától függően különböző lehet. A tapasztalatok alapján a különféle modellszámítások jelentős mértékben hozzájárultak az árak és

árszínvonalak országok közötti konvergenciáját alakító tényezők azonosításához, hatásai és hatásmechanizmusai feltérképezéséhez.

15. táblázat

Az egy ár törvényének érvényesülésére ható makro- és mikroökönómiai és integrációs tényezők

	Előmozdítja	Gátolja	Is-is
Az egy ár törvénye feltételezései érvénytelenek			
- Tökéletes verseny nincs		X	
- Nincsenek szállítási költségek		X	
- A nemzetközi kereskedelem nem liberalizált		X	
Makroökönómiai tényezők			
- Balassa-Samuelson-hatás	X		
- Követett monetáris és fiskális politika			X
- Árfolyamkockázat		X	
- A külkereskedelem növekvő nemzetgazdasági jelentősége	X		
- Állami szubvenciók léte		X	
- Nominális kamatlábak			X
Mikroökönómiai tényezők			
- Vállalati árpolitikák, azon belül árdiszkrimináció és termékdifferenciáció		X	
- Eltérő kis- és nagykereskedelmi árresek		X	
- Hálózatos iparágak liberalizálása,	X		
- Az Internet terjedése			X
- Forgalomra vonatkozó adók		X	
- Hatósági árképzés egyes piacokon		X	
- Fogyasztói preferenciák eltérése		X	
- Tradeable javak non-tradeable komponensei		X	
- Ártranszparencia hiánya			
A gazdasági integráció hatásai			
- Belső piac egységesítése	X		
- Vámellenőrzés és vámeljárási megszüntetése a belső határokon	X		
- Az euró bevezetése miatt árfolyamkockázat megszüntetése	X		
- Az euró bevezetése miatt az ártranszparencia erősödése, árak közvetlen összehasonlíthatósága			
- Inflációs konvergencia-kritérium		X	
- Árfolyammal kapcsolatos konvergencia-kritérium		X	

Forrás: Szakirodalmi források alapján saját szerkesztés

A szakirodalom egy részének áttekintéséből és a komparatív árszintek vizsgálatából levonható az a következtetés, hogy az egy ár törvénye alapján végbemenő árkonvergencia kiemelkedő mértékben táplálkozik a **gazdasági integrálódásból**. Múltbeli adatok alapján annál erősebb az árkonvergencia, annál kisebbek az országok közötti ár- és árszínvonalbeli eltérések, **minél erősebb integrációs formáról** van szó. A gazdasági integrálódás intenzitása által meghatározott strukturális hierarchia tetején a **Gazdasági és Monetáris Unió** áll, amelyet a **15 tagú Európai Unió** követ, majd az EU-15, valamint Svájc és Norvégia által alkotott **Nyugat-Európa** következik. A **27 tagú Európai Unió** jelentősen le van maradva az említett integrációs formák között az árkonvergencia terén.

Figyelmet érdemel, hogy az **új tagállamok** közötti árkonvergencia 2007-ben erősebb volt, mint a Gazdasági és Monetáris Unióban, ami sok jel szerint nem tudatosult megfelelően a hazai szakmai közvéleményben. Az új tagállamok közötti integrálódásban vélelmezhetően mind az 1991 és 1996 között az EU-val kötött európai megállapodások, mind az 1992-ben a Lengyelország, Csehország, Szlovákia és Magyarország által létrehozott, majd az új közép- és kelet-európai EU-tagországokra fokozatosan kiterjesztett CEFTA-megállapodás, mind pedig a 2004. és a 2007. évi (Románia és Bulgária) európai uniós csatlakozás kiemelkedő szerepet játszott. A kereskedelempolitikai környezet javulásból, az integrálódás erősödéséből adódó előnyök kiaknázását lehetővé tette, illetve támogatta a relatíve alacsony szállítási költségeken keresztül a földrajzi közelség is.

A kutatási eredmények szerint az árkonvergencia nem folytonos, hanem hullámszerűen megy végbe, időnként felgyorsul, más időszakokban stagnál. Az utóbbi évtizedek fejleményei alapján rendszerint valamilyen **új integrációs forma megvalósítása** után gyorsult fel, amilyen például a **belső piac egységesítése** volt 1985 és 1993 között, vagy a **Gazdasági és Monetáris Unió** megvalósítása az euró bevezetésével 1998 és 2002 között. Az adatok alapján a kezdeti hatások lecsengésével az árkonvergencia is lelassul vagy megáll. A közeljövőben a 2006 decemberében elfogadott, és várhatóan 2009 decemberében megvalósuló **közösségi szolgáltatási irányelv** adhat újabb impulzust az árkonvergenciának, bár ennek mértéke az eredeti javaslatok

felpuhítása miatt valószínűleg korlátozott lesz. A ciklikus mozgásban feltehetően a szállítási költségekbe való beépülés révén fontos szerepet játszik a világpiaci kőolajár alakulása is. A kőolaj világpiaci árának emelkedése gátolja, csökkenése serkenti az árkonvergenciát.

Az áttekintett szakirodalom és az általunk készített esettanulmányokból az a következtetés vonható le, hogy **mikroökonómiai szinten** a gazdasági szereplők nem feltétlenül érdekeltek az árkonvergenciában, illetve az azt elősegítő feltételek némelyikének létrejöttében vagy meglétében. Adott feltételek között árbevételüket és profitjukat ugyanis hátrányosan érinti minden olyan tényező, amely megszünteti vagy szűkíti a diszkriminációs árpolitika folytatásának lehetőségeit. Ilyen a közös pénz bevezetése és az Internet terjedése nyomán javuló ártranszparencia. (Az euró bevezetésével megszűnt árfolyamkockázatból ugyanakkor profitál a vállalati szféra.) A vállalati szféra árkonvergenciára adott leglényegesebb válasza a termékdifferenciáció erősítése. Vélelmezhetően e folyamatos vállalati ellenérdekeltség hatásait meghaladják az integráció fejlődéséhez kapcsolódó, időben változó intenzitású impulzusok.

A különféle adatbázisokra támaszkodó, az utóbbi évekre vonatkozó esettanulmányok formáját öltő kutatásaink szerint a tradeable szektorban a magyar árak a legtöbb vizsgált területen közel kerültek az európai uniós átlaghoz. A kutatási eredmények értékelésében óvatosságra int, hogy nem voltak megállapíthatók az **árfolyamváltozások** torzító hatásai. E torzító hatást nemzetközi összehasonlításban valószínűleg nem csekély mértékben semlegesítette, hogy a legutóbbi időszak részleges kivételével a forint euróval szembeni árfolyama együtt mozgott a többi közép-európai ország devizájának euróval szembeni árfolyamával, és a reálfelértékelődés mértéke is hasonló volt.

Az UBS adatbázisára támaszkodó elemzés — az adatbázis korlátai ellenére — széles körű nemzetközi összehasonlítás alapján megerősítette a közgazdasági elméletek tradeable javak árának közeledésére vonatkozó következtetését. Ezen az általános megállapításon túlmutató konklúzió, hogy a jelek szerint egyrészt a Magyarország és az EU közötti árkülönbség a drága, minőségi fogyasztási cikkek körében kisebb, mint a közepes és alsó

árkategóriákban. A magasabb vásárlóerejű fogyasztók a jelek szerint könnyebben megfizetik az EU-átlaghoz közelebbi árakat, mint a szegényebb fogyasztói rétegek. Másrészt az EU-átlag mögötti árfelzárkózás egyes időszakokban azokon a területeken (zömmel részpiacokon) vett nagyobb lendületet, ahol az idegenforgalom, illetve a külföldi nagyvállalatok betelepődése nyomán tömeges volt a külföldiek kereslete (magasabb minőségű kategóriába tartozó szállodák, vendéglők árai, luxuslakások bérleti díja stb.). Az árak gyorsan alkalmazkodtak a külföldiek által reprezentált nagyobb vásárlóerőhöz. Az idegenforgalom bővülése és a Magyarországon munkát vállaló külföldiek számának növekedése előmozdíthatja egyes részpiacokon a magyar árak EU-átlaghoz való közeledését.

A **személygépjárművek** piacán kevés márká esetében mutatható ki 2004. és 2008. évi adatok alapján a Magyarország, illetve általában a Gazdasági és Monetáris Unió kívüli EU-tagországok személygépkocsi átlagárainak a GMU átlagáraihoz való közeledése. Az átlagárak távolsága sok esetben nem változott, ugyanakkor megfigyelhető néhány olyan eset, amikor növekedés volt tapasztalható. Magyarországon és a többi GMU-hoz nem tartozó országokban az egyes márkák árai jóval magasabb szórást mutatnak, mint a Gazdasági és Monetáris Unió országaiban. Ezek mögött vélelmezhetően az húzódik meg, hogy egyrészt a GMU-n kívüli piacokon a felzárkózás eltérő szintjei nagyobb eltéréseket eredményeznek az árakban. Másrészt a személygépkocsi piacokon az árkonvergencia jórészt lezajlott 2004 előtt. Végül a GMU-hoz nem tartozó országok piacain a 2000-es években a hitelben történő vásárlás lehetősége csökkentette a fogyasztók árérzékenységét, ami felgyorsította az autópiaci árkonvergenciát.

Ami az **üzemanyagárakat** illeti, bár a benzin és a gázolaj olyan termék, amely bekerül a nemzetközi kereskedelembé, illetve árát a világpiaci mozgások is nagymértékben alakítják, piaca liberalizált, az utóbbi 4-5 évre vonatkozó áradatokból nem vonható le az a következtetés, hogy a 25 tagú Európai Unióban kiegyenlítődnék volna az adókkal növelt **fogyasztói árak**. A Gazdasági és Monetáris Unió kívülről álló országok fogyasztói árainak alakulását torzíthatják a nemzeti valuták euróhoz viszonyított **árfolyamának** változásai. További torzító tényezők lehetnek a forgalomra vonatkozó, országonként eltérő mértékű **adók**, amelyeknek

a fogyasztói árhoz viszonyított aránya még egy-egy ország esetében sem stabil időben. A jelek szerint az adómértékeket sok országban úgy állapítják meg, hogy a szomszédos országokhoz viszonyított árkülönbség ne kecsegtesse jelentős arbitrázsnyereséggel a gazdasági szereplők tömegeit. A magyar árak mind a benzin, mind a gázolaj esetében 2008 első félévében megközelítették az európai uniós átlagot. A szomszédos EU-tagországok viszonylatában a csekély árkülönbségek miatt korlátozott mértékben van lehetőség arbitrázsra.

A végső fogyasztói árak alakítása terén igen szűk a mozgástér a kiskereskedelemben. Az alacsony kiskereskedelmi árrés miatt a gazdasági szereplők kerestfinanszírozással (nem üzemanyag termékek értékesítése) és szinergiák realizálásával igyekeznek nyereségüket és jövedelmezőségüket fokozni (például a kiskereskedelmi hálózat bővítése). Ennek hosszú távú következménye lehet az, hogy a piac végső soron oligopolisztikussá válik (egyes EU-tagállamokban már valószínűleg az is), ami nem kedvez az árak közeledésének.

A benzin és a gázolaj nagykereskedelmi piaca oligopolisztikus szerkezetű. Az árak országok közötti közeledésének határt szab a nagy fuvarigény. Az üzemanyaggyártás legfőbb költségtétele a kőolaj, a kőolajár esetében a devizákhoz és a tőzsdén jegyzett nyersanyagokhoz hasonlóan érvényesül az egy ár törvénye, ami miatt tartósan magasabb vagy alacsonyabb árakat az EU-tagállamok nem tudnak fenntartani. Hasonlóképpen nincs nagy mozgástér a technológia és a tőke költségek terén. Az üzemanyag igen fontos termelési input. Az Európai Unió államainak benzin- és gázolajárainak további közeledése a szállítási költségek közeledésén keresztül kétségtelenül mérsékelné más területeken is a torzításokat.

A jelen kutatás fő következtetése az, hogy mind makrogazdasági indikátorok, mind kisebb aggregátumok alapján a tradeable termékek többségében a magyar árak és árszínvonalak nagymértékben megközelítették az európai uniós átlagot. Az esettanulmányok ugyan egy-egy szűkebb területre vonatkoznak, de rávilágítanak az áralakulást befolyásoló leglényegesebb makro- és mikrogazdasági tényezőkre. Ugyanakkor igen jelentős elmaradás tapasztalható a 27 tagú Európai

Unió átlaga mögött a non-tradeable szektorban, azon belül is elsősorban az egészségügyben, az oktatásban és a lakásfenntartásban.

Az áttekintett szakirodalmi források és az elemzett adatok arra engednek következtetni, hogy a fogyasztók szempontjából az árfelzárkózást a Gazdasági és Monetáris Unióba való belépés előtt célszerű végrehajtani. Ha ugyanis az árfelzárkózás oroszlánrésze a non-tradeable szektorban a a GMU-ba való belépés után valósul meg, akkor nemzeti valutájuk árfolyamának az euróhoz való rögzítése miatt megszűnik az árfolyamcsatorna az ár- és árszínvonal-konvergencia terén. Az árkonvergencia eszköze ekkor a belföldi árak emelkedése lesz. Ebben az esetben az olcsóbb termékek belföldi ára gyorsabban nő, így a fogyasztók nem érzékelik azon termékek árának a csökkenését, amelyek ára az árfolyamcsatornán keresztül korábban kiegyenlített. fix árfolyamrendszerben ezért a fogyasztók számára az áralkalmazkodás sokkal fájdalmasabb, mint a nemzeti valuta felértékelődésén keresztül. A magyar gazdaság jelenlegi és középtávon várható helyzetét tekintve ez akár előnyös is lehet, mert csökkenhet a tradeable termékek fogyasztása, ezzel párhuzamosan emelkedhet a háztartások megtakarítása.

Továbbra is célszerű és kívánatos figyelemmel kísérni a Magyarország és az EU, illetve tagállamai közötti árkülönbségeket. A nagymértékű árkülönbségek rendszerint tökéletlen versenyre, piaci zavarokra, esetleg versenykorlátozó magatartásra utalhatnak, mindenesetre jelzésként szolgálhatnak a Gazdasági Versenyhivatal számára a fellépéshez.

A gazdasági szereplők nem árindexeket vizsgálnak, hanem konkrét árkülönbségek alapján hoznak vételi és eladási döntéseket. Ezek a tevékenységeken keresztül érvényesül hosszabb idő alatt, többkevesebb torzulással az egy ár törvénye.

8. Függelék

8.1. Az általános forgalmi adó szabályozása

Az Európai Unióban az adóharmonizáció keretében az áfa-kulcsokra (a magyar általános forgalmi adóval egyenértékű közösségi hozzáadottérték-adó kulcsaira) a következő jogszabályi előírások vannak hatályban a többször módosított 77/308/EGK irányelv értelmében:

- Az áfa standard vagy normál kulcsa legalább 15 százalék kell, hogy legyen minden egyes tagállamban. E követelménynek a tagállamoknak 1998. december 31-ig kellett eleget tenniük.
- Egy vagy két csökkentett (kedvezményes) kulcsot lehet alkalmazni a jogszabályban meghatározott azon termékek értékesítése vagy szolgáltatások nyújtása esetében, amelyek bizonyos szociális vagy kulturális célokat szolgálnak. Ez a csökkentett kulcs legalább 5 százalék kell, hogy legyen. Az élelmiszerek, a gyógyszerek, az utasforgalmi szolgáltatások, a könyvek, az újságok, a folyóiratok, a múzeumi, a színházi belépőjegyek, a szállodai szolgáltatások, a kórházi kezelés stb. tartozik e körbe.

Az Európai Unióban tehát a normál (standard) és a kedvezményes áfa-kulcs minimális értékét határozták meg. A tagállamokban a minimális értékeknél nem lehet alacsonyabb az áfa-kulcs, csak magasabb. Az egyes EU-tagállamok áfa-kulcsai meglehetősen széles tartományban szóródnak.

Az Európai Unión belüli tranzakciókra jelenleg a rendeltetési hely elvének értelmében azon adókulcsok és azon feltételek vonatkoznak, amelyek az áruértékesítés vagy szolgáltatásnyújtás célországában érvényesek. Az áfát tehát a fogadó országban kell befizetni, a fogadó országban érvényes áfa-kulcsokat alkalmazva. A származási országban nulla kulccsal adózik a termék.

1993. január 1-től a tagállamok közötti export és import fogalmát minden tevékenységre eltörölték. Megszűnt a Közösségen belüli kereskedelem

adózási szempontból exportként és importként való kezelése. Következésképpen az EU-n belüli áruértékesítést és áruvásárlást úgy tekintik, mintha az egy tagállamon belül menne végbe. Harmadik országokkal fenntartott kapcsolatokban azonban továbbra is fennmarad az export és az import, annak összes vámeljárási, vám- és hozzáadottérték-adó fizetési stb. vonzatával együtt.

A tagországok közötti vállalati kapcsolatokban (ahol az egyik tagország vállalata ad el árut egy másik tagországbeli vállalatnak) a szállító vállalat közösségi eladásai forgalmi adómentesek (hasonlóan a harmadik országok felé megvalósuló exporthoz). Más EU-tagállamból történő vásárlás esetén a vevő vállalat köteles a vásárlás után általános forgalmi adót fizetni. A Közösség más országaiból érkező árukat nem a rendeltetési ország határán, hanem a vásárló vállalatnál adóztatják meg az országában érvényes forgalmi adókulccsal. Ez az elv a következő esetekben érvényesül:

- Az árut az egyik tagországból a másik tagországba adták el, és oda is szállították.
- A vevő vállalat az árut bizonyítottan nem magáncélra, hanem adóköteles tevékenység folytatása céljából vásárolta.
- Az eladó vállalat termékét ellenérték fejében szállítja a másik tagországba, és nem élvez adómentességet a közösségi „kiszállítói” szabályozás szerint.

Az áruszállítás ténye számlamásolattal, szállító-jeggyel, a vevő átvételi igazolásával bizonyítható, vagy azon nyilatkozatával igazolható, hogy az árut a másik tagországból maga szállította el. Valamennyi okmányon fel kell tüntetni mindkét vállalat érvényes forgalmiadó-azonosító számát.

A közösségi áfa-szabályozás külön foglalkozik néhány speciális ügylettel. A „láncügylet” (sorozatos ügylet, ABC-ügylet) a vállalközi adásvételben a belső piac által teremtett ügyletfajta. (A közösségen kívüli szóhasználatban reexport ügyletnek vagy tranzitügyletnek nevezik.) Lényege az, hogy ugyanaz az áru több tagország vállalata egymást követő adásvételi ügyletének a tárgya. A láncügyleteken belül háromszögügyletnek azokat a közösségi adásvételi ügyleteket nevezik, amelyekben egymást követően három tagország vállalatai érintettek. A

szabályozás szerint egyik tagországbeli eladó sem forgalmiadó-köteles, ha igazolni tudja, hogy az árut az országa határán túlra adta el. Forgalmiadó-fizetési kötelezettsége a rendeltetési országban a vevőnek van, a saját országában érvényes forgalmiadó-kulcsokkal.

A vállalaton belüli (két különböző országban lévő telephely közötti) közösségi forgalom esetén az áru szállítója adómentes közösségi szállítást valósít meg. Az áru fogadója viszont forgalmiadó-köteles a telephelye szerinti országban, annak forgalmiadó-kulcsával. Mindkét vállalatnak saját adóazonosító számmal kell rendelkeznie.

A két tagország vállalatai között megvalósított közvetítői tevékenységek ott adóznak, ahol a közvetítés eredményeként a forgalom jelentkezik, nem pedig ott, ahol a közvetítő telephelye van. Ha viszont a megbízó más tagországbeli adóazonosító számot ad meg, akkor abba az országba telepíti át adózás szempontjából a feladatot.

A közösségi szabályozás értelmében magánszemélyek esetében általában a származási ország elve érvényesül. Ez azt jelenti, hogy az EU-országbeli fogyasztók az árut egy másik tagországban az ottani általános forgalmi adóval növelt áron veszik meg. Ezt követően országukban már nem kell forgalmi adót fizetniük. Ez alól az elv alól két kivétel van:

- Új személygépkocsik, valamint új hajók és repülőgépek vásárlása más tagországban adómentes. A forgalmi adó megfizetése a rendeltetési ország elv alapján történik. A vevőnek a saját országában az üzembe helyezés országa szerinti forgalmiadó-kulccsal kell az adót megfizetnie. (A szállítóeszköz kategóriába a 7,5 méternél hosszabb vízi járművek, az 1550 kg-nál nehezebb légi járművek, a 48 cm³-t vagy 7,2 kW-ot meghaladó teljesítményű személy- vagy teherszállításra alkalmas járművek tartoznak. Újnak minősül az adott jármű akkor, ha üzembe helyezése 6 hónapnál nem régebben történt, ha a gépjármű 6000 km-nél kevesebbet futott, a vízi jármű használata a 100 órát, a légi járműé a 40 órát nem haladta meg.)

- Olyan más tagországbeli vásárlások, ahol nem a fogyasztó megy el az áruért, hanem az eladó küldi el az árut a vevőnek. Itt is a rendeltetési ország elve érvényesül akkor, ha a vevő magánszemély, vagy értékhatár alatt forgalmiadó-mentességet élvező közösségi „kisvásárló”. Az ilyen távolra történő eladásoknál az eladó köteles a forgalmi adó megfizetéséről gondoskodni.

Az ún. végleges áfa rendszerének alapelve szerint, amely még nem lépett hatályba, a Közösségen belüli ügyleteket úgy kell adóztatni, mintha azokat egyetlen tagállamban hajtották volna végre. A végleges áfa-rendszerben meg kívánják szüntetni a Közösségen belüli ügyletek megkülönböztetését. Ennek az elvnek az érvényesítése megkívánja az egyetlen teljesítési hely fogalmának, az ezzel egyenértékű származási ország elvének a bevezetését. Ennek értelmében az adóalanyok nyilvántartása egy helyen történik. Az egyes gazdasági szereplők által a Közösségben végzett értékesítéseket egyetlen helyen adóztatják, a származási országban, annak adószabályai szerint.

A származási ország elve csak akkor működik rendeltetésszerűen, ha az egyes tagállamok áfa-kulcsai között csekély különbségek vannak. Ellenkező esetben mesterségesen versenyelőnyhöz jutnak azok a **végző felhasználásra termelő vállalatok**, amelyek alacsony áfa-kulcsot érvényben tartó országban vannak bejegyezve. Ezek a vállalatok ugyanis bármelyik EU-tagállam piacán ugyanolyan alacsony áfa-tartalmú áron értékesíthetnek. Ez a versenyelőny a mostaninál is jobban kidomborodik az euró teljes körű bevezetése után, mert közvetlenül össze lehet hasonlítani az árakat.

A származási ország elvének alkalmazása esetén a magas áfát felszámítani kénytelen vállalatok harmadik országok exportőreivel szemben is versenyhátrányba kerülnek. Harmadik országok exportőreire ugyanis továbbra is a rendeltetési hely elve marad érvényben. Például adva van egy Svédországban bejegyzett vállalat, amely árut értékesít Luxemburgban. Svédországban a standard áfa-kulcs 25 százalék. A származási elv alapján a svéd exportőr ezt az adót befizeti a belföldi adóhatóságnak. A standard adókulcs Luxemburgban 15 százalék. A rendeltetési hely elve alapján adózó harmadik országbeli exportőr

versenyelőnye Luxemburgban 10 százalékos a svéd exportőrrel szemben.

ÁFA-kulcsok az Európai Unió néhány tagállamában
(százalékban)

Ország	Normál áfa-kulcs	Kedvezményes áfa-kulcs
Ausztria	20	10/12
Belgium	21	6/12
Dánia	25	-
Egyesült Királyság	17,5	5
Finnország	22	8/17
Franciaország	19,6	5,5
Görögország	19	9
Hollandia	19	6
Írország	21	13,5
Luxemburg	15	6/12
NSZK	19	7
Olaszország	20	10
Portugália	20	5/12
Spanyolország	16	7
Svédország	25	6/12
Bulgária	20	7
Cseh Köztársaság	19	9
Észtország	18	5
Ciprus	15	5/8
Lettország	18	5
Litvánia	18	5/9
Magyarország	20	5
Málta	18	5
Lengyelország	22	7
Románia	19	9
Szlovénia	20	8,5
Szlovákia	19	10

Forrás: Európai Bizottság

http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf

A vállalatok önhibájukon kívüli versenyelőnyhöz vagy versenyhátrányhoz jutásának elkerülése érdekében a Bizottság azt javasolta, hogy a standard áfa-kulcsokat 2 százalékpontos, a kedvezményes kulcsokat pedig 3 százalékpontos sávba tereljék. Ez a javaslat eddig megbukott a tagállamok ellenállásán. A tagállamok ugyanis attól tartanak, hogy az áfa-kulcsok összehangolása szűkítené költségvetési mozgásterüket. Természetesen azokról a tagállamokról van szó, amelyekben magas áfa-kulcsok vannak érvényben. A származási ország elvére való áttérés további harmonizációs lépéseket tesz szükségessé (mentességek felülvizsgálata, az áfa-bevételek tagállamok közötti allokációs mechanizmusának az átalakítása stb.).

Jelenleg a 25 százalékos legmagasabb normál vagy standard áfakulcs (Svédország és Dánia alkalmazza) és a 15 százalékos áfakulcs között 10 százalékpont különbség van. Egyéb tényezők figyelmen kívül hagyása esetén, illetve ha feltételezzük a termelői árak kiegyenlítődéését, az áfakulcsok közötti különbség önmagában jelentős különbségeket valószínűsít a tagállamok között az áruk és szolgáltatások árában.

8.2. Az Interneten végrehajtott árgyűjtés eredményei

Euronics

1. LCD, Plasma TV: 80-81 cm képátmérő, 1366x768 pixel képfelbontás

a. Német:

- i. Funai LT 6-M32BB (€399)
- ii. JVC LT-32A 90BU (€444)
- iii. JVC LCD TV 32LG3000 (€499)
- iv. Philips 32 PFL7613D (€899)
- v. Samsung LE-32A3307 (€699)
- vi. Sony KDL-32L4000E (€599)
- vii. Techline TL-32LCTI08 (€499)
- viii. Toshiba 37AV500PG (€599)

b. Osztrák:

- i. Philips 32 PFL 5403 D/12 (€649)
- ii. Samsung LE-32A336 (€599)
- iii. Sony KDL-32P3000E (€599)
- iv. Sony KDL-32V4220AEP (€749)

c. Magyar (A zárójelben levő árak akciós árak, 2008. október 9-10-én):

- i. *Grundig Vision 3 32-3820 (89.999 Ft)*
- ii. Grundig 32 LXW 82-8600 DL
- iii. Daewoo DLP-32 C3
- iv. Daewoo DLP 32 B3
- v. Daewoo DLP-32 B1
- vi. JVC LT-32P80
- vii. Panasonic TX-32 LE 7 F
- viii. Panasonic TX-32 LE 60 P
- ix. *Panasonic TX-32 LE7P (119.999 Ft)*
- x. *Panasonic TX-32 LE8F (129.999 Ft)*
- xi. *Panasonic TX-32 LM70F (149.999 Ft)*
- xii. *Panasonic TX-32 LX60P (149.999 Ft)*
- xiii. Sony KDL-32L4000

- xiv. *Sony KDL-32U2000 (129.999 Ft)*
- xv. Sony KDL-32U3000
- xvi. Sony KDL-32U2520
- xvii. Sony KDL-32S3020
- xviii. *Sony KDL-32S2530 (149.999 Ft)*
- xix. *Sony KDL-32S3000 (189.999 Ft)*
- xx. *Sony KDL-32P2530 (184.999 Ft)*
- xxi. *Sony KDL-32D3010 (274.999 Ft)*
- xxii. *Sony KDL-32P3000 (129.999 Ft)*
- xxiii. Sony KLV-S32A10
- xxiv. Samsung LE-32T51B
- xxv. Samsung LE-32R81B/W
- xxvi. Samsung LE-32R82B
- xxvii. Samsung LE-32R84
- xxviii. Samsung LE32A330
- xxix. Samsung LE32S62B
- xxx. Samsung LE32S81B
- xxxi. Samsung LE32R86B
- xxxii. Samsung LE-32S71B
- xxxiii. Samsung LE-32R32B
- xxxiv. Samsung LE-32R71B/W
- xxxv. Philips 32 PFL5403D
- xxxvi. Philips 32 PFL3312
- xxxvii. Philips 32PF3302
- xxxviii. Philips 26PF5321
- xxxix. *Philips 32PFL5322 (154.999 Ft)*
 - xl. Sharp LC-32 WD 1
 - xli. Sharp LC-32 SD1
 - xl. Sharp LC-32 SV 1
 - xl. Sharp LC-32 SV 1
 - xliii. *Sharp LC-32 AD5 (144.999 Ft)*
 - xliv. Toshiba 32C30005P
 - xl. LG 32 LT 76
 - xlvi. LG 32LG6000
 - xl. LG 32LG5000
 - xl. LG 32LB76
 - xl. LG 32LB1R
 - l. LG 32LC52
 - li. LG 32LC51

lii. LG 32PC51 (109.999 Ft)

liii. LG 32LC41 (119.999 Ft)

2. Navigációs rendszerek (8,9 cm=3,5 inch képátmérő)

a. Német:

- i. Falk M6 TMC Zentral-Oster-Europa (€199,95)
- ii. Falk M6 TMC Europa plus (€220)
- iii. Garmin Nüvi 200 D/A/CH (€99)
- iv. Garmin Nüvi 205 T (€149)
- v. Garmin Nüvi 255 T Europa (€219)
- vi. TomTom One Traffic (€149)
- vii. TomTom One Europe Traffic (€229)

b. Osztrák:

- i. Falk M6 Zentral-Oster-Europa (€179)
- ii. Garmin Nüvi 255 T (€219)
- iii. Garmin Nüvi 550 (€349)

c. Magyar (A zárójelben levő árak akciós árak, 2008. október 9-10-én):

- i. Garmin Nüvi 200 (39.999 Ft)*
- ii. Garmin Nüvi 250
- iii. Garmin Streetpilot C510 Deluxe (32.999 Ft)*
- iv. TomTom ONE V2 Europe Teleatlas
- v. TomTom ONE Local
- vi. Dreimgo DG 100
- vii. Dreimgo DG 110
- viii. Yakumo Delta X5 BT
- ix. MIO C 510 E
- x. MIO C 250
- xi. MIO C 250 Europe
- xii. MIO C 710
- xiii. Bluepanther V 350
- xiv. Bluepanther U 350
- xv. Navon N 450
- xvi. Navon N 350
- xvii. M-Tech M 350
- xviii. Justgo GP75

- xix. Wayteq N 400
- xx. Wayteq N 410
- xxi. Blaupunkt Travepilot Lucca
- xxii. Blaupunkt Travel Pilot Lucca 3.3
- xxiii. *Blaupunkt Travepilot Lucca MP3 (109.999 Ft)*
- xxiv. Airis T 920 A
- xxv. Alpha Navigo A 318
- xxvi. *LG LN 550 (34.999 Ft)*

3. LCD, Plasma TV: 107 cm képátmérő, 1920x1080 pixel képfelbontás

a. Német:

- i. LG Scarlet 42LG6100 (€1799)
- ii. Philips 42 PFL 7403 D (€1399)
- iii. Philips 42 PFL 9803 H (€2999)

b. Osztrák:

- i. Philips 42 PFL 5603D (€999)
- ii. Philips 42 PFL 9803 (€2990)
- iii. Philips 42 PFL 9903 H „Aurea” (€3499)

c. Magyar (A zárójelben levő árak akciós árak, 2008. október 9-10-én):

- i. *Panasonic TH-42PY70 (344.999 Ft)*
- ii. Panasonic TH-42PY8
- iii. Panasonic TH-42PY80
- iv. Panasonic TH-42PY85
- v. Panasonic TH-42PY800
- vi. Sharp LC-42X20
- vii. Philips 42 PFL 5603D
- viii. LG 42LG6000
- ix. LG 42LG5000
- x. *LG 42 LF 65 (279.999 Ft)*
- xi. JVC LT-42 DV 8

4. Porszívó és takarítógép: max. 2000W teljesítmény

a. Német:

- i. AEG-Electrolux Ultrasilencer ÖKO AUSÖ3000 (€189)

ii. Bomann BS985CB (€33,99)

b. Osztrák:

i. Philips FC 9208 Marathon + FC 6125 Sweeper
(€279,90)

ii. Bosch BSG 61922 ProParquet (€119,90)

c. Magyar (A zárójelben levő árak akciós árak, 2008. október 9-10-én):

i. Bosch BSG 62030 LOGO

ii. Gorenje VCK 1500 EA II Cyclonic

iii. LG VKC 701 HTU

iv. LG VKC 902 HT

v. *LG V-KC 902 HTM Allergy Care Kompressor (44.999 Ft)*

vi. Panasonic MCCL 671

vii. Philips FC 9074

viii. Philips FC 9071 Jewel

ix. Philips FC 9062 Jewel

x. Philips FC 9064 Jewel Hygiene

xi. Samsung SC 6340

xii. Vireo V2000 C

5. Vasaló: max. 2400W teljesítmény

a. Német:

i. Rowenta Professional DX8210 (€49,99)

ii. Tefal Aquaspeed FV5180 JUBI (€49,99)

b. Osztrák:

i. Braun SI 17720 ProStyle (€79,99)

ii. Braun SI 17780 ProStyle (€89,99)

iii. Braun SI 18830 TexStyle (€89,99)

iv. Braun SI 18890 TexStyle (€99,99)

v. Philips GC 4310/02 AZUR Precise (€69,90)

vi. Philips GC 4410/02 Somo Petrol (€79,99)

vii. Philips GC 4610/02 SteamGlide (€79,99)

viii. Philips GC 4630/02 (€99,99)

ix. Rowenta DZ9020 S Advancer (€99,99)

- x. Tefal FV 5260 Aquaspeed Ultraspeed 260 (€64,90)
- c. Magyar (A zárójelben levő árak akciós árak, 2008. október 9-10-én):
- i. Tefal FV 8205 Aquaturbo 200
 - ii. Tefal FV 9230 Program 8 300
 - iii. Tefal FV 9330 Frogram 8
 - iv. Tefal FV5260
 - v. Siemens TB 11316 Slider Special
 - vi. Siemens TB 11319 Slider Special
 - vii. Siemens TB 11326 Slider Special
 - viii. Philips GC 1820
 - ix. Philips GC 4238 AZUR 4200
 - x. Philips GC 4310 AZUR Precise
 - xi. Philips GC 4410 (17.999 Ft)*
 - xii. Philips GC 4425 (20.899 Ft)*
 - xiii. Philips GC 4440
 - xiv. Solac CVG 9800 Compact Iron. Centre
 - xv. Zelmer 28 Z 012 EASY Control

6. Álló turmixgép: max. 600 W teljesítmény

- a. Német:
- i. Russel Hobbs Fitness-Standmixer fit FOR FUN (€49,99)
 - ii. Petra Electric STANDMIXER MX15 (€29,99)
- b. Osztrák:
- i. Kenwood BL 640 (€59,95)
 - ii. Philips HR 2074/50 (€74,90)
- c. Magyar (A zárójelben levő árak akciós árak, 2008. október 9-10-én):
- i. Philips HR 2061
 - ii. Philips HR 2074 (15.899 Ft)*
 - iii. Imetec 7683
 - iv. Moulinex D AB 147 Vivacio
 - v. Moulinex D AB 34 Vivacio
 - vi. Tefal BL 5003 Performa

vii. *AEG-Electrolux M 2600 Assistent (10.799 Ft)*

7. Espresso kávéautomata: teljesen automata

a. Német:

- i. Bosch TCA5802 ( 629)
- ii. DeLonghi Caff  Corso ESAM2600 ( 519)
- iii. DeLonghi Magnifica ESAM4300 ( 599)
- iv. DeLonghi Magnifica ESAM4500 ( 1099)
- v. DeLonghi Primadonna ESAM6600 ( 1599)
- vi. Saeco Odea Giro Exklusiv ( 429)
- vii. Saeco TALEA RING PLUS ( 839)

b. Osztrák:

- i. Jura ENA 3 ( 599)
- ii. Saeco Odea Giro ( 479)
- iii. Saeco TALEA RING PLUS ( 899)

c. Magyar (A zárójelben lev   rak akciós  rak, 2008. október 9-10- n):

- i. Saeco Odea Giro Plus Ref 10000260
- ii. Saeco Odea Go Ref 10000205
- iii. Saeco Incanto Rondo /S-Class /H 1301 Incanto Rondo
- iv. Saeco Incanto
- v. DeLonghi EAM 4500 Magnifica Pronto Cappuccino
- vi. DeLonghi EAM 3000 / EAM 3000 B Magnifica
- vii. *DeLonghi EAM 3100 SB (69.999 Ft)*
- viii. AEG-Electrolux CS 5000 CAFE Silencio
- ix. AEG-Electrolux CP 2200 Caff  Perfetto
- x. AEG-Electrolux CS 5200
- xi. AEG-Electrolux CG 6400 Caff  Grande
- xii. Whirlpool ACE-100/IX
- xiii. Electrolux EBA60000X
- xiv. Krups XP 7200 Espresseria Automatic
- xv. Krups XP 7220 /YY 1053 FD Espresseria Automatic
- xvi. Krups XP 7240 Espresseria Automatic
- xvii. *Spidem Villa (84.999 Ft)*

8. Mikrohullámú sütő: max. Leistung bei Mikrowelle 800 W, grillfunkció van

a. Német:

- i. Panasonic NN-K155W (€129)
- ii. Panasonic NN-K105W (€98)

b. Osztrák:

- i. DeLonghi MW 500 CV (€129,90)
- ii. DeLonghi MW 505 CV ESCLUSIVO (€179,99)

c. Magyar (A zárójelben levő árak akciós árak, 2008. október 9-10-én):

- i. AEG-Electrolux MCC 257 M Micromat Combi
- ii. Fagor MW4-23 EG X
- iii. Fagor MO-20 GB
- iv. Orion OM 028D
- v. Teka TMW-20.2 BIS 40578550
- vi. Whirlpool MWO 603
- vii. Whirlpool MWO 603 WH
- viii. Whirlpool VT 255 SL/WH/NB
- ix. Gorenje GMO 20 DGE
- x. Gorenje GMO 20 DGB
- xi. Gorenje GMO 20 DGS
- xii. Hausmeister HM 1070
- xiii. LG MH 5883 ALB
- xiv. LG MB 3827 C
- xv. Electrolux EMM 2015
- xvi. Electrolux EMM2015S
- xvii. Electrolux EMS 2040 S
- xviii. Electrolux EMS 2340 I
- xix. Electrolux EMS 2340 X
- xx. *Electrolux EMS 2040 (18.799 Ft)*
- xxi. Daewoo KOG 6C07
- xxii. Daewoo KOG 3C 2B
- xxiii. Daewoo KOG 280 R
- xxiv. Clatronic MWG 737
- xxv. ITT MO 800 D 20 IN
- xxvi. Hauser MW-720 G

xxvii. *Samsung G 2739 N/ NS (21.999 Ft)*

9. Női epilátor: 2 sebességfokozatú

a. Német:

- i. Braun Silk-épil 3280 (€64,99)
- ii. Philips Satinelle HP6503/10 inklusive Beauty-Case (€49,99)
- iii. Philips Satinelle Ice HP6491 (€69,99)

b. Osztrák:

- i. Braun 3280 Easy Start Body System (€64,90)
- ii. Braun 5185 X'elle Easy Start (€99,99)
- iii. Braun 5285 X'elle Body & Face (€99,99)
- iv. Braun Xpressive Easy Start Solo 7180 (€109,90)
- v. Braun Xpressive Body System 7280 (€119,90)
- vi. Braun Xpressive Body & Face 7681 (€139,90)
- vii. Braun Silk-épil X'elle Body System 5270 (€89,99)
- viii. Philips HP 6407/3 Satinelle (€49,99)
- ix. Philips HP 6495/00 SOMO Satinelle Ice (€79,99)

c. Magyar (A zárójelben levő árak akciós árak, 2008. október 9-10-én):

- i. Braun 3170 Softperfection SOLO
- ii. Braun 3270 Softperfection SOLO Easy S
- iii. Braun 5170 Silk-épil X'elle SOLO EASY Start
- iv. Braun Xpressive Easy Start Body System 7280
- v. *Braun 2075 Eversoft SOLO (3.999 Ft)*
- vi. Philips Satinelle Ice HP6491
- vii. Philips HP 6503 Satinelle ICE Premium
- viii. Philips HP 6317
- ix. Philips HP 6409 Satinelle
- x. *Philips HP 6482 Satinelle ICE (14.999 Ft)*
- xi. *Philips HP 6483 Satinelle ICE (16.000 Ft)*
- xii. Philips HP 6495 Satinelle ICE
- xiii. Philips HP 6501 Satinelle ICE Premium
- xiv. Philips HP 6513 Satinelle ICE Premium
- xv. Philips HP 2843 Satinelle
- xvi. Philips HP 6517 Satinelle ICE Premium

- xvii. *Philips HP 2844 Satinelle (5.999 Ft)*
- xviii. *Rowenta EP 3130 Lovely Elite (7.999 Ft)*
- xix. *Rowenta EP 7910 Access Fresh AIR (8.499 Ft)*
- xx. *Rowenta EP 7970 Access Vision Fresh AIR (9.799 Ft)*
- xxi. *Rowenta EP 8975 Access Fresh AIR (11.000 Ft)*

Forrás:

www.mediamarkt.de

www.mediamarkt.at

www.mediamarkt.hu

9. Hivatkozások

Allington, N. FB, Kattuman, P., Waldmann, F.A. (2005): One market, One Money, One Price? MPRA Paper, No. 835, 21 March 2005, 73-97. oldal. Letölthető: <http://www.ijcb.org/journal/ijcb05q4a3.pdf>

Barro, R.J., Sala-i-Martin X. (1992): Convergence, Journal of Political economy 100, 223-251.

Bergin, P. — Glick, R. (2006): Global Price Dispersion: Are Prices Converging or Diverging? Federal Reserve Bank of San Francisco Working Papers, Working Paper 2006-50, 2006. december 20., 35 oldal. Letölthető:

<http://www.frbsf.org/publications/economics/papers/2006/wp06-50bk.pdf>

Engel, and Rogers, J., H (1996). How Wide is the Border?" American Economic Review 86:1112–25.

European Commission (2001): Price levels and price dispersion in the EU. European Economy, European trends, Supplement A, No. 7., July 2001. Letölthető:

http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/publication2486_en.pdf

European Commission (2002): Study on Vehicle Taxation in the Member States of the European Union. DG Taxation and customs Union. January 2002, pp. 175. Letölthető:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/vehicle_tax_study_15-02-2002.pdf

Gaulier, G. — Haller, S. (2000): The Convergence of Automobile Prices in the European Union: an Empirical Analysis for the Period 1993-1999. CEPII 2000 – No. 14, pp. 25. Letölthető:

<http://www.cepii.fr/anglaisgraph/workpap/pdf/2000/wp00-14.pdf>

Gazdasági Versenyhivatal (2003): Vj-158/2002/6 határozat a MOL Magyar Olaj- és Gázipari Rt. kérelmezőnek összefonódás engedélyezése iránti kérelmére indult eljárásban Budapest, 2003. január 21. Letölthető:

http://209.85.129.132/search?q=cache:WYq1pqWF1BwJ:www.gvh.hu/gv/h/alpha%3Fdo%3D2%26st%3D2%26pg%3D113%26m5_doc%3D3467

[%26m5_lang%3Dhu+%22%C3%BCzemanyag+nagykereskedelem%22+MOL&hl=hu&ct=clnk&cd=4&gl=hu](#)

Ginsburg, V. – Mertens, Y. (1985): Product Differentiation and Price discrimination in the European Community: The Case of Automobiles. *Journal of Industrial Economics*, Vol. 34, pp. 151-165.

Haskel, J. – Wolf, H. (2001): The Law of One Price -- A Case Study CESifo Working Paper Series CESifo Working Paper No.428, CESifo GmbH. Letölthető: http://www.cesifo-group.de/pls/guestci/download/CESifo%20Working%20Papers%202001/CESifo%20Working%20Papers%20March%202001/cesifo_wp428.pdf

Kenen, P., B. (1969): The theory optimum currency areas: An eclectic view. In: Mundel, R., A., Swoboda, A.K. (eds.) *Monetary Problems of the International Economy*, pp. 41-60. Chicago: University of Chicago Press.

Lutz, M. (2000): Pricing in Segmented Markets, Arbitrage and the Law of One Price: Evidence from the European Car Market. CSGR Working Paper No. 53/00, Centre for the Study of Globalisation and Regionalisation, Warwick, pp. 31.

Nilsson, J. (2007). Price convergence in the EMU. A study on the price level changes in the EMU from 1980 to 2005. Uppsala Universitet, Department of Economics. 37 oldal. Letölthető: <http://publications.uu.se/abstract.xsql?dbid=8064>

Rogoff, K. (1996): The Purchasing Power Parity Puzzle. *Journal of Economic Literature* 34 (2): 647–68.

UBS (2006): Preise und Löhne. Ein Kaufkraftvergleich rund um die Welt. Zürich 52 oldal. Letölthető: http://www.ubs.com/1/g/wealthmanagement/wealth_management_research/prices_earnings.html

Ševela, M. (2006): Price levels convergence of consumer expenditures in the European Union. *Agricultural Economy*, Vol. 52, 2006 (5), 197-204. o. Letölthető: http://www.cazv.cz/attachments/ZE_52_197-204.pdf

Sinn, H.W. (2002): EU enlargement and the future of the welfare state. *Scottish Journal of Political Economy*, 49 (Feb): 84-98.

Verboven (1996): International Price Discrimination in the European Car Market. *Rand Journal of Economics*, Vol. 27, No. 2, pp. 240-268.

Verboven, F. (1998): The Evolution of Price discrimination in the European Car market. N.B.E.R. Working Paper, No. 6818. Letölthető: <http://skylia.wzb.eu/pdf/1999/iv99-14.pdf>

Wolczak-Derlacz, J., Blander, R. De (2008): Price Convergence in the European Union and in the New Member States. June 30, 2008. Letölthető: http://www.cerge.cuni.cz/pdf/gdn/RRCVII_08_paper_03.pdf