

BUDAPESTI CORVINUS EGYETEM
Interdiszciplináris (Tájépítészeti és Döntéstámogató Rendszerek)
Doktori Iskola

DOKTORI ÉRTEKEZÉS

VERTIKÁLIS KOORDINÁCIÓ A SZŐLŐ- ÉS BORÁGAZATBAN
A MAGYAR ÉS A FRANCIA GYAKORLAT ÖSSZEHASONLÍTÁSA

Készítette: SIDLOVITS DIÁNA

Témavezetők: **PROF. DR. HARNOS ZSOLT**, MHAS, tanszékvezető egyetemi tanár
Budapesti Corvinus Egyetem
DR. ÉTIENNE MONTAIGNE, DSc, habil., egyetemi tanár
Agro-Montpellier (ENSAM)
INRA-UMR-MOISA, Franciaország

Budapest
2008

A doktori iskola

megnevezése: Interdiszciplináris (Tájépítészet és Döntéstámogató Rendszerek) Doktori Iskola
tudományága: 5.1. Gazdálkodás- és szervezéstudományok

vezetője: **Dr. Harnos Zsolt**, MHAS, tanszékvezető egyetemi tanár
Budapesti Corvinus Egyetem, Budai Campus,
Matematika és Informatika Tanszék

Témavezetők: **Dr. Harnos Zsolt**, MHAS, tanszékvezető egyetemi tanár
Budapesti Corvinus Egyetem, Budai Campus,
Matematika és Informatika Tanszék

Dr. Étienne Montaigne, Dsc, habil, egyetemi tanár
École Nationale Supérieure Agronomique de Montpellier,
Agro-Montpellier, Franciaország
INRA-UMR-MOISA

A jelölt a Budapesti Corvinus Egyetem Doktori Szabályzatában előírt valamennyi feltételnek eleget tett, az értekezés műhelyvitájában elhangzott észrevételeket és javaslatokat az értekezés átdolgozásakor figyelembe vette, ezért az értekezés védési eljárásra bocsátható.

.....
Az iskolavezető jóváhagyása

.....
A témavezető jóváhagyása

A Budapesti Corvinus Egyetem Élettudományi Területi Doktori Tanácsának 2007. december 11-ki határozatában a nyilvános vita lefolytatására az alábbi bíráló Bizottságot jelölte ki:

BÍRÁLÓ BIZOTTSÁG:

Elnöke

Dr. Hofmeister Tóth Ágnes, CSc, Budapesti Corvinus Egyetem

Tagjai

Hajdu Istvánné, CSc, Budapesti Corvinus Egyetem

Kozma Pál, CSc, FVM SzBKI Pécs

Lehota József, DSc, Szent István Egyetem

Opponensek

Forgács Csaba, CSc, Budapesti Corvinus Egyetem

Totth Gedeon, CSc, Budapesti Gazdasági Főiskola

Titkár

Szenteleki Károly, CSc, Budapesti Corvinus Egyetem

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Szeretnék köszönetet mondani Dr. Harnos Zsolt professzor úrnak, amiért lehetővé tette számomra, hogy megkezdhessem a doktori tanulmányaimat a BCE Tájépítészeti és Döntéstámogató Rendszerek Doktori Iskolában, helyet biztosított számomra a doktori kutatáshoz, és mindvégig támogatott a külföldi kutatások folytatásában.

Szeretném megköszönni Dr. Étienne Montaigne, francia konzulensem rengeteg segítségét, amit a Montpellier-i INRA Kutatóközpontnál eltöltött évek alatt kaptam, azokat az ismereteket, amelyeket közös munkánk, a szőlő- és borágazatot érintő közös kutatások és a franciaországi egyetemi oktatói tevékenységem során szerezhettem meg.

Ezúton szeretnék köszönetet mondani Franciaország Magyarországi Nagykövetségének, az Együttműködési és Kulturális Szolgálatnak, amiért a francia kormány ösztöndíj segítségével lehetőséget kaptam arra, hogy doktori tanulmányaimat a Montpellier-i Agrártudományi Egyetem (ENSAM) doktori iskolájában folytathattam, megszerezhettem a másoddiplomámat az agrárgazdasági szakirányon, és még közel két éven keresztül végezhettem doktori kutatásaimat a Montpellier-i INRA Kutatóközpontnál.

Szeretném megköszönni a tanulás és kutatás lehetőségét a Montpellier-i INRA UMR MOISA (agrárgazdasági és társadalomtudományi) kutatóintézetnek, Jean-Louis Rastoin intézet igazgatónak. A kutatóintézet tette lehetővé számomra, hogy hozzáférjek a kutatási témámhoz szükséges gazdasági elmélethez, a nemzetközi szakirodalomhoz és a releváns adatbázisokhoz, különös tekintettel az AMADEUS adatbázisra. Itt szeretnék köszönetet mondani a kutatóintézet könyvtára, a Pierre Bartoli Könyvtár munkatársainak, akik mindig rendelkezésre álltak, és amiért olyan sokat segítettek a könyvtárazásban és az adatbázisok használatában.

Köszönetet szeretnék nyilvánítani Dr. Urbán Andrásnak, a Hegyközségek Nemzeti Tanácsa volt főtitkárának és Horváth Csabának jelenlegi főtitkárnak, akik mindvégig bátorítottak, konstruktív szakmai észrevételeikkel pedig segítették doktori kutatásaimat. Köszönet illeti a hegyközségi szervezetet, amiért lehetővé tette, hogy megismerjem a hazai szőlő- és borágazatot, mélyreható kutatásokat végezhessek az ágazatszabályozás tekintetében és a piaci szereplők körében. Segített abban, hogy hozzájussak az ágazatot érintő legfontosabb statisztikákhoz, és részt vegyek az általa finanszírozott, hazai hiper- és szupermarket láncok borkínálatának feltárásában, elemzésében.

Köszönet közvetlen munkatársaimnak, akik lehetővé tették, hogy a munka mellett a kutatással is foglalkozhassak.

Szeretnék külön köszönetet mondani szüleimnek, akik rengeteg áldozatot hoztak, megteremtették számomra a tanuláshoz és a doktori kutatáshoz szükséges feltételeket, a kiegyensúlyozott háttérrel, amiért örökké hálás leszek nekik. Bátorítást és sok segítséget nyújtottak a tanulmányaimhoz és kitartásra ösztönöztek a disszertáció megírásához. Szeretném megköszönni a családom többi tagjának, bátyámnak, kedvesemnek, akik sok-sok motivációt jelentettek a tanulás, a kutatás terén, hogy mindvégig kitartóan mellettem álltak.

Köszönetet szeretnék mondani, Dr. Forgács Csabának, a BCE egyetemi docensének, Dr. Szabó G. Gábornak, az MTA KTI főmunkatársának és Dr. Kator Zoltánnak, a BCE egyetemi adjunktusának, akik nem kevés időt és energiát áldoztak a doktori disszertáció tervezet átolvasására és véleményükkel, konstruktív észrevételeikkel segítették a disszertáció végleges változatának elkészülését.

TARTALOMJEGYZÉK

1. BEVEZETÉS	3
2. A KUTATÁS GAZDASÁGI ELMÉLETI HÁTTERE.....	10
2.1. A vertikális koordináció elméleti háttere	10
2.1.1. Az Új Intézményi közgazdaságtan, az irányítási struktúrák, a tulajdonjog és a tranzakciós költségek kapcsolata.....	12
2.1.2. Az Új Intézményi Közgazdaságtan fogalomrendszere	13
2.1.3. A piacgazdaság és az irányítási struktúrák.....	16
2.1.4. Az irányítási struktúrák, szervezési formák	18
2.1.4.1. A piacok	18
2.1.4.2. Szervezetek	19
2.1.4.3. Hibrid formák.....	21
2.1.5. A tranzakciós költségek, az irányítási struktúrák és a szerződések kapcsolata	23
2.1.6. A tranzakciók tulajdonságai	28
2.2. Szerződések gazdaságelmélete	35
2.2.1. A szerződés a koordináció alapja	41
2.2.2. A szerződés és az együttműködés biztosításához szükséges kikötések	42
2.2.3. A tranzakció jellemzői és a tárgyalóerő	51
2.3. A szőlő- és borágazat vertikális koordinációjának jellemzői és a borminőség közötti összefüggés	55
3. ANYAG ÉS MÓDSZER	64
3.1. Az új intézményi közgazdaságtan empirikus úton történő elemzésének, bizonyításának módszerei	64
3.2. A minőségi alapanyag termelés esetében kialakuló irányítási struktúrák elemzésének módszere a magyar szőlő- és borágazatban	66
3.2.1. A magyar borok piaci környezetének elemzése és a magyar borok pozicionálása	68
3.2.1.1. Nemzetközi piac.....	68
3.2.1.2. A hazai borpiac	71
3.2.2. A jogszabályi környezet	76
3.2.3. Az irányítási struktúrák a magyar szőlő- és borágazatban.....	77
3.2.4. A szőlőfelvásárlási (termékértékesítési) szerződések elemzése a borágazatban	78
3.2.5. A magyar borászatok teljesítménye és az irányítási struktúrák összefüggése ..	79
4. EREDMÉNYEK.....	81
4.1. A magyar borok piaci környezetének elemzése és a magyar borok pozicionálása a nemzetközi borpiacon	81
4.1.1. A világ és az EU borpiaci tendenciái	82
4.1.1.1. A szőlőtermő terület.....	83
4.1.1.2. A bortermelés.....	85
4.1.1.3. A borfogyasztás	86
4.1.1.4. A borexport	88
4.1.1.5. A borimport.....	91
4.1.2. A hazai borpiac elemzése és a magyar borok pozicionálása a belföldi piacon	94
4.1.2.1. A borkínálat és a borok piaci pozicionálásának elemzése a hazai piacon	96

4.1.2.2. A borok polcképe	98
4.2. Az irányítási struktúrák a szőlő- és borágazatban – A vertikális koordinációk elemzése ..	103
4.3. A szőlőfelvásárlási szerződések elemzése a borágazatban	114
4.3.1. A francia együttműködési szerződések elemzése	114
4.3.1.1. Champagne-i borvidék vertikális koordinációja	115
4.3.1.2. „Vins de Pays des Sables du Golfe du Lion” tájbor esettanulmánya	119
4.3.1.2.1. A szerződések jellemzői	121
4.3.1.2.2. A felvásárlási árindex formula értékelése	126
4.3.1.2.3. Az ágazat szereplőinek stratégiai döntése	128
4.3.2. A magyar együttműködési szerződések elemzése	130
4.3.3. A magyar borászati vállalkozások teljesítménye	139
4.4. A tudományos eredmények összefoglalása	143
4.5. Az új tudományos eredmények összefoglalása	147
5. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK	150
5.1. Következtetések a magyar borokra ható nemzetközi trendek elemzéséhez és a magyar borok nemzetközi piacon történő pozicionálásához	150
Javaslatok	152
5.2. Következtetések és javaslatok a hazai borpiac és a magyar borok belföldi piacon történő pozicionálásának elemzéséhez	154
5.3. A bortermelés jogszabályi környezetének elemzéséhez kapcsolódó következtetések és javaslatok	155
5.4. Következtetések és javaslatok az irányítási struktúrák, a közép és hosszú távú együttműködések szerződéseinek elemzéséhez	158
5.5. Javaslatok a további kutatási feladatokra	161
6. ÖSSZEFOGLALÁS	163
IRODALOMJEGYZÉK	165
MELLÉKLETEK	178
1. MELLÉKLET	179
2. MELLÉKLET	214
3. MELLÉKLET	248
4. MELLÉKLET	257
5. MELLÉKLET	291
6. MELLÉKLET	301

1. BEVEZETÉS

Az 1990-es évek elejétől kezdve gyökeres változáson ment keresztül a világ, és ezen belül Európa szőlő- és bormelése. A világpiaci tendenciák Magyarországot sem kerülték el, és tovább nehezítette a hazai szőlő- és borpiac szereplőinek helyzetét, hogy meg kellett küzdeniük a rendszerváltás és a privatizáció következményeivel, valamint alkalmazkodniuk kellett az Európai Unióhoz történő csatlakozás által támasztott követelményekhez.

Az elmúlt 15 évben a magyar szőlő- és borpiacra ható események és tényezők közül az alábbiakat emelem ki mint olyanokat, amelyek jelentőségétől önmagukban sem tekinthetünk el, összességükben pedig hatásuk meghatározó volt:

1. Az 1989-től kezdődő **rendszerváltás (illetve rendszerváltozás)**: amelynek következtében Magyarország áttért a tervgazdaságról a piacgazdaságra, ami komplex politikai, gazdasági, társadalmi és intézményrendszerbeli átalakulást eredményezett.¹ Ennek következtében megszűntek a mesterséges piacok, a mesterséges kereslet és a mesterségesen kialakított árak. A szőlő- és borpiacon, illetve a termeléshez kapcsolódó alapanyagok és eszközök esetében is a nyitott és szabad piac törvényei érvényesültek. Következésképpen Magyarország borexportját tekintve elvesztette a keleti piacok nagy részét a KGST szétesésével, 1989-1992. között a borexport 70%-kal csökkent, így a bortermelőknek új piacok után kellett nézniük, ami főként az Európai Közösséget jelentette. Ott viszont a későbbiekben említésre kerülő piaci változásokra is tekintettel kellett lenni.

Fertő és Szabó szerint (2001) a politikai és gazdasági változások következtében a mezőgazdaságban és ennek megfelelően a szőlő- és bormelésben is jelentős visszaesés következett be, ami olyan okokra vezethető vissza mint a támogatások csökkenése, az agrárrolló szétnyílása, a mezőgazdasági hitelpiacok tökéletlensége, a hazai élelmiszer fogyasztás visszaesése, a KGST-piacok összeomlása, a tulajdonviszonyok bizonytalansága a kárpótlás és a privatizáció következtében, a kedvezőtlen időjárás (fagy, aszály), a hagyományos piaci kapcsolatok felbomlása az élelmiszer-gazdaságon belül, így a szőlő- és bormelés integrációjának szétesése, valamint az új piaci intézmények, és irányítási struktúrák lassú létrejötte.

2. **A privatizáció**: a rendszerváltással párhuzamosan megindult az állami illetve közös (szövetkezeti) tulajdon magánkézbe adása, amelynek eredményeképpen **szétesett** az a

¹ Ennek részletes elemzésére a disszertációban nem térünk ki, csak olyan mértékben kívánjuk érinteni, ami elengedhetetlen a téma kidolgozása szempontjából.

rendszerváltásig **szinte teljesen integrált vertikum**, ami magába foglalta a szőlőtermesztéstől, sőt sok esetben a szaporítóanyag termesztéstől, a feldolgozáson, borkészítésen, érlelésen, palackozáson keresztül a borkereskedelemig a teljes ágazatot. Az integráció megszűnésének legfontosabb okai a föld és a szőlőültetvények nagyrészt kárpótlással történő privatizációja, valamint a borászatok magánkézbe adása volt. Így jelenleg – a nagyobb borászatok kivételével, amelyek az államtól hosszú távra művelnek földterületet – a szőlőtermelés és a bortermelés élesen elválik egymástól: a szőlőültetvények nagy része olyan magánszemélyek tulajdonában van, illetve olyan kistermelők művelik, akik általában nem rendelkeznek feldolgozó-kapacitással, ugyanakkor a borászatok a privatizáció során általában nem jutottak szőlőültetvényhez. A privatizáció másik következménye az igen elaprózódott szőlőtermelés: a földprivatizáció következtében az átlagos birtokméret 0,3 ha (KSH, 2001.), a hegyközségi területeken pedig 0,5 ha (HNT, 2006). A szőlőtermelők 3/4-e 0,5 ha-nál kisebb ültetvényen gazdálkodik. Így jelenleg közel 120 000-en foglalkoznak ma Magyarországon szőlőtermeléssel². A korábban erőteljesen koncentrált szőlőfeldolgozás és borászat szintén nagyon sokszereplőssé vált: míg a rendszerváltás előtt 30 állami vállalat és 50 termelőszövetkezet foglalkozott szőlőfeldolgozással és borászattal, addig ma mintegy 12 000 borászati üzemet tartunk nyilván. Magyarország esetében a szocialista szövetkezet és a közös tulajdon rossz emléke, illetve a megalakulásukhoz és működésükhöz kapcsolódó támogatási rendszer nem jelent ösztönzést a termelők számára. Jelenleg a magyar szőlő- és borágazatban csak 29 termelői csoport működik.

3. **A kiskereskedelem átalakulása:** a privatizáció az élelmiszer kiskereskedelemben is lezajlott, valamint új igen nagy alapterületű üzletekből álló kiskereskedelmi láncok jelentek meg az 1990-es évek közepén. Ezzel együtt a vásárlási szokások is nagyban átalakultak. A multinacionális áruházláncok magyarországi térhódításával teljesen átalakult a hazai kiskereskedelem palettája, valamint az áruházláncok beszerzési rendszere, hiszen speciális elvárásokat támasztanak a beszállítókkal szemben (az árkialakítás, a belistázás, a hozzájárulások stb. tekintetében), amelyhez a hazai bortermelőknek is alkalmazkodniuk kellett. Az élelmiszer kiskereskedelmi láncok, a hiper- és szupermarketek a borkereskedelemben is dominánssá váltak, hasonlóan az EU más tagországhoz, ahol ez a folyamat az 1970-es években zajlott le. Ma az élelmiszer-kiskereskedelem, becslések szerint, a hazai borforgalmazás több, mint 60%-át teszi ki. (Kisari, Sidlovits, 2004)
4. **A borkereslet átalakulása:** tovább folytatódott Európa hagyományos bortermelő országaiban a borfogyasztás csökkenése. Ez a tendencia, az 1970-es években kezdődött el,

² Forrás: HNT, Szüreti jelentés 2006

ugyanakkor látványosan növekedett a kereslet az új borfogyasztó országokban, elsősorban Észak-Európában. Ezzel együtt új borfogyasztók jelentek meg olyan országokban is, ahol korábban a borfogyasztás csekély mértékű volt vagy egyáltalán nem volt jellemző, így pl. Dél-kelet Ázsiában, vagy ugrásszerű borfogyasztás növekedés tapasztalható Észak-Amerikában (Montaigne, Martin, 2001; Anderson, Norman, 2002). A borfogyasztási szokások is átalakulnak, a fogyasztók egyre inkább a magasabb minőségű borokat keresik, az asztali borok iránti keresletnövekedést meghaladja a minőségi borok iránti kereslet növekedése az 1990-es évek végére (Montaigne, Martin, 2002), ráadásul a borfogyasztás gyakoriságát tekintve a mindennapi borfogyasztás visszaszorul, és elsősorban az alkalmi borfogyasztók kerülnek többségbe, különösen a hagyományos bortermelő és borfogyasztó országokban (Laport et al, 2000).

5. **A bor termelési értékének növekedése:** a minőségi borok iránt jelentkező egyre növekvő kereslet következtében a borok termelési értéke az asztali borok helyett a minőségi termékek esetében növekszik. Magyarország a rendszerváltás után szintén a minőségjavítást és a minőségi bortermelést szorgalmazza. Megfigyelhető, hogy a korábbi tömegbortermelés lényegesen visszaesett a minőségi borok javára, így az alapanyag termelés tekintetében jelenleg a minőségi borkészítésre alkalmas szőlőtermelés meghaladja az asztali bort adó alapanyag-termelést: 35% asztali bor és 65% minőségi bor készítésére alkalmas szőlőt termel Magyarország (HNT, 2006)
6. **A nemzetközi borkereskedelem élénkülése és a piacok nyitottá válása:** az 1990-es évek közepétől jelentősen növekedett a külkereskedelem a világ borpiacán, a nagy régiók (Európai Unió, Közép-Kelet Európa, Észak-Amerika, Dél-Amerika stb.) piacai, valamint szőlő- és borgazdaságuk sokkal nyitottabbá váltak, ami igencsak kedvez a magas átlagáron értékesíthető borok termelésének (Anderson et al., 2001; Montaigne et al, 2002). Magyarország esetében a piacnyitás mind a termékek, mind a befektetések tekintetében a rendszerváltással valósult meg.
7. **Az új bortermelő országok exportjának látványos növekedése** figyelhető meg, ahol korábban sem a bortermelés, sem a borexport nem bírt nagy jelentőséggel, így Ausztrália, Dél-Afrika, Észak- és Dél-Amerika bortermelő országai exponenciálisan növelték bortermelésüket és borexportjukat (Montaigne, Martin, 2002). Ezekkel a versenytársakkal találkozunk Magyarország is a hagyományosan fontos export piacain, Németországban, Nagy-Britanniában, Lengyelországban. Igaz a hazai piacon egyelőre csak kis mennyiségben vannak jelen az import borok, de itt is egyre erősödő kihívást jelenthetnek a közeljövőben a magyar termelők számára.

- 8. Kiszámú, italgyártással foglalkozó multinacionális cég jelent meg a borászati termékek forgalmazásában** és vált dominánssá a világ borpiacán, ugyanakkor csak néhány, hagyományosan regionális, főként európai borkereskedelmi vállalkozás tudott nemzetközivé válni (Cohelo, Rastoin, 2004). A multinacionális cégek elsősorban az új bortermelő és borexportáló országok boraival jelentek meg az EU hagyományos piacain, ahol rövid idő alatt viaszorították európai versenytársaikat.
- 9. A piaci differenciálódás és a verseny erősödése a világ borpiacán** a megélénkült külkereskedelemmel és a minőségi borok iránti keresletnövekedéssel egyidejűleg következett be. A bortermelők és forgalmazók igyekeznek termékeiket megkülönböztetni a többi bortól, a védjegyek (márkák) bevezetésével, a földrajzi árujelzőkkel, a borok védett eredetűvé tételével, vagy különböző minőségtanúsító rendszerek és jelek bevezetésével (ISO, HACCP, Agriculture Biologique stb.) (Montaigne, Martin 2001). A világ bortermelésének növekedése és a borfogyasztás bizonytalan alakulása miatt állandó, közel 60 millió hl-es borfelesleg jelentkezik a világ borpiacán (Agrain, 2002, 2007), ami nagyban hozzájárul a verseny erősödéséhez, hiszen igen telített a világ borpiaca.
- 10. Európában a piacvédelem és a támogatások leépítése, kétoldalú megállapodások létrehozása,** ami elsősorban a GATT/WTO tárgyalásoknak köszönhető. Míg az 1980-as években különösen Európában elérte csúcsát a szőlő- és bortermelés támogatása illetve a közösségi/állami beavatkozások a piacvédelem és a külkereskedelem tekintetében, addig mára ezek a beavatkozások Európában lényegesen viaszorultak. Ezzel együtt a nem tarifális típusú akadályok is felszámolásra kerülnek a harmadik országokkal kötött kétoldalú borkereskedelmi megállapodások keretében (ld. EU-USA, EU-Ausztrália, EU-Argentína stb. megállapodásokat) (Giraud-Héraud et al 2003). Magyarország esetében a korábbi mezőgazdasági és azon belül a szőlő- és bortermelést érintő állami támogatások a rendszerváltáskor megszűntek, majd 1993 óta fokozatosan nőttek és ezzel párhuzamosan a felvehető hitelek feltételei is kedvezőbbé váltak (Fertő, Szabó 2001). 1993-ban Magyarország kétoldalú borkereskedelmi megállapodást írt alá az EU-val, amelynek következtében Magyarország EU-csatlakozásáig egyre növekvő mértékű kvóta erejéig szállíthattak a magyar termelők bort az EU-ba és fordítva.
- 11. Magyarország EU-csatlakozása** nagyban átalakította a magyar szőlő- és bortermelés szabályozását, piaci lehetőségeit és támogatási rendszerét. A hazai szőlő- és bortermelőknek ugyanazokkal a problémákkal és kihívásokkal kell megküzdeniük, mint az EU más bortermelő tagállamainak, így különösen a viaszatérő eladási nehézségekkel és strukturális bortúltermelési válsággal, a növekvő piaci versennyel, a versenytársak

hatékony termelési struktúrája következtében kialakuló minőség/ár aránnyal, a versenytársak agresszív marketingpolitikájával.

Mivel az újvilági³ bortermelő országok - visszaszorítva a hagyományos európai bortermelőket-, előretörtek a világ borpiacán, Európában, különösen Franciaországban, számos tanulmány készült a szőlő és borágazat versenyképességének, ezen belül is a vertikális koordinációk jelentőségének elemzésére. Az 1990-es évek végén az ONIVINS⁴ által készített tanulmányok (ONIVINS, 2000) felhívják a figyelmet arra, hogy a francia borászatok és borkereskedelemmel foglalkozó vállalkozások kereskedelmi beruházásai messze elmaradnak az Egyesült Államok, Dél-Afrika, Ausztrália, de még Új-Zélandhoz képest is.

Tény, hogy vészesen csökken az európai bortermelő országok piaci részesedése a 1990-es évek közepe óta (Ausztrália 2004-ben átvette a piacvezető pozíciót Franciaországtól és Olaszországtól Nagy-Britanniában, valamint erőteljes lendülettel tör előre az amerikai piacon), számos stratégiai típusú tanulmány készült egyrészt a piacvesztés okainak feltárására, másrészt a lehetséges megoldások kidolgozására.⁵ A tanulmányok – a globális problémakezelés kitűzött céljának ellenére – hangsúlyos kérdésként kezelik az újvilági bortermelők és kereskedők koordinációs kapacitásából származó előnyöket, összehasonlítva a francia bortermelés koordinációjával. Mint a problémakör elemzését bevezető megállapítást ki kell emelnünk azt a felvetést is, amely szerint a francia borvidékek esetében szükségszerű a szőlőtermelők és a borászatok/borkereskedők közötti – jelenleg meglehetősen gyenge – kapcsolatot erősíteni, és a termelésszervezést újra gondolni, majd ennek eredményét a termelők és kereskedők közötti hosszú távú megállapodásokkal konkretizálni.

Jól látható, hogy az európai nagy bortermelők felismerték a vertikális koordináció, a szerződéskötések és a hosszú távú együttműködés lehetőségeit és hatékonyságát a minőségi bortermelésben, amelynek legitimitását néhány európai példa mellett elsősorban az újvilági borászatok sikere igazol. Hiszen általában elmondható, hogy az utóbbi tíz évben az organoleptikusan magas minőséget⁶ adó termékek iránt megélénkült kereslet kihívásaival kell szembenéznük a borászatoknak a világpiacon, amit Magyarország sem hagyhat figyelmen kívül. Így a minőségi alapanyaggal történő ellátás biztosítása érdekében a szőlőtermelők és a borászatok/bortermelők közti vertikális koordináció – kiemelten a szerződéses kapcsolatok – nyújtotta lehetőségek, rászolgálnak a mélyreható elméleti és empirikus vizsgálat elvégzésére.

³ Újvilági bortermelők alatt Észak-Amerika és a Déli félteke bortermelő országait értjük

⁴ ONIVINS: Office National Interprofessionnel des Vins, a Francia Szőlészeti-borászati Nemzeti Szakmaközi Hivatal és ágazati kifizető ügynökség

⁵ A francia agrárminisztérium is készített ilyen tanulmányt a francia borexport újrapozícionálásával kapcsolatban (Berthomeau, 2001), ugyancsak készült ilyen tanulmány a francia szenátus részére (César, 2002).

⁶ ami nem biztos, hogy mindig egybe esik a jogszabályok által minőségi bornak nevezett kategóriával.

A hazai és a nemzetközi borpiacon a közelmúltban lezajlott változások és piaci tendenciák, a borfogyasztási szokások átalakulása és fogyasztás stagnálása, a borkereskedelem nemzetközi kiterjesztése, a globális borkereskedelmi vállalkozások kialakulása, a termékek speciális tulajdonságuk alapján történő differenciálása, a támogatások csökkenése, illetve Magyarországon a rendszerváltás során teljesen átalakult szőlő- és bortermelés struktúra egyre inkább rávilágítanak a szőlő-borágazatban alkalmazott irányítási struktúrák hatékonyságának, és ezen keresztül az ágazat versenyképessége elemzésének jelentőségére.

A doktori értekezés a szőlő- és borágazat vertikális koordinációját elemzi, kiindulva a magyar és a francia gyakorlatból. Mivel a minőségi bortermelés alapja a minőségi szőlőtermesztés, ezért **a doktori értekezés a szőlőtermelők és a szőlőfelvásárló/feldolgozó borászatok közti vertikális kapcsolat elemzését helyezi a középpontba.** Az értekezés – annak ellenére, hogy a választott témakörrel összefüggenek – részletesen nem foglalkozik a szövetkezetek kérdéskörével, és sem elemzi a borászatok/nagykereskedők és a kiskereskedelem közti vertikális kapcsolatokat, mivel ez a két terület komplexitásánál fogva külön kutatási témát jelent.

A kutatás központi kérdése azokra a tényezőkre irányul, amelyek meghatározzák a magyar szőlőtermelők és borászatok közti kétoldalú kapcsolatok (irányítási struktúrák) kialakulásának típusát a minőségi alapanyag-termelés ösztönzése és a borászat minőségi alapanyaggal történő ellátásának biztosítása érdekében. Megvizsgáljuk, megvizsgáljuk a termelők és a felvásárlók között kialakuló vertikális kapcsolatokat és a termékértékesítési szerződéseket, valamint azt, hogy milyen módszerekkel ösztönzik a felvásárlók a minőségi alapanyag termelést.

A minőségi alapanyag beszerzésének biztosítására az Új Intézményi Közgazdaságtan irányítási struktúrák (*gouvernance*) (Williamson, 1985) elméleti irányvonala adja az elemzés kereteit, amelynek központi elemét a tranzakciós költségek elmélete jelenti (Coase, 1937, 1960, Szakadát, 1996).

Megvizsgáltuk azt is, hogy eredményes-e a borászatok által alkalmazott alapanyag-beszerzési stratégia és ez visszatükröződik-e a borászatok eredményében. Ehhez a legnagyobb hazai borászatok eredményeit (a 40 legnagyobb borászati vállalkozás) vizsgáljuk meg, elvégezzük statisztikai elemzésüket, és fel vázoljuk tipológiájukat, illetve hasonlítjuk össze más európai (francia) versenytársak eredményeivel.

Mivel a doktori képzés során lehetőségem nyílt arra, hogy francia doktori kutatói ösztöndíj segítségével három évet eltölthessek az INRA Montpellier-i Agrárgazdasági Kutatóközpontjában, és olyan kutatócsoportban végezhessem kutatásaimat, amely egyrészt a szőlő-borágazat gazdasági elemzésére szakosodott, másrészt pedig kutatásaihoz a tranzakciós költségek elméletét mobilizálja,

a doktori értekezésben főként a hasonló gazdasági elmélettel dolgozó francia kutatóintézetek eredményei⁷, az INRA Kutatóintézetnél a témával és az alkalmazott gazdasági elmélettel kapcsolatban fellelhető szakirodalom, valamint a franciaországi kutatásaim során elkészített saját vizsgálatok és tanulmányok hangsúlyosan jelennek meg.

A doktori értekezés első része a kutatás gazdasági elméleti háttéréből áll, ami bővebb mint egy hagyományos irodalmi áttekintés. Mivel a feldolgozott irodalomhoz kapcsolódó, azt kiegészítő és továbbfejlesztő saját kutatási eredményeket is ismertetjük. Így – eltérő hangsúlyokkal, de – sor kerül a piaci környezet elemzésére, a minőségi bortermelés modelljeinek bemutatására, a szabályozási környezet elemzésére, a minőségi bortermelést befolyásoló tényezők bemutatására, valamint az új intézményi közgazdaságtan alapelveinek felvázolására, kiegészítve a minőséghez kapcsolódó információ és mérés költségének elméletével illetve a szerződéskötések gazdaságtana témakörbe tartozó elméletek ismertetésével, elemzésével.

Az értekezés második részében ismertetjük a kutatáshoz és a vizsgálatainkhoz alkalmazott módszerek, amelyek szorosan kapcsolódnak az új intézményi közgazdaságtan modelljéhez.

Az értekezés harmadik részében mutatjuk be a vizsgálataink eredményeit: a szőlő és bortermelésben kialakult irányítási struktúrákat és jellemzőiket; bemutatunk egy francia példát a hatékony hosszú távú együttműködésekre vonatkozóan, valamint összehasonlító elemzést végzünk a francia és a magyar hibrid irányítási struktúrákkal kapcsolatban, végül elemezzük a hazai borászati vállalkozások gazdasági eredményeit és összehasonlítjuk a francia borászatokéval.

⁷ INRA-UMR-MOISA, Montpellier; INRA-LORIA-Paris-Grignon, Université de Paris X (Sorbonne)

2. A KUTATÁS GAZDASÁGI ELMÉLETI HÁTTERE

2.1. A vertikális koordináció elméleti háttere

A mezőgazdasági termelés jellemzően kockázatos vállalkozás, de a termelőknek a gazdasági átalakuláson túljutott országokban, más nehézségekkel is szembe kell nézniük. A termékpályákat illetően az intézményrendszerek még nem alakultak ki, az árrendszer nem működik elég hatékonyan, az intézményrendszer nem alkalmas arra, hogy betartassa a felekkel a szerződések végrehajtását. Így a szerződéses kapcsolatok esetében sokszor találkozunk a hold-up problémával (késedelmes fizetés, utólagos árcsökkentés, az átvett mennyiség csökkentése, stb.).

A mezőgazdasági termékek differenciálódása és a minőségi termékek előtérbe kerülése és így a hozzákapcsolódó speciális beruházások, különösen a minőségi bortermelés esetében még inkább megalapozzák a termelők és felvásárlók közti kapcsolatok hatékony szervezését. Hiszen sem termelő, sem felvásárló nem lehet abban biztos, hogy az általa végrehajtott beruházásokat és a magasabb hozzáadott értékesíteni tudja a piacon. A mezőgazdasági termeléshez kapcsolódó speciális problémák a szorosabb vertikális koordináció kialakulását feltételezik, amelynek elméleti hátterét az új intézményi közgazdaságtan és a tranzakciós költségek elmélete adja.

2.1.1. Az új intézményi közgazdaságtan és a tranzakciós költségek elméletének különböző megközelítései

A vertikális koordináció fogalma és a hozzá kapcsolódó, az Amerikai Egyesült Államokból induló gazdasági elméleti háttér, az új intézményi közgazdaságtan irányítási struktúrával foglalkozó irányzata a hazai agrár- és élelmiszeripari gazdasági elemzésekben eddig csak kismértékben terjedt el. Magyarországon néhány mezőgazdasági ágazat versenyképességének és a rendszerváltás utáni átalakulásának elemzéséhez, így a zöldség-gyümölcs ágazat (Fertő, 1996; Juhász, 1999; Szabó G., 2001; Szabó, Fertő, 2001; Fertő et al. 2004) a tejgazdaság átalakulása (Szabó, 1999) és vertikális koordinációinak (Szabó, Bárdos 2005) a baromfihús-termelés modernizációjának (Sipos A. 1996 cit. in Fertő, 1996), valamint a marhahússzektor (Bárdos, Fertő, 2006) szerződéses kapcsolatainak elemzéséhez alkalmazták az új intézményi közgazdaságtan elméleteit az agrárgazdaság kérdéseivel foglalkozó kutatóintézetek (elsősorban az MTA Közgazdaságtudományi Intézete és az AKII). Ugyanakkor a szőlő- és borágazatról szóló tanulmányok (Radóczné, Györe, 2006) a bortermelés alapanyag-beszerzését ezzel a módszerrel még nem vizsgálták.

A vertikális koordináció fogalma helyett a szakmai szóhasználatban Magyarországon inkább a vertikális integráció kifejezés terjedt el a mezőgazdasági termelésre vonatkozó elméletekben és a jogszabályokban egyaránt, amely kifejezés még az 1960-as években került bevezetésre a mezőgazdasági termékek termelési, feldolgozási és értékesítési folyamatai egymást követő fázisainak koordinálása és összekapcsolódása definíciójaként. Ugyanakkor a közgazdaságtudomány új elméleti irányzatai szerint, amelyeket szerves fejlődést követő, megszilárdult piacgazdasági körülményekből és feltételekből kiindulva alkottak meg, a vertikális integráció fogalma sokkal szűkebb értelmű. Williamson meghatározása szerint: az integráció olyan irányítási struktúra, amikor *„a tranzakciót kivonják a piacról, és a vállalat keretei között szervezik meg azért, hogy a tranzakció felügyelet alatt álljon”* (Williamson, 1985, p. 103. fordítás). Tehát vertikális integrációról akkor beszélünk, ha az alapanyag előállítás és annak további feldolgozása ugyanannak a vállalatnak a tulajdonában van, egyazon szervezeten belül történik.

A vertikális koordináció fogalma egyrészt a marketingrendszer vertikális struktúrájának leírására szolgál, valamint olyan intézmények és szerződések sorozataként definiálható, amelyek egy vertikális marketingrendszer egyes lépcsőfokai között léteznek (Tomek-Robinson, 1991; Fertő, 1996). A mezőgazdasági marketing rendszer, vagy élelmiszerlánc az egymáshoz vertikálisan kapcsolódó input és output piacok sorozataként írható le, ami magában foglalja a mezőgazdasági termeléshez szükséges inputokat és alapanyagokat gyártó iparágakat, a mezőgazdasági termelést (élelmiszer alapanyag termelést), az élelmiszer feldolgozást és tartósítást, a késztermék disztribúcióját és a kereskedelmet (Rastoin, 2000). A vertikális koordináció Mighell & Jones (1963) definíciója alapján olyan rendszer, ami magában foglalja általában a termelés, és a marketing különböző vertikális lépcsői harmonizálásának eszközeit és módszereit, ahol az egymást követő lépcsőfokok egymáshoz kapcsolódnak és együttműködnek.

Az irodalom általában a koordinációs formák két szélsőséges esetét különbözteti meg: a spot piacot, mint külső koordinációs mechanizmust, és a vertikális integrációt, mint belső koordinációs mechanizmust. Ugyanakkor Peterson és Wysocki (1997) a különálló irányítási struktúrák helyett a vertikális koordináció folytonosságát határozza meg, ami a külső koordináció felől a belső koordináció felé halad, három átmeneti lépésen, a szerződéseken, a stratégiai szövetségeken és a formális együttműködésen keresztül. Ménard (2003) pedig az átmeneti formákat, mint hibrid formákat definiálja.

Kornai (1983) a koordináció négy formáját különbözteti meg: a bürokratikus, a piaci, az etikai és az agresszív koordinációt. A bürokratikus mechanizmus a szereplők alá és fölérendeltségi viszonyával jellemezhető. Az aktuális hatalmi viszonyok között, jogilag szabályozott módon és mértékben utasítások készítenek cselekvésre a hierarchia alacsonyabb szintjén lévőket. A szereplők

közti kapcsolatok lehetnek pénzalapúak (pl. a dolgozók munkabért kapnak), monetarizáltak, de nem okvetlenül azok.

A piaci mechanizmus esetén a szereplők egyenrangúak, köztük horizontális kapcsolat áll fenn, önként lépnek kapcsolatba egymással, a szabályok közös érdekre épülő betartásával. Céljuk a kölcsönös előnyszerzés. A szereplők közti kapcsolatok monetarizáltak, a pénz jelenlétére épülnek.

A szereplők az etikai koordinációs mechanizmusban is egyenrangúak és saját jószántukból vesznek részt a folyamatokban. A mechanizmus létrejöttében nincs adminisztratív kényszer. A koordinációra irányuló késztetés lehet egyoldalú (pl. jótékonyság) vagy kölcsönös, a viszonyosság elvén nyugvó. Az etikai koordinációban a pénz nem játszik közvetlen szerepet, nem monetarizált, nem a nyereségszerzés céljával jön létre.

Az agresszív koordináció esetén a szereplők nem egyenrangúak, alá-fölé rendeltségi viszonyban állnak: a szabályozás a koordinátor erőfölényére, vagy akár az erőszakra épül. A pénz megjelenhet, de nem feltétlenül monetarizált koordinációról van szó.

Williamson (1985) a vertikális koordináció középpontjába a szerződéses kapcsolatok elemzését állítja, ahol a tranzakciók a szerződések által meghatározott, különböző irányítási struktúrák keretében valósulnak meg. Az irányítási struktúra *„olyan explicit vagy implicit szerződéses keret, amelyben a tranzakció elhelyezkedik (piac, vállalat, köztes formák)”* (Williamson, 1985, 1994 p. 20. saját fordítás). Tehát ebben az értelemben a vertikális integráció a vertikális koordináció egyik formája.

Közkeletű kifejezéssel Magyarországon jelenleg is integrátoroknak nevezik azokat a szőlőfelvásárló cégeket, amelyek a szőlőtermelőket koordinálják: más tulajdonában megtermelt szőlőt vásárolnak meg és dolgoznak fel. Ugyanakkor a továbbiakban az új intézményi közgazdaságtan és a vertikális koordináció fogalomrendszerét használjuk, és a szőlőfelvásárlókat következetesen koordinátoroknak tekintjük, a szőlőtermelők és felvásárlók közti vertikális kapcsolatot pedig vertikális koordinációnak.

2.1.1. Az Új Intézményi közgazdaságtan, az irányítási struktúrák, a tulajdonjog és a tranzakciós költségek kapcsolata

Az Új Intézményi Közgazdaságtan irányítási struktúrákkal foglalkozó ága Oliver Williamson nevéhez fűződik, aki Ronald Coase munkája nyomán dolgozta ki ezt a gazdaságelméleti irányzatot. Coase (1937) alapműve a *„The Nature of the Firm”* (A vállalat természete) teremti meg a modern vállalatgazdaságtan alapjait, illetve annak a döntéshozatalnak a koncepcióját, amely szerint a vállalat két lehetőség között választ: maga állítja elő azt, amire a termeléshez szüksége van, vagy legyártatja, megveszi azt, ez a *„Make or Buy”* koncepció.

Coase (1960) egy későbbi cikkében bevezeti a „*tranzakciós költségek*” fogalmát, amivel a mai napig is fejlődő gazdasági kutatási irányzatot indít el. Coase szerint a neoklasszikusok figyelmen kívül hagyják azt, hogy a vállalatok számára a piac (egyik oldalon pl. az alapanyag piacon történő beszerzése, illetve a másik oldalon a piacon történő eladása) gyakran plusz költségeket hordoz magában. Míg a neoklasszikus közgazdászok szerint a termelésnél felmerülő összes költség egyenlő a termelés költségével, addig Coase-nál és az új intézményi közgazdaságtan elméletében az összes költség a termelési költség és a tranzakciós költség összege. Coase gondolatmenetének alapja a következő: a piacok hatékony működése ellenére a megfelelő ár eléréséhez szükséges tranzakció megszervezése költségeket von maga után. Abban az esetben, ha ez a költség szignifikánssá válik, előnyösebb lehet más megoldást (irányítási struktúrát) választani a tranzakció megvalósításához. Arrow (1974) a tranzakciós költségeket egy adott gazdasági rendszer működési költségeiként definiálja, amit meg kell különböztetni a termelési költségtől. A tranzakciós költség olyan a közgazdaságtanban, mint a súrlódás a fizikában.

Williamson (1971, 1975) arra helyezi a hangsúlyt, hogy mi a döntési mechanizmus a piac és a vállalat közti választás tekintetében, összehasonlítja a tervezés, az alkalmazkodás és a feladatok ellenőrzésének költségeit az alternatív irányítási struktúrák között, valamint bevezeti a piac és a vállalat között található átmeneti irányítási struktúrák (hibrid formák) elemzését. Ezzel megalkotja a szerződéskötések elméletének irányvonalát, illetve integrálja Arrow a tökéletes verseny hiányára vonatkozó elméletét és Simon korlátozott racionalitás elméletét a tranzakciós költségek elméletének modelljébe.

2.1.2. Az Új Intézményi Közgazdaságtan fogalomrendszere

Az új intézményi közgazdaságtan elmélete egyidejűleg igényli a klasszikus fogalom-meghatározások újra gondolását és új fogalmak bevezetését. Ebben a fogalomrendszerben tranzakció alatt a javak és szolgáltatások használati jogának átadását értjük az egymástól elválasztható technológiai egységek között (Williamson, 1985). A technológiai egységek közötti elválaszthatóságnak különösen fontos szerepe van, hiszen ezzel a termékelőállítás során különböző szervezési megoldások vezethetők be, amit nem lehet megvalósítani abban az esetben, ha folyamatos technológiáról van szó. Pl. az acélgyártás során a fém olvasztása és öntése egymástól elválaszthatatlan technológiai elemet jelent, és nem von maga után tranzakciót. Ugyanakkor a szőlőtermelés és a szőlőfeldolgozás, a borkészítés, az érlelés, a palackozás egymástól elválasztható technológiai lépéseket jelent a borkészítés folyamata során. Így abban az esetben, ha a technológiai lépések szétválaszthatók, már beszélhetünk a különböző szervezési lehetőségek közti választásról. A tranzakció fogalom-meghatározásakor ki kell emelnünk azt is, hogy a tranzakció a javak és szolgáltatások használati jogára irányul, ami nem feltétlenül von maga után tulajdonos-változást,

hiszen termelési tényezők átadhatók egy több egységből álló vállalat egységei között anélkül, hogy annak megváltozna a tulajdonosa.

A tulajdonjog és az ahhoz kapcsolódó kérdések központi szerepet töltenek be a gazdasági szereplők kapcsolatában és így a köztük kialakuló tranzakciókban is. A tulajdonjog elmélete a mi szempontunkból arra keres magyarázatot, hogy a tulajdonformák rendszere és az egyes tulajdonformák hogyan hatnak az egyén és a gazdasági szereplők magatartására, valamint rajtuk keresztül a gazdasági rendszer működésére és hatékonyságára, illetve általában a gazdaságban illetve a konkrét szerződéses kapcsolatok során az egyes tulajdonformák milyen módon biztosítják a hatékony működést (Coriat et Weinstein, 1995). A gazdasági szereplők között létrejövő kapcsolat az eszközökre vonatkozó tulajdonjog cseréjeként is felfogható. Alchian (1987) a következőképpen terjeszti ki a tulajdonjog fogalmát: *„egy jószág használatára társadalmilag jóváhagyott jog”*, a magántulajdon pedig *„egy meghatározott személyhez kötött jog, ami csak más, ugyanilyen tulajdonjoggal bíró javak ellenében cserélhető”*. Barzel (1989) úgy pontosítja a magántulajdon fogalmát, hogy *„olyan jog, vagy ráhatás tapad az eszközökhöz, amelynek felhasználásával (fogyasztásával) jövedelemre lehet szert tenni”*. Hart és Moore (1990), úgy mutatja be a tulajdonjog elméletét, mint a társadalmi kapcsolatok és az intézmények leírására szolgáló általános elméletet.

Alchian (1987) szerint a termékek és a termelőeszközök feletti tulajdonjog garantálása jelenti a decentralizált gazdaság működésének és a specializálódott termelési tevékenység koordinációjának alapvető feltételét. A tulajdonjog elsődleges funkciója – különösen magántulajdon esetén – az, hogy motivációt nyújtson az egyén számára az eszközök, termelési tényezők létrehozásához, fenntartásához és valorizálásához. A tulajdonjog szorosan összekapcsolódik a tranzakciós költségekkel:

- A magántulajdon felhatalmazást ad arra, hogy ebből előny származzon vagy a tulajdonos vagy mások számára. A tulajdonjog meghatározása és felosztása definiálja az említett felhatalmazás kiterjesztését.
- A tulajdonjoghoz tranzakciós költség kapcsolódik abban az értelemben, hogy a tulajdonjog nem minden esetben határolható le pontosan, tehát egy eszközhöz tapadó tulajdonjogra vonatkozóan nem biztos, hogy a gazdasági szereplők tökéletes információval rendelkeznek (Barzel, 1989).

Coriat és Weinstein (1995) szerint a tulajdonjogot három jellemző alapján lehet meghatározni:

- az eszköz használati joga alapján,
- az alapján, hogy kinek van joga az eszköz használatából jövedelemre szert tenni,
- átadható-e a jog véglegesen egy harmadik személynek.

Ezeket a jogokat jogszabály vagy szerződés korlátozhatja. Az egyes tulajdonformák az alapján alakulnak ki, hogy ugyanaz a személy, vagy személyek egy csoportja rendelkezik-e vagy sem a fent említett tulajdonságokkal. Ezen az alapon – eltérően a magyar jogrendszerben és fogalomrendszerben alkalmazott meghatározásoktól – öt alapvető tulajdonforma különböztethető meg (Coriat et Weinstein, 1995):

1. magántulajdon: társadalmilag érvényesnek tekintett, adott jószág feletti olyan jogosultság, amely konkrét személyhez rendelt és átruházás útján elidegeníthető. Alapesetben a jószág tulajdonjogához kapcsolódó vagy abból származtatott részjogosultságokat a tulajdonos gyakorolja.
2. közösségi tulajdon: jellemzője, hogy adott csoporthoz tartozó több személynek egyidejűleg áll fenn használati joga ugyanarra a jószágra vonatkozóan. Pl. egy község határában lévő rét, legelő vagy a vízkészletének használata a község lakói által. Ez a tulajdonforma általában kizárja azt, hogy a jószágból egy egyén vagy a közösség jövedelemre tegyen szert vagy átruházza (átengedje).
3. közös tulajdon: jellemzője, hogy a jószágot közösen használja a csoport (míg a közösségi tulajdon esetében a csoport tagjai egyénileg használják a jószágot). Ez a tulajdonforma a tulajdonra vonatkozóan közös döntéshozatali folyamatot von maga után.
4. kölcsönös (osztatlan közös) tulajdon: olyan helyzetet takar, ahol több egyén közösen használja az adott jószágot, de – ellentétben a közösségi tulajdonnal –, tulajdonjogukat átruházhatják másra.
5. köztulajdon: a jószág felett közületi szerv (állami szerv) gyakorolja a tulajdonjogot, a joggyakorlás módja nagyban függ a politikai rendszertől, a döntéshozatal módjától, a közhatalom jogkörének, hatalmának meghatározásától.

Gyakran alkalmazzuk a köztulajdon fogalmát arra a helyzetre is, amikor a jószághoz szabad a hozzáférés, tehát senki sem rendelkezik fölötte kizárólagos joggal.

A tulajdonformák rendszere komplex rendszer, ami abból adódik, hogy a jószágok különböző – a tulajdonjoghoz kapcsolódó – jellemzőkkel rendelkeznek. Ezeket a jellemzőket eltérő személyek birtokolhatják, így az adott tulajdonformához kötődő részjogosultságok megoszthatók, elválaszthatók és elidegeníthetők, tehát a különböző gazdasági szereplőknek eltérő jogaik lehetnek ugyanarra a jószágra vonatkozóan (Coriat et Weinstein, 1995). Ebből pedig az is következik, hogy általában a tulajdonformák, illetve az adott tulajdonforma alapvetően a tranzakciók esetében alapvetően meghatározza a különböző irányítási struktúrák kialakulását.

Egyébként maga a tranzakció azért kerül ennyire a figyelem középpontjába Ménard (2004) szerint, mert a tranzakcióban részt vevő szereplők a munkamegosztásból és a specializálódásból szeretnének haszonra szert tenni. Így az a gazdaság, amely nem képes hatékonyan biztosítani a

jogok (egyes részjogosultságok) átruházását, arra is képtelen lesz, hogy olyan komplex termelési rendszert alakítson ki, amihez nélkülözhetetlen a különböző inputok hatékony kombinációja és a kompetencia változatossága. Ennek megfelelően a tranzakciók széles körben történő hatékony megszervezése alapvető feltétele a technológiai lépések egymásra szerveződő láncolatának, különös tekintettel a termelés szervezés esetében és akkor, amikor a tranzakció megvalósítása költségeket vonhat maga után. Általánosságban a tranzakciós költségek úgy definiálhatók (Williamson, 1985), mint a tranzakció megszervezésének költségei, vagy mint a különböző szervezési (irányítási) struktúrák keretében, az egyes eszközökhöz kapcsolódó jogok (részjogosultságok) átruházása során a tervezéssel, az alkalmazással és a nyomon követéssel kapcsolatban felmerülő komparatív költségek.

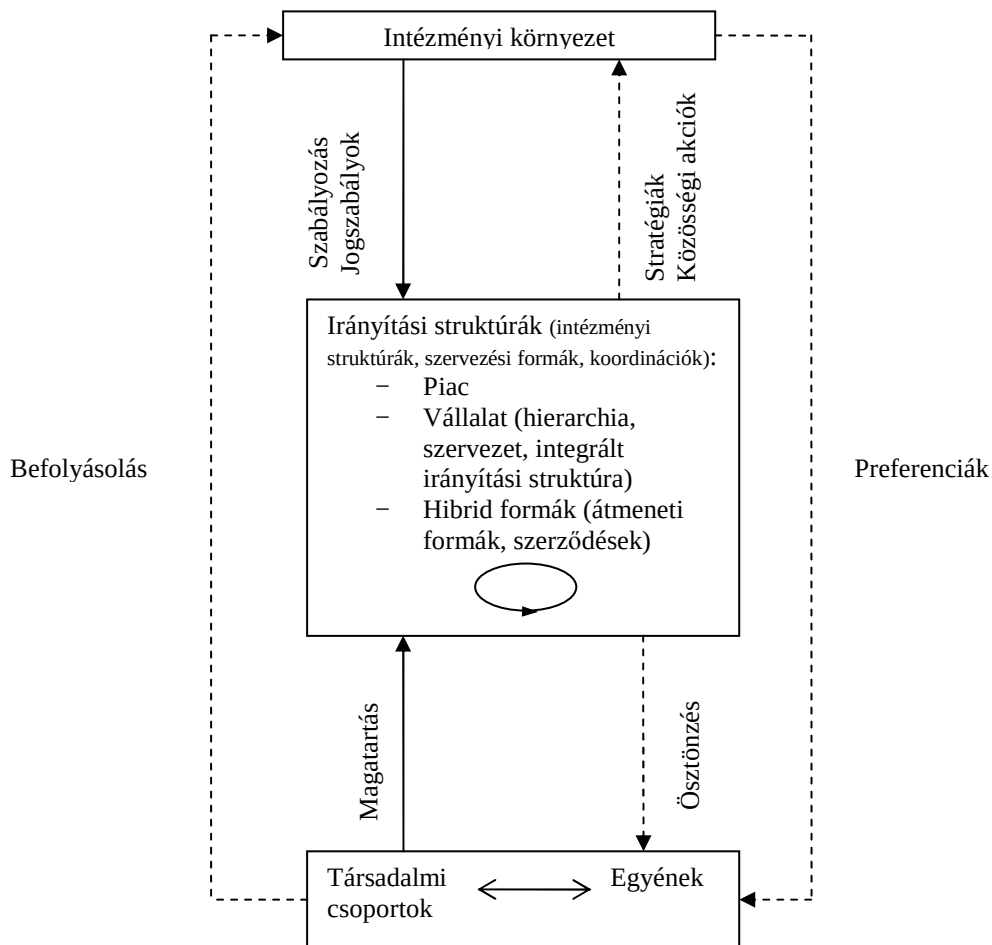
Mivel a tranzakciók és az alkalmazott irányítási struktúrák a piacgazdaság körülményei között valósulnak meg, és mivel a magyar szőlő- és bortermelés az elmúlt 15 évben tért át a piacgazdaságra, ezért – mielőtt rátérnénk a tranzakciós költségek azonosítására –, célszerű megvizsgálni a piacgazdaság elemeit és az egyes irányítási struktúrák jellemzőit.

2.1.3. A piacgazdaság és az irányítási struktúrák

Tekintettel arra, hogy a piacgazdaság nem korlátozódik csak a piacokra, mivel a szereplők kénytelenek szembesülni egy viszonylag összetett termelésszervezési rendszerrel, és azzal, hogy a tranzakció (a tulajdonjog átruházása) költségeket von maga után, figyelembe kell venni azokat a választási lehetőségeket (irányítási formákat), amelyek a termelési illetve a tulajdonjog átruházási tevékenységet támogatják, valamint azt az intézményrendszert, ami mindezt körülveszi. Williamson (1996) valamint Nee és Swedberg (2004) az 1. ábra segítségével foglalja össze a piacgazdaság egyébként igen összetett rendszerét.

North (1981) a következőképpen különbözteti meg az intézményi környezetet és az intézményi struktúrát, ami a piacgazdaságban kialakul: az új intézményi közgazdaságtani elmélet szerint *„az intézmények a szabályok összességét jelentik, amelyek stabilak, absztraktak és személytelenek, hosszú távra készülnek, továbbá amit törvényi, tradicionális keretekbe vagy a szokásjog keretébe foglalnak, valamint olyan mechanizmussal társulnak, amelynek célja, olyan magatartási sémák megalapozása és működtetése, ami hozzájárul a gazdasági szereplők vagy csoportjaik közötti kapcsolatok irányításához”* (saját fordítás). Gyakorlatilag az intézmények magukban foglalják azokat a *jogszabályokat és normákat*, amelyek megszabják a gazdasági szereplők tevékenységének társadalmilag elfogadott kereteit. Ezek a szabályok *hosszú távra készülnek*, és ideális esetben csak viszonylag lassan változnak. Ugyanakkor Magyarország esetében a rendszerváltás és az EU-csatlakozás jogharmonizációja miatt az elmúlt 15 évben viszonylag gyorsan és többször változtak a jogszabályok, hiszen egy új, a piacgazdasághoz

igazodó szabályozási rendszert kellett kialakítani a gazdaság minden területén, ami a szőlő és borgazdaságot is mélyrehatóan érintette. (A szabályozás elemzését ld. 3. számú melléklet mellékletben)



1. ábra: a piacgazdaság sémája Williamson, illetve Nee és Swedberg alapján (cit in Ménard, 2004)
Megjegyzés: a zárójelben található kifejezések szinonim kifejezések

Ezek a szabályok abban a tekintetben *elvontak*, hogy az egyes szervezetekre, vagy egyénekre vonatkozó speciális szabályok felett állnak és azok általános kereteit, alapelveit határozzák meg. *Személytelennek* jellemezzük ezeket a szabályokat azért, mert a gazdasági szereplők egy meghatározott, de tágabb körére vonatkoznak, nem egyénekre. Továbbá *normatív*, irányadó tulajdonsággal rendelkeznek, mivel egy adott társadalom számára egy bizonyos ideig elfogadott keretté válnak. A gazdaságban, pl. egy megállapodás vagy egy jogszabály, ami meghatározza a szerződéskötés kereteit vagy körülhatárolja a tulajdonjogot, részét képezi az intézményi környezetnek (Ménard, 2004a).

Az *irányítási struktúrák* – amelyeket intézményi struktúráknak, szervezési formáknak vagy koordinációs, együttműködési formáknak is neveznek – arra összpontosítanak, hogy a gazdasági szereplők milyen módon építik fel és szervezik meg tevékenységüket a termelés és a kereskedelem

(tulajdajog-átruházás) területén egy olyan szabályozási környezetben, amit a fent említett intézmények határoznak meg. Az irányítási struktúrák gyakorlatilag azt mutatják meg, hogy a gazdaság szereplői, egyének, csoportok, szervezetek, vállalatok stb. hogyan építik fel az együttműködésüket, vagy hogyan versenyeznek egymással annak érdekében, hogy úgy valósuljanak meg a tranzakcióik, hogy a munkamegosztásból és a specializálódásból származó előnyök biztosíthatóak legyenek számukra. A szabályok, intézmények nemcsak kényszert és megkötéseket jelentenek a gazdaság szereplői számára, hanem a hatékony termelés-szervezés és kereskedelem megvalósulásához nyújtanak elengedhetetlen támaszt. Abban az esetben, ha pl. a tulajdonjogot nem definiálná, és nem garantálná jogszabály, a piacok sem léteznének (Ménard, 2004a). Ezek azok a szabályok, amelyek az átalakuló gazdaságokban hiányoznak, vagy hiányosan működnek a mezőgazdaság különböző termékpályáin.

2.1.4. Az irányítási struktúrák, szervezési formák

Coase (1937) nevéhez fűződik az integrált szervezési forma (vagyis a vállalat) létezésének és szerepének elemzése, ahol egyrészt egyesül a döntéshozatal, másrészt pedig alternatívát jelent a piachoz képest. Így a gazdasági szereplők eldönthetik, hogy a termeléshez szükséges javakat és szolgáltatásokat a piacon szerzik be, vagy saját maguk állítják elő. Az elmélet továbbfejlesztésével az irányítási struktúrák három nagy csoportja került meghatározásra (Williamson, 1985):

- a piacok: ilyenek a „spot” piacok vagy azonnali piacok,
- integrált szervezetek: a vállalat (amit hierarchiának is neveznek).
- a hibrid formák: amelyek a piacok és az integrált szervezetek közti átmeneti formák egész sorát foglalják magukban (Ménard, 2003), ilyenek a szövetkezetek, a hálózatban működő vállalatok, a kiszervezés, a franchise, a hosszú távú együttműködések, kollektív márkák (védjegyek).

2.1.4.1. A piacok

A neoklasszikus megközelítésben a gazdasági tevékenység szervezésének módja a piac, ahol a kereslet és a kínálat egyensúlyi modellje a koordináció eszközeként az árrendszert határozza meg. Ugyanakkor Demsetz (1988) rámutat arra, hogy a piac önmagában nem képes a koordinációra, csak olyan jelzésként, információként szolgál a gazdaság szereplői számára az árrendszeren keresztül, amit a szereplők a kereslet és a kínálat összepárosításához használnak fel. Továbbá a piac nem hoz létre terméket sem, hanem közvetítőként lehetővé teszi a szereplők számára a termeléshez kapcsolódó tranzakció lebonyolítását. A piac feltételezi azokat a szereplőket (háztartásokat, vállalatokat), akik (amelyek) a terméket megtermelik, vagy a szolgáltatást előállítják.

Coase (1960) nevéhez fűződik az a megállapítás, amely szerint a piac a tulajdonjog átruházásának (átadásának) mechanizmusaként jelenik meg. A tulajdonjog a magántulajdont jelenti. A tulajdonjog átadása természetes vagy jogi személyek között ad létalapot a szerződés megkötésének, ami lehet formális vagy informális (elméletileg történhet szóban, írásban, ráutaló magatartással). A tulajdonjog átruházása során az árrendszer kulcsfontosságú szerepet tölt be, hiszen olyan jelzés értéke van a gazdasági szereplők számára, ami lehetővé teszi az átadni/megszerezni kívánt javakkal és szolgáltatásokkal kapcsolatos információ átadását, illetve az átadás feltételeire vonatkozó információk megismerését. A piac azt feltételezi, hogy a tranzakcióban részt vevő partnerek önállóan hoznak döntést az átruházásról (az átadásról és a tulajdonjog megszerzéséről). Fontos továbbá, hogy a felek ne játszanak szignifikáns szerepet az ár kialakításban (tehát elég kicsik legyenek ahhoz, illetve a piac elég sokszereplős legyen ahhoz, hogy ár kialakító szerepük legyen a piacon, és ezzel meghatározzák vagy befolyásolják az árat, mint jelzőrendszert).

Végül pedig a piac működéséhez szabályozás is szükséges, így illeszkedik be a piac az intézmények rendszerébe. Ennek alapján a piacok igen sokszínűek és nagy változatosságot mutatnak, gondoljuk arra, hogy milyen eltérések vannak, pl. az amsterdami virágpiac, a chicagói határidős gabonapiac vagy a rotterdami azonnali kőolaj piac szervezése és szabályozása között. Mindegyik piacnak megvannak a maga sajátosságai és az ehhez kapcsolódó szabályozási rendszerei, amelyek meghatározzák a lebonyolításra kerülő tranzakció keretét, illetve az áron keresztül informálják a piac szereplőit az egyes minőségi kategóriákról.

A piac tehát Coase (1960) alapján úgy írható le, mint olyan intézményi (irányítási) struktúra, amelyet a szabályok és a konvenciók hoznak létre, amelyek lehetővé teszik a használati jog átruházását a független döntéshozók igen széles körében, ahol az átruházás az árrendszer irányításával történik. Coase rávilágít arra, hogy a tulajdonjog meghatározása és az átadásához kapcsolódó szabályozási rendszer következtében jelennek meg leginkább a tranzakciós költségek és ez a két tényező játszik leginkább szerepet a tranzakció szervezésének módjában. Így a piacok elemzésének központi kérdésévé válik a piachoz kapcsolódó intézmények, szabályok elemzése.

2.1.4.2. Szervezetek

A szervezetek mind a tranzakciók szervezése, mind az intézmények (szabályozás) tekintetében eltérnek a piacoktól. Azok a szabályok, amelyek kijelölik a szervezet szereplőinek tevékenységét, kiválasztás, döntés tárgyát képezik, végül is tárgyalások sorozatának eredményeként jönnek létre (Ménard, 2004). A szervezet egyéni, önkéntes csatlakozási döntés alapján, az egyének szabad akaratából jön létre. Pl. egy vállalkozás létrehozása egyéni, szabad döntések sorozataként jelentkezik, de az is szabadon eldönthető, hogy ha valaki kilép abból a

szervezetből, amelynek tagja, felhagy az addigi tevékenységével, vagy a szervezet belső szabályait elfogadva, annak tagja lesz. Éppen ezért, a szervezetek legfontosabb tulajdonsága a rugalmasságban rejlik, ami azt jelenti, hogy gyorsan, viszonylag rövid idő alatt képesek módosítani a szervezet belső szabályait és alkalmazkodni a megváltozott körülményekhez. Gondoljunk pl. arra, amikor a vállalkozás bővíti tevékenységét, új beruházást hajt végre, technológiát vásárol, és ennek következtében átszervezi a termelését annak érdekében, hogy növelje a piaci részesedését, vagy új piaci szegmensre törjön be, ez mind-mind a vállalat mérlegelésén és döntési sorozatain alapul. Ez azért lehetséges, mert a szervezet szabályai a felek (pl. közgyűlés, tulajdonosok) által egyeztetett választást, döntéseket feltételeznek, így a szervezet nem más, mint az együttes döntések sorozatának eredménye (Ménard, 2004a).

A szervezetet az is megkülönbözteti a piactól, hogy míg a piac megfelelő működése és így az árrendszer kialakulása a gazdasági szereplők döntéseinek autonómiáját feltételezi, addig a vállaltnál tudatos együttműködés és koordináció valósul meg, mielőtt az egyéni tevékenységre és az egyének tulajdonában lévő erőforrások alkalmazására sor kerülne. Ez az együttműködés olyan speciális irányítási formát ölt, ahol a hierarchia jelenti a szervezet erőforrás allokációjának legfontosabb elemét. A hierarchia nemcsak irányítási formát jelent, hanem a döntési jog aszimmetrikus elosztását is megtestesíti. Formálisan az eszközök felett gyakorolt tulajdonjog indukálja az eszközök használatára vonatkozó döntési jogot, ami a jog tulajdonosa vagy delegáltja (menedzsment) számára motivációt jelent a működés és a tevékenység megszervezésében (Ménard, 2004b). A hierarchia a szervezet döntéshozóinak ragsorát is jelenti: milyen helyet foglalnak el a szervezet felépítésében a döntéshozatal tekintetében. A hierarchia a szervezeten belüli hatékony információáramlással lehetővé teszi az információ költségeinek csökkentését, ezáltal csökken a tranzakcióhoz kapcsolódó bizonytalansági tényező is és felgyorsítja a döntéshozatalt.

Végül a javak és szolgáltatások átadásának módja (az átruházás jogcíme) szintén megkülönbözteti a szervezetet a piactól. A szervezeten belül nem a tulajdonjog, hanem a használati jog kerül átadásra. A vállalat hozzájárul ahhoz, hogy ezek a belső jogok egy meghatározott célra, a termelésre kerüljenek felhasználásra. A vállalat a piachoz ezen a ponton kapcsolódik, hiszen számos olyan erőforrásra van szüksége a termeléshez, amit a piacon tud beszerezni (pl. a munkaerő), illetve a vállalat maga is javakat és szolgáltatásokat állít elő, amit a piacon kínál eladásra (Ménard, 2004a).⁸

⁸ Összefoglalva „a szervezet olyan tudatos intézményi struktúra, ami a tevékenységét tekintve az egymással szabadon együttműködő partnerek döntéseként, szabályok keretében, sajátos cél érdekében jön létre, ahol a döntések összhangban állnak az irányítás és az együttműködés kombinációjával, amelynek hatékonysága tűzi ki a szervezet határait” (Ménard, 2004a, p. 18. fordítás)

2.1.4.3. Hibrid formák

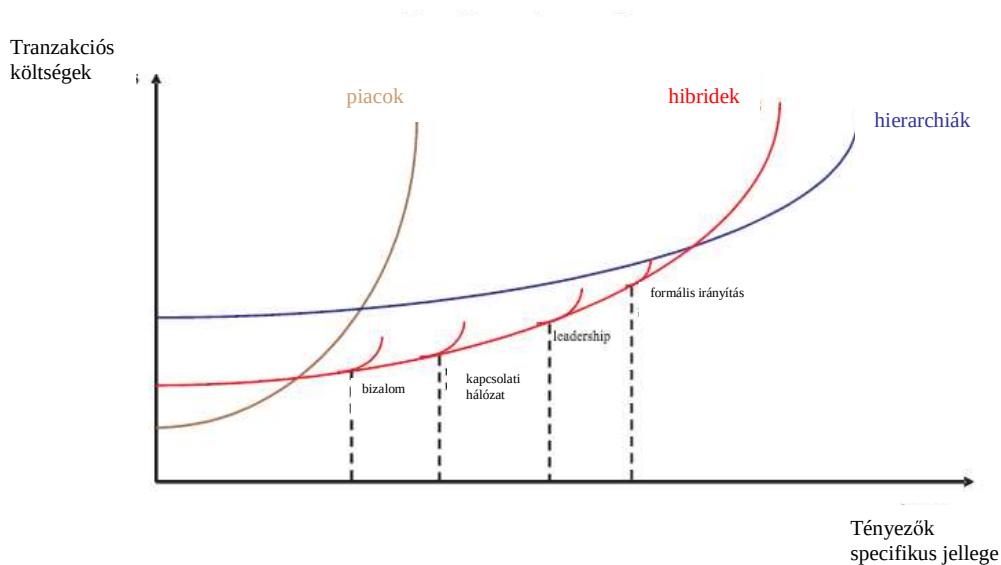
Williamson (1985) szerint a két egymástól élesen elkülönülő irányítási struktúra között számos átmeneti formát találunk, amelyeket összefoglaló néven hibrid formáknak nevezünk. Abban az esetben, ha az adás-vétel tárgyat képező termék nem standard termék, de speciálisan konkrét vevő számára készül, a feleknek meg kell határozniuk pontosan a termék jellemzőit, minőségét, a szolgáltatás szintjét, teljesítés időpontját, vételárat stb. ami szerződésben kerül rögzítésre.

A hibrid formák alatt olyan irányítási, intézményi struktúrákat értünk, amelyek a hosszú távú, vagy automatikusan megújítható rövidtávú megállapodásokon alapszanak, olyan partnerek között, akik megtartják önálló döntéshozatalukat és tulajdonjogukat, ugyanakkor elfogadják a részleges együttműködést a tevékenységük és/vagy a döntéshozatal bizonyos területén (Ménard, 2004b). Tehát az egymással megállapodást kötő gazdasági szereplők továbbra is megőrzik önállóságukat (az egyik fél nem válik a másik fél tulajdonává vagy alkalmazottjává), ugyanakkor elfogadják, hogy megosztják erőforrásaik egy részét, bizonyos döntéseket közösen hoznak, amelyek a felek által kitűzött célokkal összhangban állnak. A hibrid formák között találjuk pl. a franchise rendszert, a közös vállalatokat, a szövetkezeteket, a termelői csoportokat, a közös védjegyet, a minőségtanúsító jelek (védett eredetű termékek, biotermékek stb.) bevezetéséhez kapcsolódó koordinációt.

A hibrid irányítási formáknál a felek közti kapcsolat folytonossága központi szerepet tölt be, és ez az, ami ezt az intézményi struktúrát megkülönbözteti a piactól (2. ábra). A kis számú résztvevők között a tranzakciók ismétlődése, így a kapcsolat időtartama teszi lehetővé azt, hogy a felek olyan beruházásokat hajtsanak végre, amelyek a köztük lévő megállapodás területeire irányulnak és a másik fél szükségleteihez kapcsolódnak. Másrészt fontos a partner azonosítása (ellentétben a piaccal, ahol a partner sokszor anonim marad pl. brókeren keresztül bonyolítás), ami a hosszú távú kapcsolat kezdeményezésekor a partner kiválasztásánál elengedhetetlen feltétel. A harmadik jellemző, ami megkülönbözteti a hibrid formákat a piactól az a speciális mechanizmus, ami a jogilag egymástól független partnerek közti koordinációt biztosítja (motivációs rendszer, ami ösztönzi a partnereket az együttműködés betartására). Az erőforrások egy részének allokációja illetve a tranzakciók szervezésének egy része olyan befolyás alatt áll, ami nem a piaci árrendszert használja fel az irányításhoz. Ezek a tényezők, amelyek megkülönböztetik a hibrid formákat a piactól számos esetben egyébként, versenyjogi problémákat vetnek fel (Ménard, 2004a). Pl. a champagne-i szakmaközi szerződés ármeghatározását már érte az a vád, hogy versenykorlátozó hatása van.

Az a tény, hogy a felek megtartják önálló döntési jogukat és önálló tulajdonjogukat az együttműködésben, olyan struktúra kialakításához vezet, ahol az egységes döntés nem egy egyesült központi döntéshozatalként jelenik meg, hanem a felek közti tárgyalássorozat eredményeként. Ebben az esetben a hierarchia nem jelent hatékony megoldást az irányításban és a konfliktusok eldöntésében. Ezért egy ad hoc bizottság, vagy harmadik személy dönt a vitás esetekben (Ménard, 1997). Ezen túlmenően annak a jövedelemnek az elosztása, ami az együttműködés során keletkezik, magában hordozza az opportunista magatartás kockázatát, amit ebben az esetben sem a piac, sem a hierarchia által nyújtott intézményrendszer nem tud kivédeni, ezért igen komplex szabályozási rendszer kidolgozására van szükség, ami a partneri szerződésekben, működési szabályzatokban nyilvánul meg.

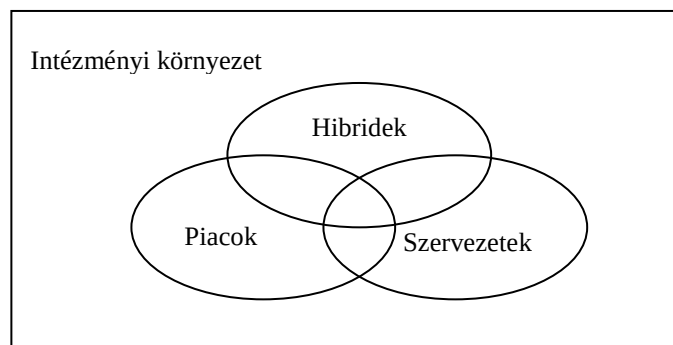
A hibrid irányítási struktúrák típusai



2. ábra: A hibrid irányítási struktúrák típusai (Ménard, 2002b)

Williamson (1985) szerint, ha a tranzakció tárgyát jelentő termék vagy szolgáltatás nem standard és olyan speciális beruházásokat igényel, hogy a szerződés teljesítéséhez kapcsolódó kockázat következtében a vevő a beszállítónak (vagy fordítva) kiszolgáltatottá válik, és a kockázat kivédéséhez szükséges tranzakciós költség eléri azt a szintet, ahol az egyik félnek megéri a tranzakciót a saját vállalkozásának tevékenységébe vonni (tehát szervezeti keretébe integrálni), akkor a két vállalkozás közti szerződést felváltja a munkaszerződés.

Az irányítási struktúrák az alábbi ábra segítségével foglalhatók össze:



3. ábra: Az irányítási struktúrák egymáshoz való viszonya az intézményi környezetben Ménard (2004a) szerint

2.1.5. A tranzakciós költségek, az irányítási struktúrák és a szerződések kapcsolata

Visszatérve a tranzakciós költségek 2.1.1. pontban leírt fogalmához: a tranzakciós költségek a tranzakció szervezéséhez tapadó költségeket fejezi ki és megmutatja a különböző, egymás alternatíváiként megjelenő irányítási struktúrákhoz tartozó komparatív költségeket. Dahlman (1979) és Quelin (2002) részletesen elemzik azt, hogy hogyan azonosíthatók a tranzakció költségei. Williamson (1985) bevezeti a „homo contractor” fogalmát, mivel minden tranzakció valamilyen szerződéskötéssel jár, pl. egy autó, egy lakás vagy a minőségi bort adó szőlő felvásárlása szerződés tárgyát képezi, ehhez kapcsolódóan pedig direkt és indirekt költségek jelentkeznek (1. táblázat). Brousseau (1993) pedig tágabban értelmezve a tranzakcióval kapcsolt költségeket, a koordináció költségei mellett megjelennek a termelés költségei és a motivációs költségek.

1. Termelési költségek

A termelési költség az a forrásfelhasználás, ami a termék vagy szolgáltatás formájában testet öltő hasznosság előállításához szükséges. A specializálódás már fennáll, így a termelési költségek bizonyos tekintetben előre meghatározottak, amit nagyban befolyásolhat az együttműködéshez választott koordináció módja. Négy tényező befolyásolja a termelés hatékonyságát:

- Az egyik termelési tényező specifikus sajátossága közvetlenül hat a termelékenységre, egyrészt a skála(méret) hatékonyság vagy a társulás előnyeinek keresztül.
- A gazdasági szereplők között a termelési tényezők eredeti megosztása nem biztos, hogy a legjobb hasznosítást eredményezi (pl. olyan szereplő tulajdonában van, akinek nem biztos, hogy megvan a képesítése ahhoz, hogy használni tudja). A szerződő felek között az eszközök újraelosztása növeli a termelés hatékonyságát.

- A feloszthatatlan tényezők megosztása: pl. ilyen tényezők az állóeszközök, amelyek a termeléshez nélkülözhetetlenek, ugyanakkor a koordináció módja (különösen a szervezési és működési koordinációra vonatkozó kikötések) befolyásolhatja, mobilizálhatja azok működését és termelékenységét.
- Köztes készletek (vagy a forgótőke forgási sebességét): a termeléshez szükséges tényezők felhasználásának időbeli és térbeli harmonizációja meghatározza az egyes lépések között felhalmozódott készleteket. Az összehangolt szervezés pedig csökkenti a termelésköltségeit.

2. A koordinációs költségek

A gazdasági szereplőket koordinálni kell azért, hogy az együttműködés során egymással összeillők legyenek, ami szintén költséget von maga után. Ide tartoznak a szerződéshez kapcsolódó ex-ante (szerződés megírása, tárgyalás költségei) és ex-post költségek (az újratárgyalás, a döntéshozatalhoz szükséges információ).

1. A direkt költségek az adott tranzakció specifikus sajátosságához kapcsolódnak, a direkt költségeket két kategóriára oszthatjuk: ex-ante és ex-post költségekre (Dahlman, 1979). Az **ex-ante költségek** alatt a tranzakciót megelőzően felmerülő költségeket, a partnerkereséshez és a tárgyaláshoz fűződő költségeket értjük, ami három tényezőből tevődik össze:

- a partner keresésének költsége (ki tudja legjobb árat ajánlani? Ld. közbeszerzés)
- a szerződés kidolgozásának költségei („*ink cost*”), ami magában foglalja a partnerek közötti tárgyalás és a szerződés megírásának költségeit. Hiszen figyelembe kell venni azokat az eseményeket, amelyek nehezen láthatók előre, éppen emiatt igen nagy tapasztalatra, rutinra és hozzáértésre van szükség a szerződés megírásához – nem véletlenül külön szakma a jogászoké –, hiszen számos eseményre és annak lehetséges következményeire is gondolni kell a szerződéskötéskor, ami igen bonyolulttá teheti a szerződés szerkezetét vagy tartalmát.
- A tranzakcióhoz kapcsolódó garanciák, biztosítékok költsége, pl. óvadék, foglaló.

Az **ex-post költségek** a tranzakció megvalósulásához, lebonyolításához kapcsolódnak, amelyek szintén három tényezőből tevődnek össze:

- A szerződés teljesülése követésének költségei: mivel a partnerek szerződésben vállalt kötelezettségeinek biztosítása költséget von maga után, pl. a szőlőtermelés során a szerződésben előírt technológiai követelmények betartásának ellenőrzése, vagy a borszőlő minőségének ellenőrzése.

- A szerződésben vállalt kötelezettségek betartatásának költségei, pl. annak a költségei, ami akkor merül fel, ha harmadik személyhez kell fordulni (pl. bíróság) azért, hogy a késedelmes teljesítés esetén a partner a kötbért megfizesse.
- A teljesítés körülményeiben bekövetkezett változásokhoz történő alkalmazkodás és a szerződés újratárgyalásának költségei, pl. vis major esetén, vagy a megváltozott fogyasztói igények esetén.

1. táblázat: A tranzakcióhoz kapcsolódó költségtípusok

Termelési költségek	Koordinációs költségek		Motivációs költségek
	Direkt költségek	Indirekt költségek	
1. termelési tényező specifikus sajátossága 2. termelési tényezők eredeti megosztása 3. feloszthatatlan tényezők megosztása 4. köztes készletek felhalmozódása	Ex-ante költségek: 1. partner keresésének költsége 2. a szerződéskötés költsége 3. tranzakció biztosítékainak költsége	Ex-post költségek: 1. a szerződés nyomon követésének költsége 2. szerződés végrehajtáshoz kapcsolódó potenciális költségek 3. adaptációs költségek és a szerződés újratárgyalásának költségei	1. a piac mérete: a partnerek egymásra találásának költsége 2. a javakhoz és szolgáltatásokkal kapcsolatos információ költsége 3. a szükséges intézmények (szabályozás) kialakításának költsége és betartatásának költsége (törvények megalkotása, bíróságok, hatóságok felállítása)

Williamson (1985, 1994), Brousseau (1993) és North (1990, 2003) nyomán

2. Az indirekt költségek nem meghatározott tranzakcióhoz kapcsolódnak, hanem általában merülnek fel és azokhoz az intézményi feltételekhez fűződnek, amelyek megteremtik a tranzakció lebonyolításának lehetőségét (North, 1990). A költségek egyrészt a piac méretéből adódnak: olyan gazdaságban, ahol a tranzakciók volumene és a szereplők száma jelentős, komplex szabályozási rendszer kidolgozását igényli az, hogy a felek egymással kapcsolatba tudjanak lépni, és egymással tranzakciót tudjanak kialakítani (pl. az európai villamosenergia piac, Ménard, 2004b). A tranzakciós költségek felmerülhetnek a tranzakció tárgyát képező javak vagy szolgáltatások tulajdonságával kapcsolatos információ kialakítása és/vagy megszerzése során, pl. az élelmiszerek minőségére vonatkozó tanúsító rendszerek, standardok kialakítása és a normák garantálása. A tranzakcióhoz kapcsolódó költségek forrása lehet a tranzakció hatékony lebonyolításához, (pl. egységes mérési rendszer kialakítása, közös pénz létrehozása ld. euro), valamint a visszaélések szankcionálásához szükséges intézményrendszer létrehozása (törvények megalkotása, bíróságok, hatóságok felállítása).

North (2003) a közelmúltban kiegészítette a gazdasághoz kapcsolódó tranzakciós költségek forrását:

1. a javak és szolgáltatások értékének megállapításához kapcsolódó mérések sokfélesége,
2. a tulajdonjog védelme,
3. a társadalomban szétszórva jelentkező tudás integrálása,
4. a megállapodások teljesítése, végrehajtása.

A tranzakciós költségek létezésének – ami North és Wallis (1986) becslése szerint igen magas lehet – két fontos következménye van: egyrészt a tranzakciók szervezése feltételezi az intézmények létezését, ahol a szervezés teljesítménye különbözhet az intézményrendszer függvényében; másrészt minden tranzakció valamilyen szervezési struktúrát igényel, amely viszont költségeket von maga után.

Williamson (1985, 1994) szerint a tranzakció szervezésének léteznek alternatív formái, amelyekhez jól elkülöníthető, differenciált költségek tapadnak, ami viszont mérlegelést von maga után, hiszen a költségek befolyásolják az egyik vagy a másik szervezési forma közti választást.

Williamson, a szerződéskötők, a „homo contractor” magatartására vonatkozóan két hipotézist épít be modelljébe:

1. A korlátozott racionalitás, ami egyébként Herbert Simon (1947, 1972) nevéhez fűződik, aki azt feltételezi, hogy az emberi értelem korlátozottan rendelkezésre álló erőforrás. Egyrészt azért beszélünk korlátozott racionalitásról, mert az ember nem tud minden számítási, nyelvi és kulturális problémát megoldani, amivel szembe kell nézni (az ember kapacitása véges), másrészt azért, mert a környezet kiszámíthatatlan, amiben a problémát meg kellene oldani. A gazdasági szereplők a tranzakcióhoz kapcsolódó bonyolult információ halmaznak csak egy részét tudják kezelni, ugyanakkor az egyén tudatosan racionálisan viselkedik, és a korlátozott racionalitás ellenére a gazdaságos megoldást keresi, és józanul dönt, amikor az egyik vagy a másik irányítási struktúra között választ, hiszen csökkenteni szeretné a tranzakciós költségeket.⁹

2. Az oportunizmus: minden egyénben ott rejlik, az egyén saját érdekeinek előtérbe helyezésével, ami azt jelenti, hogy az egyén nemcsak a saját hasznát keresi, hanem ehhez a félrevezetés (elhallgatja az információt, nem mond igazat, becsapja a másik felet, lop stb.) és ennek kifinomult eszközeit is beveti. A felek a tranzakció bonyolultságához kapcsolódó bizonytalanságból próbálnak hasznot húzni. Abban az esetben, ha a jövő bizonytalan és a jövőre vonatkozó információk és ismeretek nem tökéletesek, információ aszimmetriáról beszélünk (Brousseau, 1993). Az információs aszimmetria jelenti a szerződéskötés elméletek közös problematikáját, hiszen a gazdasági szereplők arra hajlanak, hogy ezt az aszimmetriát a saját hasznukra fordítsák. Mivel a gazdasági szereplők egyébként racionálisak, úgy interpretálják a

⁹ „A korlátozott racionalitás a megismeréshez kapcsolódó hipotézis, amelyen a tranzakciós költségek gazdaságtana alapszik” (Williamson, 1985, fordítás) és a gazdaság minden szereplőjét érinti (a vállalkozókat, bürokratákat, bírókat stb.)

birtokukban lévő, mások által nem ismert információt, mint információs monopóliumot, ami lehetőséget jelent számukra, hogy az adott helyzetből hasznot húzzanak.

A két magatartás számos kockázatot eredményez (*contractual hazards*):

1. kontraszelekció (*anti-selection*): olyan eseteket foglal magában, amikor az egyik fél olyan információnak van birtokában, amivel a másik nem rendelkezik. A szerződéskötéskor a tranzakcióra vonatkozó kedvezőtlen információk nem derülnek ki (Akerlof, 1970), ennek tipikus példája a használt autóvásárlás (nem tudhatjuk, pl. hányszor sérült az autó karosszériája, deformálódott-e az alváz, a motort mennyire terhelték le stb.)

2. morális (erkölcsi) kockázat (*moral hazard*) vagy *free-rider* magatartás: a szerződés megkötése után a kötelezettség felületes végrehajtását jelenti (Arrow, 1962). Erről a magatartásról akkor beszélünk, amikor valamelyik gazdasági szereplőt nem ösztönzik arra, hogy a szerződés aláírásával vállalt ígéreteit, kötelezettségeit betartsa, hiszen a magatartását nem tudja megfigyelni a partnere. A morális kockázat alapvetően a gazdasági szereplők racionális magatartásából adódik, ami sokszor arra ösztönzi őket, hogy ne tartsák be szó szerint azt, amit a szerződésben leírtak, ha erre vonatkozóan nincs követelmény. Ez megengedi számukra azt, hogy saját helyzetüket javítsák, és előnyre tegyenek szert. Ugyanakkor az opportunista magatartás nemcsak abból adódik, hogy nem figyelhető meg a másik fél viselkedése, hanem abból is, hogy az együttműködés azért jön létre, hogy abból pótlólagos jövedelemre (kvázi-jövedelem) tegyenek szert (Goldberg, 1980).

3. hold-up probléma: a szerződéskötés után az egyik fél kihasználja azt, hogy egymástól függő helyzetbe kerültek, és saját előnyére kívánja a megállapodást újratárgyalni (Grossman és Hart 1986). Akkor jelentkezik ez a probléma, amikor az egyik fél kihasználja a másik sebezhetőségét, ami a megállapodáshoz kapcsolódó specifikus beruházásból adódik (Royer, 1999).

Ez nem jelenti azt, hogy minden ember minden körülmények között opportunista, hiszen „*az emberek általában azt teszik, amit mondanak*” (Williamson, 1993), ugyanakkor a szerződések nem a felek ígéreteiről szólnak, amiben naivan megbíznak, hanem kötelezettségekről, amelyek betartása biztosítékot igényel. Természetesen a kötelezettségek betartásánál a bizalomnak fontos szerepe van. Williamson (1993) kétféle bizalmat különböztet meg a személyes bizalmat (*personal trust*) és a számító bizalmat (*calculative trust*). Az első esetében a személyes kapcsolatokban megtestesülő bizalomról van szó (család, barátok, házastársak, élettársak), ahol a számító magatartás kizárt. Ha valami rosszra fordul, igyekszünk azt jó szándékkal megoldani, de ha a hozzáállás nem változik, a kapcsolat véget ér. A második esetben, a gazdasági kapcsolatokban rejlő bizalom más természetű, még abban az esetben is, ha hiányzik a törvényi háttér, vagy nem kell biztosítékot letenni a megállapodás betartásaként, motiváltak lehetünk az együttműködésben, hiszen annak a remélt gazdasági haszna hosszú távon igen magas lehet, vagy esetleg a

megállapodás be nem tartása esetén a jó hírünk foroghat kockán, ami szintén ösztönzően hathat az együttműködés betartására.

Az itt említett, tehát az opportunisták magatartásából adódó problémák kivédésére és ennek okán a tranzakcióhoz kapcsolódó költségek minimalizálása, valamint a tranzakció megvalósíthatósága miatt a felek a biztosítékokat és a megfelelő szervezési struktúrákat keresik. Éppen ezeknek a problémáknak a kiküszöbölése miatt fontos, hogy a tranzakciókhoz tapadó szerződések a legnagyobb körültekintéssel kerüljenek megfogalmazásra.

2.1.6. A tranzakciók tulajdonságai

Az irányítási struktúrák modelljében kiindulási pontot jelent az a tény, hogy minden tranzakció rendelkezik olyan tulajdonsággal, amely befolyásolja a tranzakció költségeit. A tranzakció sajátos tulajdonságai közül három különös fontossággal bír: az eszközök (termelési tényezők) speciális jellege, a tranzakció gyakorisága és a tranzakcióhoz kapcsolódó bizonytalanság.

1. A tényezők specifikus sajátossága abból a tulajdonságból adódik, hogy a termelési tényező nehezen helyezhető át, nehezen alkalmazható más tevékenységre. Azok a beruházások, amelyek nehezen helyezhetők át, kockázatosnak tekinthetők abban az esetben, ha az együttműködő felek között megszakad a kapcsolat, felbontják a megállapodást, hiszen veszteség nélkül nem, vagy nehezen hasznosíthatók más tevékenységben. Tehát egy beruházás akkor tekinthető specifikusnak, ha egyáltalán nem hasznosítható más tevékenységben vagy csak igen magas költségek árán. Pl. az áruszállító kamion kevésbé tekinthető speciális eszköznek, viszont tűzveszélyes anyag szállításához szükséges tartálykamion már speciális.

A termelési tényezők specifikus sajátosságát úgy is megközelíthetjük, hogy a termelési tényezőt akkor tekintjük specifikusnak, ha másik sajátos tényezővel összeillesztve magasabb lesz a termelőképessége, mintha bármely más termelési tényezővel kapcsolták volna össze (Brousseau, 1993). Tény, hogy az egyedi, specifikus termelési tényezők nehezen helyezhetők át és nehezen használhatók más termelési folyamatban, illetve az ilyen erőforrásokba történő beruházás jelentős kockázatot von maga után¹⁰. Abban az esetben, ha a beruházás megvalósul, az egyedi termelési tényező tulajdonosa kénytelen együttműködni az azt kiegészítő termelési tényező tulajdonosával, még abban az esetben is, ha ez utóbbi opportunisták magatartást tanúsít. Hiszen az együttműködés felmondása lehet, hogy magasabb költséggel jár, mint az a veszteség, ami az opportunisták

¹⁰ „A tranzakcióban részt vevő partnerek eldöntik, hogy speciális vagy általános beruházást hajtanak végre. Abban az esetben, ha a szerződést úgy hajtják végre, ahogy azt eltervezték, az első típusú (speciális) beruházás gyakran csökkenti a költségeket. Ugyanakkor ez a beruházás is hordoz magában kockázatot abban a tekintetben, hogy mint speciális tényező nehezen helyezhető át a termelési értékének vesztesége nélkül abban az esetben, ha a szerződés felbontására vagy idő előtti teljesítésre kerül sor” (Williamson, 1994).

magatartás következménye. Abban az extrém esetben, ha a termelési tényező egyáltalán nem használható fel más termelési folyamatban és a beruházó felmondja az együttműködést, az általa végrehajtott teljes beruházást elveszíti. Általában elmondhatjuk, hogy senki sem vállalja fel az egyedi beruházáshoz tapadó kockázatot, ha nem rendelkezik megfelelő eszközzel a partnere opportunistá magatartásának kivédésére. Éppen ezért szerződéses és szervezeti biztosítékokra van szükség a tranzakció megvalósításához. A szerződés lehetővé teszi a gazdasági szereplők védelmét az opportunistá magatartás következményeivel szemben annak érdekében, hogy a szereplők ösztönzést érezzenek a jobb, hatékonyabb termelőképeségű eszközökbe történő beruházásra.

Így Brousseau (1993) szerint a termelési eszközök/tényezők akkor specifikusak, ha

- egymást kiegészítik: az egymást kiegészítő eszközök együttműködése lehetővé teszi a magasabb jövedelem elérését, ahhoz képest, mintha külön-külön vennének részt a termelésben;
- nehezen átvihetők más termelési folyamatba, mivel már specializálódtak.

A beruházások (termelési eszközök) specifikus sajátossága, egyedisége tekintetében hat típust különböztethetünk meg¹¹:

a.) **helyspecifikus sajátosság**, ami a beruházás helyhez kötöttségével kapcsolatos. Ebben az esetben a termelőeszköz áthelyezésével járó költségek magasak, vagy maga az áthelyezés is kizárt. Pl. egy földrajzi árujelzővel ellátott bor alapanyagát adó ültetvény csak az adott lehatárolt termőhelyhez kötött, nem „helyezhető át” máshová, ha áthelyezzük, már nem ugyanazt a terméket állíthatjuk elő, Champagne-i pezsgő csak Champagne-ban szüretelt szőlőből készíthető, ha máshol hozzák létre az ültetvényt, hiába készül az arról szüretelt szőlőből, tradicionális eljárással pezsgő, nem hozható forgalomba Champagne név alatt.

b.) **fizikai sajátosság**: olyan beruházás, amely az eszköz fizikai tulajdonságaihoz kapcsolódó sajátosságokra vonatkozik, ilyen pl. kifejezetten az adott tranzakcióhoz kapcsolódó célgép készítése, vagy vásárlása. Pl. a borászatban a „hősokk” (flash d’étante) eljáráshoz kifejlesztett technológiai sor.

c.) **járvulékos specifikus jelleg**: amely a megegyezés tárgyát képező beruházás nagyságához, mennyiségéhez kapcsolódik. Pl. meglévő üzem kibővítése az egyedi vevő számára.

d.) **humán specifikus sajátosság**: a tranzakcióhoz kapcsolódó speciális emberi tényező, tudás, kompetencia, pl. alkalmazott egyedi borkészítési eljárás.

¹¹ Az első négy kategória szerepelt először Williamson (1985) modelljében, ami alapján magyarázatot talált a vertikális integráció (hierarchia, vállalat kialakulása), valamint a vállalkozások közti hosszú távú szerződéses kapcsolat létrejöttére. Az utolsó két kategóriával később került kiegészítésre az eredeti modell (Williamson, 1991).

e.) **védjegy specifikus sajátosság:** ami a hírnév kialakításához és fenntartásához fűződő beruházásokat foglalja magában, pl. egy védett eredetű termék létrehozása (AOC), borvédjegy kialakítása bevezetése a piacra; vagy pl. Danone márkanev, ami csak az adott termékskála speciális védjegye, de valamely kereskedelmi márkát (Pierre Chanau – Auchan sajátmárkás borai) sem használhat más disztribúciós csatorna.

f.) **időbeli specifikus sajátosság:** egymás utáni, időben kötött sorban történő beruházásokat igénylő tranzakciókhoz kapcsolódik, ami a beruházás nem megfelelő időzítésének költségét vonja maga után.

Brousseau (1993) szerint a tranzakcióhoz és így az értékteremtéshez rendelkezésre bocsátott két eszköz nem feltétlenül rendelkezik ugyanolyan szintű specifikus sajátossággal. Ha egyik fél egyedi, a másik pedig általános termelési eszközzel rendelkezik, akkor az egyedi termelési tényezővel rendelkező fél monopol helyzetben van a másikkal szemben. Egy tranzakcióban a termelési eszköz lehet:

- általános: nem specializálódott és nagy mennyiségben áll rendelkezésre (pl. asztali bor készítésre alkalmas szőlő);
- vegyes: valamennyire speciális és viszonylag ritka, részben áthelyezhető más folyamatba, de az már költséget von maga után (pl. tájbor készítésre alkalmas szőlő);
- egyedi: nagyon specifikus és egyedülálló, egyáltalán nem vagy nagyon nehezen helyezhető át más folyamatba, (pl. AOC, védett eredetű bor alapanyagot adó szőlő).

2. A bizonytalanság a korlátozott racionalitás hipotéziséből adódik, ami az opportunistá magatartással is párosulhat. Egyrészt beszélhetünk belső bizonytalanságról (endogén), ami a szereplők stratégiájához kapcsolódó magatartásból eredő bizonytalanságot jelenti. Elsősorban a tranzakció tárgyát képező szolgáltatás minőségéről történő információszerzéshez kapcsolódó nehézségből adódik, pl. hogyan lehet meggyőződni arról, hogy a szervízben az autón milyen munkát és milyen minőségben végeztek el, vagy a szőlőtermesztésnél, borkészítésnél valóban úgy jártak-e el, ahogy az a szerződés technológiai leírásában meghatározásra került. Ez felveti az információ aszimmetria problémáját, vagyis az egyik fél a birtokában lévő információval előnyre tesz szert a másik féllal szemben. Abból profitál, hogy a másik fél nincs a szolgáltatás vagy a javak minőségére vonatkozó információ birtokában. A külső bizonytalanság (exogén) a külső tényezők előre nem látható megváltozásából fakadó bizonytalanságot jelenti, pl. nem tudhatom előre, hogy mennyi lesz a napsütéses órák száma a szüretet megelőző időszakban, ami befolyásolja annak a szőlőnek a minőségét, amire korábban szerződést kötöttem. Minél nagyobb a tranzakcióhoz

kapcsolódó bizonytalanság, annál jelentősebb a tranzakció megszervezésének költsége, hiszen annál bonyolultabb előre jelezni egy esemény bekövetkezését¹².

A bizonytalanság két szélsőséges típusa különböztethető meg:

- A tranzakció környezetét a nehezen előre látható események jellemzik: nagy a bizonytalanság.
- A tranzakció környezete stabil és előrelátható: kicsi a bizonytalanság.

3. A tranzakció gyakorisága: a tranzakció ismétlődésére vonatkozik. Minél többször ismétlődik a tranzakció a felek között, annál jobban megismerik egymást (tanulási folyamat), ami lehetővé teszi pl. a partnerkereséshez, a tárgyaláshoz, a tranzakcióhoz rendelkezésre bocsátott eszközök, szolgáltatások meghatározásához fűződő költségek csökkentését. Ezzel szemben, az egyedi tranzakciók esetében a partnereknek nem érdekük, hogy a rutinszerzési folyamatra forrásokat áldozzanak, hiszen az nem térül meg egy tranzakció során. A szerződő feleknek minél inkább szükségük van arra, hogy együtt dolgozzanak, annál inkább negatív következményekkel jár a másik fél számára, ha a szerződésben vállalt kötelezettséget az egyik fél nem teljesíti.

Williamson (1985, 1994) modelljének kidolgozásához alapot adó másik hipotézis a költségek minimalizálása: a gazdaság szereplői a termelési és a tranzakciós költségek minimalizálása alapján választják ki az egyes tranzakciókhoz kapcsolódó irányítási struktúrákat. Így a tranzakció végrehajtásához legjobban illeszkedő irányítási struktúra kiválasztásakor elengedhetetlen szerep jut a beruházás specifikus sajátosságának, a tranzakcióhoz kapcsolódó bizonytalanságnak, a tranzakció gyakoriságának. Williamson tehát arra keresi a választ, hogy melyik tranzakcióhoz melyik irányítási struktúra kerüljön kiválasztásra: a piac, a szervezeti integráció (hierarchia, vállalat) vagy a hibrid formák közül.

Williamson (1985), a tranzakciós költségeket befolyásoló három tényező és a költségek minimalizálását figyelembe véve írja le az irányítási struktúrák közti választás magyarázatát.

- Abban az esetben, ha tranzakcióban alkalmazott termelőeszközök, beruházások általánosak vagy csak kismértékben specifikusak, a piac nyújtja a leghatékonyabb (legkevésbé költséges) irányítási struktúrát a termelésszervezéshez, ahol az alku, tehát az árrendszer adja a koordináció alapját.
- Abban az esetben, ha a termelőeszközök, beruházások nagyon specifikusak, a vállalkozásnak érdeke, hogy integrálja a tranzakciót, ebben az esetben a hierarchia alapelvein működő integrált szervezet ad hatékony koordinációs formát, ahol a

¹² „A bizonytalanság az események bekövetkezhetőségének és bonyolultságának következménye” (Gomez, 1996 fordítás).

tranzakció megvalósulásában az irányítás és az ellenőrzés jelenti a legfontosabb tényezőt.

- A piac és az integrált szervezet között találjuk az átmeneti irányítási formákat, a hibrideket (Williamson, 1991). Ebben az esetben a termelőeszközök specifikus jellege közepes: eléggé erős ahhoz, hogy kétoldalú függőség alakuljon ki a partnerek között, ami kölcsönös együttműködésen és kölcsönös ellenőrzésen alapszik, de annyira még nem erős, hogy integrálni kelljen a tranzakciót, ahol a szervezet adminisztrációs költsége veszélyezteti az együttműködésből származó nyereséget. Egyrészt az adminisztrációhoz kapcsolódó költségek, másrészt pedig a piachoz képest viszonylag gyenge motiváció szab határt a teljes vertikális integráció (vállalat) megvalósulásához.

A tranzakció három alapvető jellemzőjét Brousseau (1993) még két tényezővel kiegészíti: a mérhetőséggel és a tranzakció testre szabásával.

4. Mérhetőség. Minden tranzakció a Lancaster-i értelemben vett hasznosság cseréjéről szól. Mindegyik fél hasznosságot ad át a másiknak, amiből mindegyik fél haszonra, jövedelemre tesz szert. Ez a hasznosság termékben, szolgáltatásban vagy pénzben testesül meg. A tranzakció pedig ezek áramlásával írható le a két fél között. A mérhetőség arra utal, hogy egy harmadik személy képes-e értékelni, megbecsülni a tényleges hasznosság-áramlást (minőség és mennyiség tekintetében), vagy legalább egy referencia szinttel össze tudja hasonlítani. A tranzakcióhoz kapcsolódó mérhetőség problémájával és a felmerülő költségekkel Barzel (1985) foglalkozik mélyrehatóan. Abban az esetben, ha a hasznosság áramlása nem mérhető, az erkölcsi kockázat, a hold-up probléma és a kontraszelekció problémája jelentkezik.

5. A tranzakció testre szabása. Attól függetlenül, hogy egy termelési tényező ritka és specifikus, előállíthat standard terméket. Pl. a kőolaj lelőhely teljesen specifikus, a kinyeréséhez szükséges technológia, a gépek a lelőhely sajátosságaihoz igazodnak, ugyanakkor standard terméket: nyersolajat állítanak elő. Ugyanakkor egy kevésbé speciális, általános eszköz is képes egyedi terméket előállítani. Pl. egy teherautó tulajdonosa képes egyedi, a szerződő fél igényeihez igazodó szállítási szolgáltatást nyújtani. Így tehát az együttműködő felek által nyújtott hasznosság specifikussága nem kapcsolódik közvetlenül az eszköz specifikusságához. A szerződő felek szempontjából két lehetőség van:

- a tranzakcióban szereplő tényező általános: a felek maguk határozzák meg az általuk rendelkezésre bocsátott tényező hasznosságának jellemzőit,
- a tranzakcióban szereplő tényező testre szabott: az egyik fél által rendelkezésre bocsátott tényező jellemzőit a másik fél az alapján határozza meg, hogy mire van szüksége.

Így a tranzakció három formája különböztethető meg:

- közönséges tranzakció, ahol a tiszta verseny érvényesül,

- az egyik fél testre szabott terméket szállít: pl. testre szabott termék vagy szolgáltatás pénzért történő megvásárlása,
- a két fél között testre szabott termékek cserélnek gazdát: pl. ipari együttműködések, vagy joint-venture esetén mindkét fél olyan speciális terméket bocsát rendelkezésre, ami a közös termék előállításához szükséges.

A tranzakció jellemzői alapján Williamson (1985) az amerikai szerződés joggal összhangban is kidolgozta a gazdaság szereplői között létrejövő irányítási struktúrákat: három szerződéstípushoz négy irányítási struktúrát rendel (4. ábra).

1. A klasszikus szerződés olyan megegyezéshez kapcsolódó, komplett szerződés (minden lehetséges kimenetelt figyelembe véve készül), ahol a jogvitát a bíróság rendezzi (piac).

2. A neoklasszikus szerződés a privát „választott bíróság” rendszerére épül, ami a szerződés megfelelő kimenetelét biztosítja, vagy szakmai eljárás keretében, vagy független szakértői felügyelet mellett történik a szerződés végrehajtása (háromoldalú irányítás). A szerződés végrehajtása, különösen a hosszú távú szerződések esetén, sok bizonytalanságot hordoz magában, mivel a szerződéskötés pillanatában nem tudunk minden lehetséges jövőbeni eseményt előre jelezni. Abban az esetben, ha a klasszikus szerződést a szerződő felek megszüntetik, három lehetőség nyílik a felek számára: teljesen felhagynak a tranzakcióval, kivonják a tranzakciót a piacról, és saját vállalkozásukon belül szervezik meg, vagy egy más típusú szerződést dolgoznak ki, ami lehetővé teszi az átruházást, de más irányítási struktúrát igényel. Tipikus példa a neoklasszikus szerződésre a minőségtanúsító jelek használata, pl. a bor védett eredetüként történő forgalomba hozataláról (arról, hogy a bor eleget tett a szabályozásban leírtaknak) egy szakértőkből álló bizottság dönt.

3. Kapcsolati (fejlődő) szerződés esetében az egyik szerződő fél a másikra ruházza át a felügyeletet (hatalmat) a kötelezettség végrehajtásának fázisában. A szerződés időtartamának és komplexitásának növekedésével fokozatosan alakul ki a kapcsolati szerződés. Ez a típusú szerződés két irányítási struktúrához is tartozhat, egyrészt akkor használható, amikor a szerződő felek megtartják önállóságukat (kétoldalú irányítás) vagy amikor nem (egyesített irányítás, integráció). Az utóbbi esetben a két – jogilag elkülönülő – gazdasági szereplő között a beszállítói szerződést a munkaszerződés váltja fel. Pl. az alapanyag gyártó céget, ami addig a partner vállalat alapanyag beszállítója volt megvásárolja a partnere.

A kétoldalú irányítás elsősorban a nem standardizált tranzakciók esetében jellemző, ahol az adás-vételnél a kapcsolat folytonossága jól érvényesíthető és a tranzakció visszatérő jellege lehetővé teszi a költségek csökkentését. A tranzakció akkor tekinthető specifikusnak, amikor speciális humán és fizikai tényezők szükségesek a termeléshez.

Tranzakció		Környezeti jellemzői		
		Nem specifikus	Vegyes	Specifikus, érzékeny
Gyakorisága	Alkalmi	Piaci irányítás	Háromoldalú irányítás (hibrid) (neoklasszikus szerződés)	Egyesített irányítás (szervezeti integráció, vállalat) (kapcsolati szerződés)
	Visszatérő	(klasszikus szerződés)	Kétoldalú irányítás (hibrid) (kapcsolati)	

4. ábra A hatékony irányítás Williamson (1994) szerint

A tranzakciós költségeket befolyásoló tényezők és a tranzakcióhoz választott irányítási struktúrák a következő összefüggésekkel írhatók le. Abban az esetben, ha a termelőeszközök, beruházások specifikus sajátossága és a tranzakcióhoz kapcsolódó bizonytalanság erős, az integrált, hierarchikus szervezési forma nyújt megoldást, mivel az egyesített tulajdon segít csökkenteni a tranzakcióval a szereplők számára közösen megszerezhető várható jövedelemhez (kvázi-jövedelem, *quasi-rent*) kapcsolódó opportunista magatartás kockázatát.

A kvázi jövedelem fogalma (Brousseau, 1993) a következőképpen határozható meg: az a „hatékony többletjövedelem” (*efficient surplus*), ami a termelőeszköz közös használatából származik egy meghatározott irányítási struktúra keretében. Ennek következtében ez a többletjövedelem nem tulajdonítható csak az egyik vagy a csak a másik félnek, mivel létezik választási lehetőség több koordinációs forma, irányítási struktúra közül, két gazdasági szereplő között létrejövő koordináció megszervezése tekintetében. Az irányítási struktúrák az általuk generált többletjövedelem alapján lehetnek többé-kevésbé hatékonyak. A többletjövedelem a szerződő felek által a termelés vagy a tranzakcióval kapcsolatban végrehajtott ráfordítások és az abból származó hasznosság különbségeként definiálható. Ha a piacot vesszük alapul, mint „természetes” koordinációs formát, minden olyan eltérés a többletjövedelem tekintetében a „természetes” koordinációval elérhető többletjövedelem és a többi koordinációs forma által eredményezett többletjövedelem között, a tranzakcióhoz kapcsolódó szerződés jellemzőinek köszönhető. Ez az eltérés az a kvázi-jövedelem, ami a tranzakcióhoz választott specifikus koordináció eredménye. Mivel a kvázi-jövedelem nem tulajdonítható önállóan a koordináció egyik vagy másik szereplőjének, ezért együtt mind a két félnek növekszik az összjövedelme a koordináció következtében anélkül, hogy az szétválasztható lenne, és a többletjövedelem csak az egyik vagy csak a másik fél teljesítményének lenne tulajdonítható.

Brousseau (1993) a kvázi-jövedelem három típusát különbözteti meg:

1. Ha két olyan gazdasági szereplő szerződéses kapcsolatban áll, akik (amelyek) a kiindulási állapotban (tehát az együttműködés megkezdését megelőzően) már rendelkeznek a piaci alku során realizált bizonyos jövedelemszinttel, a stratégiai együttműködés következtében többlet jövedelemre tesznek szert. Ez a többletjövedelem a kiindulási állapothoz viszonyítva jelenik meg, amit kvázi-jövedelemnek nevezünk (Brousseau, 1993).
2. Ha a piacot, mint természetes koordinációs formát tekintjük viszonyítási alapnak, a kvázi-jövedelem két piaci szereplő együttműködésen alapuló, szerződéses kapcsolatában a piac és a többi irányítási struktúra által biztosított többletjövedelem közti különbségként definiálható.
3. A kvázi-jövedelem a termelőeszközök egy bizonyos ideig tartó specifikus sajátosságából származó jövedelemként is definiálható. Pl. egy új technológia alkalmazása, amivel mindaddig plusz jövedelemre lehet szert tenni, amíg azt nem kezdik el utánózni, vagy nem válik standarddá.

Összefoglalásképpen a három irányítási struktúra az alábbi jellemzőkkel írható le:

2. táblázat: Az irányítási struktúrák összefoglaló táblázata

Jellemzők	Irányítási struktúrák		
	Piac	Hibridek	Hierarchia
Eszközök			
– Ösztönzés intenzitása	++	+	o
– Adminisztratív ellenőrzés	o	+	++
Teljesítőképesség			
– Alkalmazkodás (A)	++	+	o
– Alkalmazkodás (C)	o	+	++
Szerződésjog	++	+	o

++ = erős, +=közepesen erős, o=gyenge, Forrás: Williamson, 1996

2.2. Szerződések gazdaságelmélete

A piacgazdaságban a termelésszervezés rendszere a gazdasági szereplők között létrejövő koordinációk optimális megvalósulására épül, ami a szereplők közti kétoldalú kapcsolatokon keresztül vizsgálható. A gazdasági szereplők magatartása, illetve az, hogy a terveik mennyire kompatibilisek más gazdasági szereplők terveivel, nagyban függ attól, hogy milyen mechanizmusok kerülnek kidolgozásra az irányítás, az ösztönzés és az együttműködés tekintetében. Ezek a mechanizmusok alapvetően a termelés eredményének elosztási rendszeréhez kötődnek. Így a gazdasági szereplők között kialakuló koordináció rendszere elválaszthatatlan az értékteremtéstől; vagyis az együttműködés során képződő jövedelemtől és annak megosztásától.

Éppen ezért a kétoldalú kapcsolatokra úgy tekintünk, mint a gazdaság szervezésének alapjaira, ahol „*a szerződés olyan két vagy több gazdasági szereplő között létrejövő megállapodás, amivel a felek kötelezettséget vállalnak arra, hogy átengednek, vagy megtartanak, megtesznek, vagy nem tesznek meg bizonyos dolgokat*” (Brousseau, 1993, p. 25 fordítás).

A koordinációs rendszer illetve a termelési rendszer kialakulásának különböző elméleti magyarázatai az átruházás szervezésének kérdésével foglalkoznak. A tranzakciós költségek elméletében, ha két gazdasági szereplő a legmegfelelőbb termelés-technológiát alkalmazza, és optimális specifikus sajátossággal rendelkezik, a termelés-szervezés kérdése a termeléshez szükséges outputok allokációjának megvalósítására korlátozódik, ami a tranzakciós költségeket minimalizáló eljárás kidolgozásával valósul meg. Ugyanakkor Jacquemin (1985 cit. in Brousseau 1993) szerint a gazdasági szereplők a döntéshozatal során nem a költségek minimalizálását tartják szem előtt, hanem a profit optimalizálását, vagyis a költség/haszon arányt. A tranzakciós költségek minimalizálásának problémája azt feltételezi, hogy a tranzakciós költségek függetlenek legyenek a termelési költségektől, míg a profit-maximalizálás problémája azt feltételezi, hogy a gazdasági szereplők egyszerre maximalizálják a tranzakció és a termelés hatékonyságát. Akkor, amikor a gazdasági szereplők úgy döntenek, hogy koordinációt alakítanak ki, adott a lehetőségük a termelési rendszer átszervezésére annak érdekében, hogy a termelékenységet maximalizálni tudják.

A Brousseau (1993) által alkalmazott megközelítés a szerződések koncepcióját tekintve azt feltételezi, hogy a gazdaság olyan szereplőkből áll, akik a termeléshez szükséges eszközökkel rendelkeznek, illetve bizonyos tekintetben még a szerződéskötés előtt specializálódtak. Ha természetes személyekről van szó, akkor pl. speciális szakismerettel, tapasztalattal, kulturális örökséggel stb. rendelkeznek, ha pedig szervezetekről van szó, akkor pedig olyan szellemi és fizikai beruházásokkal, szervezeti hagyományokkal stb. rendelkeznek, ami teljes mértékben nem helyettesíthető, vagy nem átruházható.

Az eszközök használatának elengedhetetlen feltétele azoknak a szabályoknak az intézményesítése, amelyek rögzítik és védik a gazdasági szereplők jogait és kötelezettségeit a partnerrel szemben, akivel szükségszerűen együttműködésre lépnek. Egyrészt azért, mert egymást kiegészítő eszközökkel rendelkeznek, másrészt pedig azért, mert a végső fogyasztó által használt termék vagy szolgáltatás előállítása a gazdasági szereplők hatékony koordinációjának függvénye. Éppen ezért a koordináció problematikáját azoknak a szabályoknak a kidolgozása és alkalmazása jelenti, amelyek a termelés-szervezésre és a termelés eredményének elosztására irányulnak, hiszen vannak olyan szabályok, amelyek ebből a szempontból hatékonyabbak, mint mások.

Tiszta adásvétel (átruházás) esetén a két fél között létrejött szerződés a tranzakció hatékonyságának maximalizálására szolgál, ahol a szerződő felek a leghatékonyabb termelési technológiát alkalmazzák, és e hatékonyság érdekében járnak el. Ebben az esetben a szerződés egy

ál-piac, ami lehetővé teszi a tranzakció megvalósulását, e tranzakció Brousseau (1993) szerint – ellentétben Coase (1937) illetve Williamson (1985) álláspontjával, akik a szervezet és a hibrid formák kialakulását a piac tökéletlen működésével magyarázzák – nem a piac tökéletlen működésének eredménye. A szerződés Brousseau (1993) szerint a második legjobb lehetőség elérését eredményezi, ami – ellentétben Coase feltételezésével – nem biztos, hogy minden esetben a társadalmilag optimális megoldáshoz vezet. A szerződés nemcsak a tranzakció optimalizálásának célját szolgálja, hanem a termelés-szervezés olyan módját is, ami növeli a hatékonyságot.

Brousseau (1993) három fő gazdasági elméleti irányzatot nevez meg a szerződések gazdasági elméleti magyarázataként, ugyanakkor külön-külön egyiket sem tartja tökéletesnek a szerződések elemzéséhez, hanem a három irányzat egymást kiegészítve ad magyarázatot a szerződéskötésekre. A három gazdasági elméleti irányzat a következő:

1. Az **„ügynök elmélet”** (*Agency Theory*), kifejezetten olyan kétoldalú szerződésekre összpontosít, ahol a két fél között információs aszimmetria áll fenn. Ez az elmélet arra keresi a magyarázatot, hogy a megbízó (*principal*) hogyan dolgoz ki olyan (érdekeltségen alapuló) jövedelemrendszert, ami egy másik egyént – az ügynököt (*agent*) – úgy ösztönzi, hogy az a megbízó érdekében cselekedjen. Ezt az elméletet nagyban visszaköszön a biztosítások gazdasági elméleti hátterében (Arrow, 1965), ugyanakkor pl. a mezőgazdaságban a haszonbérlet, vagy a csoportmunka (Alchian et Demsetz, 1972) problematikája is ebbe a gazdasági elméleti körbe tartozik. Az ügynök-megbízó viszony az alábbi problémákat veti fel:

- az ügynök szabadon választhat a különböző magatartásformák közül,
- az ügynök tevékenysége befolyásolja mindkét fél jövedelmét,
- a megbízó sokszor nehezen ellenőrzi az ügynök tevékenységét.

Ennek megfelelően a megbízó-ügynök kapcsolat is költségeket von maga után (Jensen et Meckling, 1976 cit. In Coriat et Weinstein):

- a megfigyelésre és az ösztönzésre költött ráfordításokat annak érdekében, hogy az ügynök magatartása orientálható legyen,
- a „kötelezettségvállalás költségei”, amit az ügynök áll, és arra vállal kötelezettséget, hogy bizonyos magatartástól (tevékenységtől) tartózkodik, vagy abban az esetben, ha adott eredmény az ügynök magatartása (tevékenysége vagy mulasztása eredményeképpen) mégis bekövetkezne, képes kártalanítani a megbízót (pl. felelősségbiztosítás költsége);
- a „maradvány veszteség”, ami az ügynök tényleges tevékenységének eredménye és a megbízó jólétének maximalizálása közti különbséget jelenti. A „maradvány veszteség” tehát nem tényleges kiadást jelent, hanem lehetőség költségnek tekinthető (*opportunity cost*).

Az ügynök-elmélet a szerződést rendszerként kezeli, ami a speciális jutalmazási módszernek – tehát az egyedi árki alakítási rendszernek – köszönhetően lehetővé teszi az információs aszimmetriából adódó valamennyi olyan probléma megoldását, amivel a szerződő felek találkoznak az együttműködésük során.

2. Ahogy azt az 1. pontban részleteztük, a **tranzakciós költségek elmélete** a gazdasági intézményeket szerződések hálózatának tekinti.

Az előző fejezetben részletezett tranzakciós költségek elmélete adja a legteljesebb elemzési módszert a gazdasági szereplők között létrejövő kapcsolatok elemzéséhez. Ez a gazdasági elmélet világít rá azokra a nehezen előre vetíthető bizonytalansági tényezőkre, amelyekkel az együttműködő feleknek szembesülniük kell. Az elmélet így különös hangsúlyt fektet a szereplők racionalitására, ami alapvetően korlátozott, a szereplők kapacitása és a gazdasági környezet jellemzői miatt (információs aszimmetria, bizonytalanság). Ezek a hipotézisek világítanak rá azokra kérdésekre, amelyekre nem adnak választ más koordinációval foglalkozó elméletek, így az ügynök-elmélet sem. Ilyen kérdés a felügyeleti rendszer, a tranzakció biztosítékának illetve a tekintély/döntéshozatal kérdése (*autorité*).

3. **A konvenciók elmélete** a gazdasági szervezetek problémáinak általános megközelítését vizsgálja. A konvenció fogalma sokkal általánosabb, mint a szerződésé, ami az ügynök-elmélet és a tranzakciós költségek elméletének alapját is adja. A szerződés a konvenciók egyik kategóriája. A két fogalom közti különbség az alábbiakban nyilvánul meg: míg az előző két gazdasági elmélet a szerződést a kétoldalú kapcsolatok tekintetében definiálja, addig a konvenció ennél tágabb körre terjed ki, nagy számú partnerre vagy akár az egész társadalomra is kiterjedhet. Amíg a szerződés két gazdasági szereplő között, addig a konvenció társadalmi közösségek között jöhet létre. A szerződés feltételezi a mögötte álló, működő jogrendszert, tehát azt a jogi keretet – alapvetően a jogszabályokat –, ami kijelöli azokat a határokat, amelyen belül a gazdasági szereplőknek lehetőségük van arra, hogy kölcsönösen kötelezettséget vállaljanak, illetve garantálja a szerződés betartását és a felek között felmerülő konfliktusok kezelését. A konvenció ezzel szemben sokkal általánosabb „szerződés”, amelyben az „aláíró felek” az előbb említett külső segítséggel nem rendelkeznek, megállapodnak abban, hogy a konfliktusok kezelésére milyen eszközt alkalmaznak, és hogyan garantálják a vállalt kötelezettségek végrehajtását. A konvenció klasszikus példája a KRESZ.

A szerződésekkel foglalkozó gazdasági elméleteket ugyanakkor számos kritika is éri. Az elméletek arra keresik a választ, hogy miért van szükség a szerződésekre, illetve hogyan oldja meg a szerződés a koordinációs problémákat. A szerződésekkel foglalkozó gazdasági elméletekkel kapcsolatban három kritikai irányzat fogalmazható meg (Brouseau, 1993):

1. Leegyszerűsített látásmód, a szerződések egyoldalú vizsgálata. Hiszen az említett gazdasági elméletek a szerződéskötés tényezőinek csak egy-egy elemére koncentrálnak, ami nagyban leegyszerűsíti a koordinációk mechanizmusának magyarázatát. Sokszor csak a piac és a hierarchia közti választásra koncentrálnak, a kettő közti átmeneti formák elemzésére nem adnak megoldást, vagy sokszor a szerződés elemzése csak az ármeghatározás speciális formáira és a fizetési feltételekre korlátozódik.

2. A koordináció költségei és annak minimalizálása. Ez a kritika elsősorban abban a tekintetben fogalmazódik meg, hogy igen nehéz, sokszor lehetetlen konkrétan megmérni a koordinációhoz kapcsolódó költségeket, mivel bizonyos tényezők nem figyelhetők meg, ami viszont kétségesé teszi a költségminimalizálás koncepcióját. A szerződések és a szervezetek (hierarchiák) nemcsak azért jönnek létre, mert ez a koordináció gazdaságosabb, mint a piac, hanem azért, mert a tudás és az érvelés közös szervezése, hozzájárul ahhoz, hogy a gazdasági szereplők a leghatékonyabb termelési eljárást dolgozzák ki, illetve a kapacitásukat a leghatékonyabban használják ki.

3. A szerződés statikus jellege. A szerződésekkel foglalkozó gazdasági elméletek sokszor figyelmen kívül hagyják a szerződések dinamikus jellegét, valamint a partnerek specializálódásából adódó kölcsönös megerősödés következményeit. Abban az esetben, ha a partneri kapcsolat hosszabb ideje tart, a partnerek kiismerik egymás magatartását, ami tanulási folyamatnak is tekinthető. Így a szerződés dinamikája módosítja, csökkentheti az opportunistá magatartás előfordulásának valószínűségét. Az idő előrehaladtával a partnerek egymás irányába történő specializálódása is kifejeződésre jut, hiszen a partnerek közösen tesznek szert azokra a tapasztalatokra, amelyek az egyéni és a közös teljesítményhez vezetnek az együttműködés folyamatában. Ezek a tapasztalatok hozzájárulnak az együttműködés hatékonyságának növeléséhez. Az idő múlásával a gazdasági szereplőknek az az érdekük, hogy az együttműködést inkább egymással tartsák fent, mint egy harmadik szereplővel, hiszen a partnerek az együttműködés tapasztalatából adódóan tesznek szert haszonra. Ez pl. a rutinban, az egyedi kommunikációban jut kifejeződésre, ami növeli a termelékenységét. Mindkét fél valamilyen szinten részesedik a közös ismeretekből, de ezek külön-külön nem, csak egymást kiegészítve képesek többletjövedelmet termelni. A „részismeret” a szereplők esetében egyedi, speciális tényezőnek tekinthető, ami a feleket egymáshoz viszonyítva monopolhelyzetben tartja. A hosszú távú együttműködések másik következménye pedig az, hogy a felek minél inkább egymáshoz igazodva specializálódnak, minél inkább függnék egymástól, annál nagyobb a szerződésbontással járó költség.

A szerződéskötések elemzéséhez a kritikákból következően Brousseau (1993) a különböző analitikai irányzatok szintézisét javasolja: így az ügynök-, a tranzakciós költségek és a konvenciók

elméletének mobilizálását, mivel mindegyik hozzájárul a szerződés egy-egy részének megalkotásához. Az ügynök-elmélet az ösztönző rendszeren keresztül a szerződésben vállalt kötelezettségek és a szerződés végrehajtásának betartásához, a Williamson-féle tranzakciós költségek elmélete az irányítási struktúrához, a konvenciók elmélete pedig az ellenőrzési rendszer felállításához járul hozzá. Így a szerződésekre vonatkozó különböző gazdasági elméleti vonulatok egymást igen jól kiegészíthetik.

A három fő gazdasági elméleti irányzat (ügynök, tranzakciós költségek, konvenciók) segítségével a gazdasági szereplők közti koordináció módjának elemzésénél Brousseau (1993) arra keresi a választ, mi a magyarázata annak, hogy két gazdasági szereplő (vagy gazdasági szereplők csoportjai) milyen módon hangolja össze döntéseit az átruházáshoz (tranzakcióhoz), a közös termeléshez és a tevékenységük eredményének (a kvázi-jövedelem vagy többletjövedelem) egymás között történő megosztásához. Erre az elemzésre annál is inkább szükség van, mert ezek a döntések, illetve a koordinációk olyan környezetben valósulnak meg, ami valamilyen mértékű bizonytalansággal, tökéletlen információval (információs aszimmetriával) jellemezhető, és ahol a gazdasági szereplők korlátozott kapacitással rendelkeznek az információ feldolgozását illetően (korlátozott racionalitás), illetve az információhiány és a tisztességtelen, opportunista magatartás megakadályozhatja a cél megvalósulását, vagy attól nagymértékben eltérítheti az együttműködést. Ezért olyan mechanizmusokra van szükség a szerződés kidolgozásánál, ami lehetővé teszi, hogy a gazdasági szereplők koordinálhassák tevékenységüket, ösztönözzék a szereplőket a kötelezettségek betartására, védjék őket a felmerülő kockázatoktól. Így az elemzési módszerek és elméleti megközelítések, pl. az ármeghatározás módjára, a kereslet és a kínálat találkozására, a felek közti információátadás, egymás tájékoztatásának mechanizmusára koncentrálnak.

A Brousseau (1993) által a szerződések elemzésére kidolgozott modell egyrészt rávilágít a koordinációs rendszert meghatározó szabályok kidolgozásának módjára, másrészt pedig a szabályok természetére, mivel a szerződéseket a gazdasági szereplők és a társadalom egésze tekintetében megnyilvánuló hasznosságuk és hatékonyságuk szempontjából elemzi. Ezen túlmenően a modell megalkotásánál figyelembe veszi a gazdasági szereplők stratégiai magatartását, mivel a stratégiai potenciáljuk nagyban függ attól, hogy milyen eszközzel, beruházással rendelkeznek. Abban az esetben, ha az egyik szereplő beruházása speciális jellegű (ritkább, nehezebben helyettesíthető), mint a másik félé, a saját céljait helyezheti előtérbe és dominálhat a másik fél felett (hold-up probléma). Ha a felek olyan szerződést kötnek, amely a két fél közös célfüggvényét maximalizálja és közösen törekednek magasabb jövedelem elérésére, a felek kiegyenlített helyzetbe kerülnek.

2.2.1. A szerződés a koordináció alapja

A Brousseau (1993) által kidolgozott analitikai módszer úgy tekint a szerződésre, mint a termelés és az átruházás szervezésének egyik eszközére. A szerződés rögzíti a felek jogait és kötelezettségeit, valamint lehetővé teszi a termelési tényezők koordinációját. A szerződés három fő célt szolgál, amelynek megvalósulásához négy tényező járul hozzá.

A szerződéses kapcsolatok hármas célja a következő:

- a koordináció biztosítása, vagyis a többletjövedelem (kvázi-jövedelem) tényleges realizálása,
- az együttműködés eredményének, vagyis a többletjövedelem megosztása az együttműködő felek között,
- garancianyújtás a felek által vállalt kötelezettségek betartására.

A célok megvalósulását az teszi lehetővé, hogy a partnerek kapcsolata az általuk kölcsönösen elfogadott magatartási szabályok között működik, vagy azért mert a szabályokat a felek közösen és szabadon választották meg, vagy azért mert az egyik fél nagyobb erőt képvisel a tárgyalás során, ami számára lehetővé teszi, hogy a saját szabályait helyezze előtérbe.

A partnerek által közösen kialakított szabályok négy tényezőn nyugszanak:

- *A rutin intézményesítése* lehetővé teszi a hatékony tudás- és az ismeretgazdálkodást. Mások tudása és tapasztalatai kerülnek felhasználásra, ami hozzájárul ahhoz, hogy ne kelljen plusz forrásokat áldozni olyan közjószág megteremtéséért, amit már mások létrehoztak.
- *A primátus vagy tekintély (authority) lehetővé teszi a dominanciát bizonyos események bekövetkezésekor:* a primátussal rendelkezőnek joga van arra, hogy meghatározza a termelési tényezők használatát és a szerződő felek magatartását abban az esetben, ha előre nem látott esemény következik be. A rutin kialakulásával, tehát a nem változó szituációkhoz történő alkalmazkodással, a primátus garantálja a szükséges rugalmasságot (alakítói jog).
- *A felügyelet* arra szolgál, hogy értékelni lehessen a szerződő felek hozzájárulását az együttműködéshez. Az értékeléshez két dolog szükséges: egyrészt a termelés hatékonyságának növeléséhez a primátussal rendelkezőnek olyan eszközzel kell rendelkeznie, amely lehetővé teszi a létező termelés és tranzakció szervezésének, valamint a meghozott döntések hatékonyságának elemzését; másrészt pedig megoldással kell rendelkeznie a többletjövedelem elosztásával kapcsolatban esetlegesen felmerülő nézeteltérések kezelésére. A partnerek kölcsönös megfigyelése garanciát jelent az opportunistá magatartás ellen, illetve lehetővé teszi azt, hogy minél jobban megismerjék a felek, ki hogyan járul hozzá az együttműködéshez, a vállalt kötelezettségek teljesítéséhez.

- Az ösztönző rendszer kiegészíti a felügyeletet. A partner megfigyelése nem küszöböli ki az erkölcsi kockázatot (*moral hazard*), abban az esetben, ha a felügyelethez nem társul valamilyen szankció. Ugyanakkor abban az esetben, ha a motivációs rendszer jól működik, a felügyeleti rendszer jelentősége is csökken.

A négy tényező egymást kiegészíti a szerződéses kapcsolatokban. A rutin és a tekintély a korlátozott racionalitás problémáit küszöböli ki. Míg a rutin az egyébként költséges és korlátozottan rendelkezésre álló ismeretek gazdaságos megszerzéséhez járul hozzá, addig a tekintély pedig lehetővé teszi a bizonytalan következményekhez, előre nem látható eseményekhez történő alkalmazkodást. A felügyeleti és motivációs rendszer pedig a partnerek opportunistá magatartásának kiküszöbölését segíti.

A hibrid irányítási struktúrák alapvető jellemzője, hogy a felek egymástól való kölcsönös függőségi viszonya adja az együttműködés folytonosságát. A nem teljes szerződések esetében (*incomplete contract*) ahhoz, hogy a folytonosság elérhető legyen, és egy stabil irányítási struktúra alakuljon ki, olyan mechanizmus kidolgozására van szükség, ami koordinálja az együttműködő felek tevékenységét, hozzájárul a tranzakció megszervezéséhez és megoldja a vitás helyzeteket. Alapvetően ezt az együttműködési szerződésen belül oldják meg a felek, annak ellenére, hogy segítséget találhatnak a jogérvényesítésre az intézményi környezet keretében is (Ménard, 2002b)

2.2.2. A szerződés és az együttműködés biztosításához szükséges kikötések

A szerződés pontokba szedett feltételek sorozataként is felfogható, amelyek arra szolgálnak, hogy a szerződés hármas célja teljesüljön a fent említett négy tényező kombinációjának segítségével. A szerződés segítségével megoldandó probléma minden tranzakció esetében ugyanaz: a koordináció biztosítása, az együttműködés során keletkező jövedelem megosztása és a vállalt kötelezettségek betartásának biztosítása. A szerződés egyes pontjai, feltételei pedig az azonos típusú problémák megoldására szolgálnak. Értelemszerűen minden szerződés tartalma igazodik a tranzakció sajátosságaihoz.

Brousseau (1993) szerint a termelők között létrejövő szerződések, ahol az együttműködő felek forrásokat mobilizálnak annak érdekében, hogy olyan terméket vagy szolgáltatást állítsanak elő, amelyet közvetve, vagy közvetlenül végső fogyasztásra szánnak, hét kikötési kategória szintéziseként írhatók le. Ménard (2002b) a partnerek számát, a szerződés időtartamát, a követelményrendszert, az ármeghatározást és a szerződés nem teljes jellegét emeli ki. A kikötési kategóriák a szerződés hármas céljának megfelelően kerülnek bemutatásra.

A rutin és a tekintély teszik lehetővé a koordináció technikai problémáinak megoldását: azt kell meghatározni, hogy ki, mit és mikor tesz az együttműködés keretében. Hart et Moore (1988) szerint a tekintély „maradvány jog – *droit résiduel*, ami annak a félnek teszi lehetővé a termelési

tényezők használatának és az együttműködés által a kívülág felé tanúsított magatartás újrafogalmazását, aki beruházott a termelési tényezőkbe”. A rutin ezzel szemben olyan szabály, ami előre vetíti a szerződő felek által megkívánt magatartásformákat. Így abban az esetben, ha a koordináció a rutin alapján működik, akkor a szerződés valójában tervnek tekinthető, ahol a tekintély gyakorlásának nincs helye. Ha nem várt esemény következik be, akkor az a szerződés és a koordináció megszűnéséhez vezet. Ugyanakkor a szerződés nem tökéletes tervet is megtestesíthet, ekkor hagyhat annyi mozgásteret a feleknek, hogy át tudják lépni a terv korlátait, és kezelni tudják a bizonytalanságból adódó problémákat (keretszerződések). Abban az esetben, ha a koordináció a tekintélyen alapszik, akkor fontos tudni, hogy az együttműködő felek között hogyan oszlik meg, és mire terjed ki a „maradvány jog”.

A koordináció technikai megoldását illetően három területen kell döntést hozniuk a feleknek:

- Mi az együttműködés célja: meg kell határozni, hogy mi az együttműködés végterméke.
- Mi az együttműködés tagjai által hozzáadott hasznosság vagy a tulajdonságok összessége. Ez attól függ, hogy a tranzakcióhoz milyen típusú termelési tényező tekintetében kötelezték el magukat az együttműködők, ez a tényező vagy eszköz mennyire specifikus és mennyire használható fel más termelési folyamatban.
- Az idő és a hely meghatározása a termelési tényezők használata és az együttműködők tevékenysége tekintetében.

Így a szerződésben az együttműködés céljának megvalósításához három kikötés tartozik: a stratégiai koordináció, a szervezés koordináció, és a működési koordináció.

2.2.2.1. Stratégiai koordináció: a szerződő felek céljának meghatározása

Minden tranzakció valamilyen termelési folyamathoz tartozik, ahol a folyamat végét a végső fogyasztás jelenti. Gyakorlatilag a tranzakció adott ágazathoz vagy értékteremtési lánchoz (Porter, 1985) kapcsolódik. A stratégiai koordináció abból áll, hogy az együttműködő feleknek el kell dönteniük, hogy melyik ágazatban és az ágazat melyik szintjén kívánják a koordinációt megvalósítani. Meghatározzák tehát, hogy közösen állítanak-e elő egy terméket, és mi lesz az együttműködésből származó output típusa. Először az output természetére vonatkozó döntés lehet közös, vagy csak az egyik fél által hozott döntés (alvállalkozás), ami az együttműködés során később módosulhat, és az esetleges új körülményekhez alkalmazkodhat az együttműködés célja.

A klasszikus kereskedelmi szerződés pontosan kiköti a szerződés célját, megjelöli a szerződő feleket és az átruházás (adásvétel) tárgyát szolgáló termék vagy szolgáltatás típusát. Ezzel szemben a stratégiai koordináció egy meghatározott szabály tárgyát képezi. Ez jellemző a hosszú távú együttműködésekre, pl. repülőgépgyártáshoz kapcsolódó egyesülés, Champagne-i szakmaközi szerződés.

A szerződés ezen pontja azokat a módszereket határozza meg, hogy az együttműködő partnerek hogyan tudják újradefiniálni a koordináció célját. A szerződés az együttműködés létrejöttékor meghatározza a kezdeti célt (pl. a kibocsátott termék típusát, a termelési eljárás lépéseit), ami módosítható a körülmények változása és a partnerek akaratának függvényében.

A cél szempontjából három meghatározási típust különböztethetünk meg:

1. A szerződés pontosan és kimerítően körülírja az együttműködés célját: tehát a rutinra alapszik. Ha a cél változik, az együttműködést meg kell szüntetni. A szerződés ebben az esetben teljes (*complete*).
2. Centralizált tekintély/primátus: a szerződő felek közül az egyik szabad rendelkezési joggal bír a szerződés céljának meghatározását illetően. A másik fél pedig elfogadja az újradefiniált célokat. A szerződés ebben az esetben nem teljes (*incomplete*). A rendelkezési joggal bíró fél döntései vonatkozhatnak a kibocsátott termék minőségére, az ármeghatározásra az együttműködés külső kapcsolatai tekintetében (pl. a nagykereskedőkkel, hiper- és szupermarketekkel), a külső kapcsolatok létesítésére vonatkozóan.
3. Decentralizált tekintély: a stratégiai döntések újratárgyalhatók az együttműködés tagjaival. A szerződés szintén nem teljes (*incomplete*).

2.2.2.2. Szervezés koordináció: a tranzakció eszközei

A szervezeti koordinációhoz kapcsolódó kikötések foglalkoznak a tranzakcióban résztvevő felek által az együttműködéshez hozzáadott termelési tényezők hasznosságának típusával, ahol a hasznosság alatt a tulajdonságok összessége értendő (Lancaster, 1966). Ezek a kikötések arra vonatkoznak, hogy hogyan szervezhetők meg a rendelkezésre álló eszközök annak érdekében, hogy a szerződés első pontjában megfogalmazott célok megvalósuljanak. Ha pedig az együttműködést dinamikusnak tekintjük, akkor a szerződés második pontja azzal foglalkozik, hogy az együttműködés hogyan tudja adaptálni azokat az eszközöket, amelyek a felek által kitűzött cél eléréséhez szükségesek. Ez az alkalmazkodás abból adódik, hogy fejlődik a technológia, átalakul a gazdasági környezet stb.

A szerződés ezen pontjánál is három esetet különböztethetünk meg:

1. a rutinon alapszik a kikötés: az előre meghatározott iránytól való eltérés a szerződés megszüntetését vonja maga után,
2. a szerződő felek közül az egyiknek joga van arra, hogy újrászervezze, átalakítsa a termelést, de nincs joga arra, hogy az együttműködés célját újrafogalmazza, vagy új tagokat vegyen be az együttműködésbe,
3. a szerződő feleknek megvan a lehetőségük arra, hogy újratárgyalják azoknak az eszközöknek a felhasználását, amelyeket bevonnak a termelésbe és a tranzakcióba. Ebben az

esetben vissza kell térni az együttműködés új céljának megfogalmazásához, tehát a szerződés első pontjához.

2.2.2.3. Működési koordináció

A szerződés ezen pontja az együttműködő felek által rendelkezésre bocsátott termeléshez és a szolgáltatások előállításához szükséges tényezők időben és térben történő alkalmazását rendezi, amit háromféleképpen lehet szervezni:

1. a rutin alapján: a szerződés pontosan kiköti a termék vagy szolgáltatás teljesítésének helyét és időpontját, határidejét.
2. Centralizált tekintély (döntéshozatal) alapján történő szervezés esetén: az egyik félnek joga van ahhoz, hogy meghatározza a teljesítés ütemezését.
3. Decentralizált tekintély (döntéshozatal) esetén: a felek egymáshoz alkalmazkodva, folyamatos tárgyalás során határozzák meg a teljesítést.

2.2.2.4. Biztosítérendszer kialakítása a kötelezettségek végrehajtásához

Ide tartoznak azok a szerződési feltételek, amelyek a szerződő felek számára biztosítékot nyújtanak arra, hogy a partnerek betartják a vállalt kötelezettségeket. Két egymást kiegészítő mechanizmusról van szó: a biztosítérendszeréről, és a felügyeleti rendszeréről.

a) A biztosítérendszer

Mivel az együttműködésben a termeléshez alkalmazott tényezők, eszközök egymást kiegészítik, mindegyik résztvevő oldalán adott a másik opportunist magatartása által okozott kockázat, hiszen az egyik fél jövedelme nagyban függ a másik magatartásától. Ha az egyik fél olyan termelési tényezővel rendelkezik, amely könnyen áthelyezhető, az a másik fél számára igen nagy kockázatot jelent, hiszen magában hordozza a partnere opportunist magatartásának lehetőségét. Tehát anélkül felmondhatja az együttműködést, hogy az számára különösebb költséget jelentene. Éppen ezért a szerződésben alkalmazott biztosíték, illetve biztosítékok rendszere arra szolgál, hogy az a fél, aki a másik opportunist magatartásának áldozata lehet, biztosítékot kér a partnerétől, azért, hogy az együttműködés felmondása (megszűnése) a partner számára is jelentős veszteséggel járjon. A biztosítéknak olyan mértékűnek kell lenni, ami meghaladja azt az összeget, amit az egyik fél az opportunist magatartás következtében elérhet(ne) (Williamson, 1985).

A szerződésekben három megoldás lehetséges:

1. Nem alkalmaznak garanciarendszert: ekkor a felek által az együttműködéshez rendelkezésre bocsátott egyedi termelési tényező jelenti az opportunist magatartás miatt bekövetkező felmondás költségét (pl. az együttműködéshez létrehozott beruházás költsége).

2. Egyoldalú biztosíték: csak az egyik fél tesz le biztosítékot a másik fél javára. Ha az a fél, aki (amely) a biztosítékot letette opportunistá magatartást tanúsít, a biztosíték a kedvezményezett tulajdonába kerül (pl. óvadék, kézi zálog vagy foglaló).
3. Kétoldalú biztosíték: mindkét fél biztosítékot tesz le a partnere javára azért, hogy kölcsönösen egymástól függő kapcsolatot hozzanak létre.

b) A felügyeleti rendszer és az ellenőrzés joga

Azért, hogy minden fél betartsa a vállalt kötelezettségét, olyan eljárást is be lehet vezetni, ami a felek ellenőrzésére vonatkozik. Ez az eljárás, nyomást gyakorol a felekre, annak érdekében, hogy a hibás magatartásukon változtassanak, mert az az együttműködés megszüntetéséhez vezethet.

A felügyeleti rendszer információs és döntéshozatali rendszernek tekinthető, ahol az információ az együttműködés funkcionális és szervezési elemeire vonatkozik, annak érdekében, hogy a kibocsátás maximalizálása biztosított legyen. Az ellenőrzési rendszer a termelési tényezőkre, azok alkalmazására vonatkozik, a felügyeleti rendszer pedig az együttműködés szereplőire, tevékenységére, annak érdekében, hogy a vállalt kötelezettséget betartsák.

Négy megoldás lehetséges:

1. Kölcsönös ellenőrzés: a felek egymást ellenőrzik, ha az egyik fél megsérti a szerződést, akkor a másik fél az együttműködést felmondja (felmondhatja).
2. Külső, nem specializálódott bíráló vagy bíróság: a bírósági rendszer és a jogszabályok (illetve minden olyan intézmény, szabályok összessége, ami előre meghatározásra került) garantálják a szerződés megfelelő teljesülését.
3. Felügyelő alkalmazása, aki a tranzakcióban meghatározott feladatok ellenőrzésére szakosodott. A felügyelő lehet az egyik szerződő fél, vagy
4. harmadik személy, akit azért alkalmaznak, hogy felügyelje a szerződés végrehajtásának lebonyolítását.

A felügyelő alkalmazása sok esetben hatékonyabb, mintha vitás esetben a bírósághoz fordulnának a felek, mivel a felügyelő sokszor olyan speciális információk birtokában van, vagy meg tud szerezni speciális információkat, ami a bíróság számára nehézkes, viszont sokkal költségesebb megoldás lehet, mint az 1. vagy a 2. megoldás.

2.2.2.5. Jövedelem-elosztás és kockázatvállalás

A szerződés harmadik célja az együttműködés során keletkezett jövedelem elosztása a felek között, ami számos problémát vet fel, és ennek következtében kockázatot is hordoz magában:

- mivel a jövő bizonytalan, ezért az együttműködéssel létrehozott jövedelem (kvázi jövedelem) is bizonytalanul alakulhat: hiszen a vártnál lehet több vagy kevesebb. A feleknek tehát meg kell állapodniuk abban, hogy hogyan osztják meg egymás között a hasznot és a veszteségeket.
- Az együttműködéshez rendelkezésre bocsátott eszközök, a termeléshez felhasznált tényezők, nem mérhetők tökéletesen, ezért igen nehéz a jövedelmet az eszközök marginális termelékenysége alapján meghatározni. Így a felek számára ösztönző jövedelmi rendszert kell alkalmazni.

Tehát a jövedelem-elosztási rendszer kialakításának együtt kell megoldást találnia a kockázatkezelésre és a felek erőfeszítésének ösztönzésére.

A jövedelem-megosztás történhet a közös kibocsátás alapján, ekkor a kockázatmegosztás történhet:

1. egyéni alapon: mindenkit a határ-termelékenysége alapján, vagy az általa ténylegesen az együttműködéshez hozzáadott érték alapján. A kockázatmegosztás ebben az esetben minimális. Mindenki egyénileg vállal kockázatot, de csak az együttműködésben való részvétel erejéig. Tehát az egyik fél által elszenvedett veszteséget nem állja, abból nem részesedik a másik fél. Ugyanakkor ez mégis hatással van a másik félre is, mivel a szétosztható plusz jövedelem nagysága változik.
2. közösségi alapon történő kockázatmegosztás: a kibocsátásból származó eredményt megosztják a felek, de nem veszik figyelembe, hogy ki mennyivel járult hozzá a jövedelem képződéséhez. Egy előre meghatározott, átalány módszer szerint határozzák meg az eredmény elosztását.
3. Az egyik fél állja teljes egészében a kockázatot, aki vállalja a teljes veszteséget, de övé a nyereség is. Az együttműködő fél hozzájárulását jutalmazhatja átalány alapon: a termelési tényező hozzáadásának jövedelmét előre határozzák meg, az együttműködésbe bevitt eszközök, tényezők tényleges hasznossága nem képezi a megegyezés tárgyát (bérlet, belépési jog megvásárlása), vagy
4. a másik fél hozzájárulása alapján: a jutalom összegét utólag határozzák meg attól függően, hogy a termelési tényező milyen mértékben járult hozzá a jövedelem előállításához, de az arányokat előre rögzítik. Tehát a jutalom egy referencia értékkel arányos és annak a függvénye, hogy a másik fél, aki egyébként nem vállal kockázatot, milyen mértékű „erőfeszítéssel” járul hozzá a jövedelemtermeléshez.

A mezőgazdaságban kötött együttműködési szerződések talán legfontosabb eleme a kockázatmegosztás és az ár illetve a jövedelem meghatározás. Sokszor megfogalmazódik az, hogy a nagy vállalatok sokkal kevésbé vállalnak kockázatot, mint a kis és középvállalkozások (Hansmann, 1996, Knoeber, Thurman, 1995). Ugyanakkor a nagy vállalatok diverzifikálni tudják beruházásaikat pl. a részvényt piacon úgy, hogy más vállalatok részvényeit vásárolják meg. Ezzel

ellentétben a termelők, akik viszonylag eladósodottak, behatárolt lehetőségekkel rendelkeznek a beruházások diverzifikációja terén. Általában ezt úgy oldják meg, illetve úgy tudnak elérni bizonyos mértékű diverzifikációt, hogy több terméket állítanak elő az adott gazdaságban pl. állattenyésztés és gabonatermesztés. A kockázat megosztás lehetőségeiből kiindulva, a felvásárló nagyobb kockázatot bír elviselni, mint a termelő. Abban az esetben, ha a termelő idegenkedik a kockázatvállalástól (*risk averse*), a felvásárló pedig a kockázatvállalás szempontjából semleges (*risk neutral*), a felvásárló viseli az együttműködésben az összes kockázatot, a termelő jövedelemének meghatározásához pedig az átalány módszert alkalmazzák. A hátránya az, hogy ez a fizetési módszer motivációs problémákhoz vezethet, hiszen az átalányfizetés miatt a termelő következmények nélkül csökkentheti erőfeszítéseit az alapanyag előállítás során (Bogetoft et Olesen, 2002).

2.2.2.6. Az együttműködés időtartama

A tranzakció és az együttműködés hatékonysága szempontjából fontos kérdés az időtartam. Ebből a szempontból háromtípusú együttműködést határozhat meg a szerződés:

1. Egyszeri alkalomra szóló: a szerződés csak egy alkalomra, egy tranzakcióra szól.
2. Rövidtávú együttműködés: a feleknek nincs lehetőségük arra, hogy megváltoztassák a termelési tényezőket, de több tranzakció lehetséges az együttműködés keretében.
3. Hosszú távú együttműködés: a feleknek lehetőségük nyílik a termelési tényezők megváltoztatására.

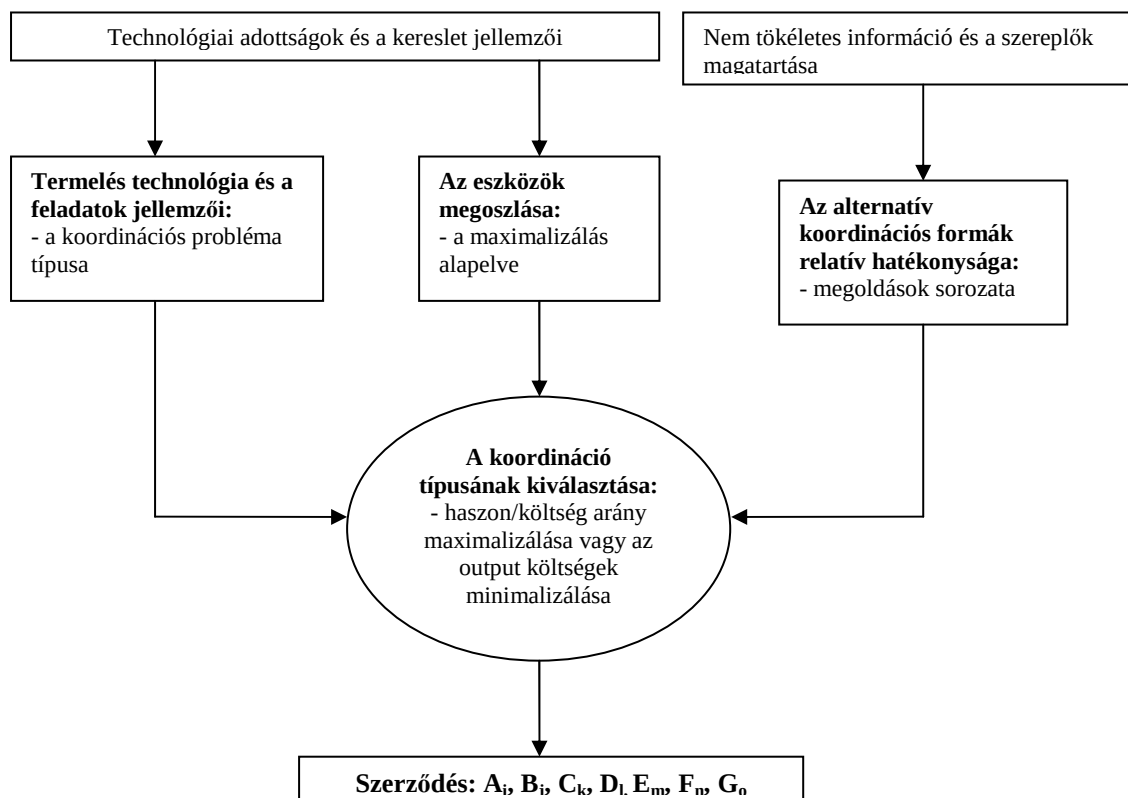
3. táblázat A kétoldalú szerződések elemzési kerete (Brousseau, 1993)

A pontok változata	1	2	3	4
A pontok tartalma				
A Stratégiai koordináció	Rutin	Központi döntéshozatal	Decentralizált döntéshozatal	-
B Szervezés koordináció	Rutin	Központi döntéshozatal	Decentralizált döntéshozatal	-
C Működési koordináció	Rutin	Központi döntéshozatal	Decentralizált döntéshozatal	-
D Biztosítérendszer	Nincs biztosíték	Egyoldalú biztosíték	Kölcsönös biztosíték	-
E Felügyeleti mechanizmus	Kölcsönös ellenőrzés	Jogrendszer	A szerződő felek adják a felügyeletet	Specializált felügyelő
F Jövedelem meghatározás és kockázatmegosztás	Határ-termelékenység alapján	Egyenlő elosztás	Átalánytípusú jutalmazás	Az erőfeszítéssel arányos jutalmazás
G A szerződés időtartama	Egyszeri	Rövidtávú	Hosszú távú	-

Brousseau (1993) modelljének segítségével és a kikötések hét kategóriájával minden szerződés típus leírható (3. táblázat). Tehát pl. egy szervezeten belül működő munkaszerződésre az jellemző, hogy központi döntéshozatal valósul meg a stratégia, a szervezés és a működés területén (A_2 B_2 C_2), a különböző juttatások (hitel kedvezmény, lakás stb.) segítségével egyoldalú biztosítérendszer alakul ki (D_2), a munkáltató gyakorolja a felügyeleti jogot (E_3), a jutalmazás átalány alapú (F_3), a szerződés pedig általában hosszú távú (G_3).

Egyszeri adásvételnél a piaci koordináció valósul meg, alapvetően a rutin jellemzi a stratégiai, a szervezési és a működési (a teljesítés helye, ideje) kikötéseket (A_1 B_1 C_1), alapesetben nincs garancia rendszer (D_1), a felügyeletet a bíróság gyakorolja (E_2), a jutalmazás egyéni alapon történik (F_1), mindenki maga vállalja a kockázatot, a szerződés pedig egyszeri alkalomra szól (G_1).

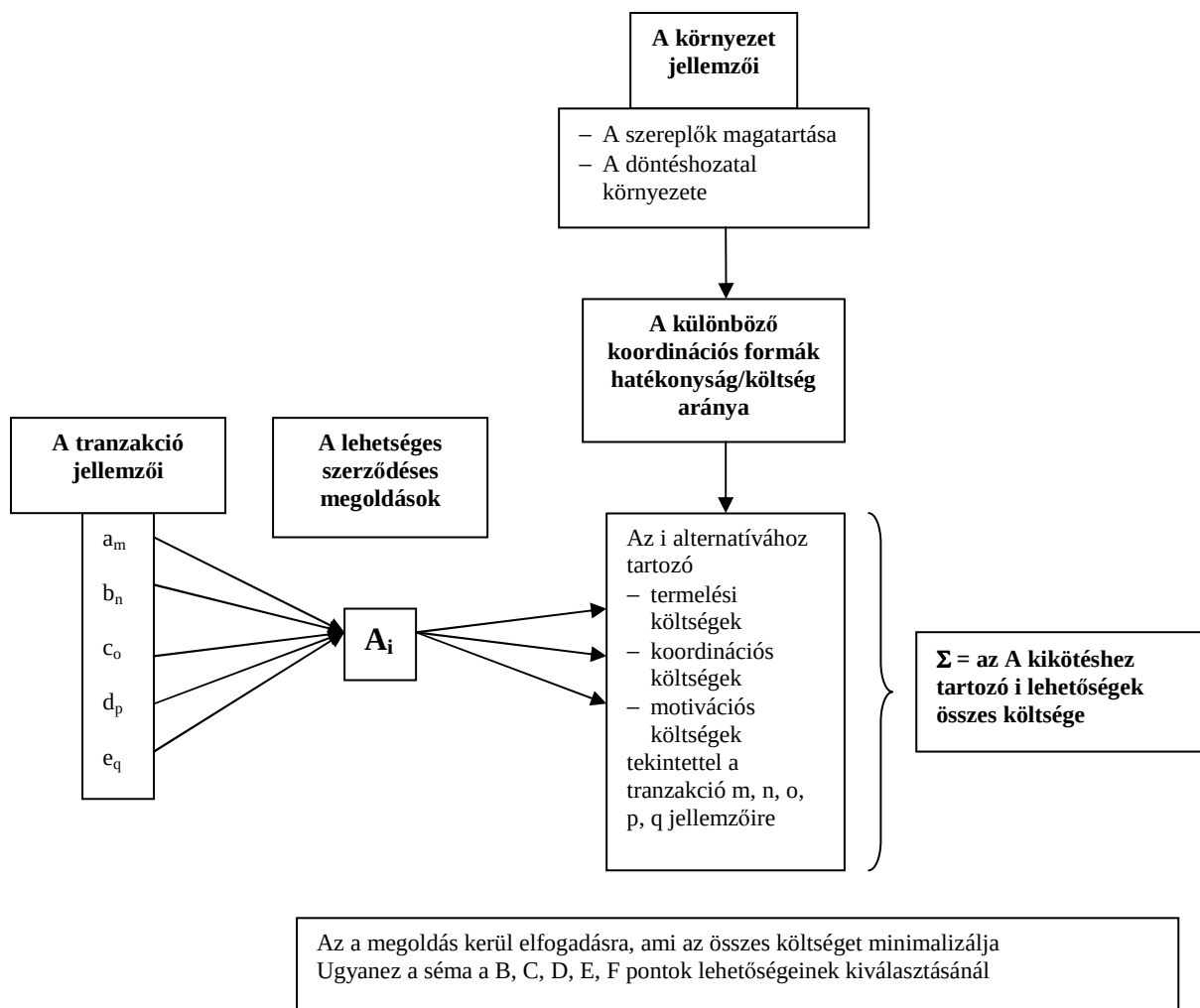
A szövetkezetek működése, így a tagok között létrejött szerződés a következő kikötéstípusokkal írható le: a szövetkezet tagjai bármikor, bármit újratárgyalhatnak a döntéshozatal során (stratégiai, szervezési és működési kérdéseket), erre szolgál a közgyűlés (A_3 B_3 C_3), biztosítékot az együttműködéshez nem tesznek le, így a szövetkezetből bármikor kiléphetnek (D_1), a felügyelet egymás ellenőrzésén alapszik (E_1), az eredményből mindenki egyenlő mértékben részesedik (F_2), a tagok hosszú távú együttműködés céljával hozzák létre a szövetkezetet (G_3).



5. ábra A szerződés kiválasztásának alapelve (Brousseau, 1993)

A szerződés egyes feltételeire vonatkozó döntés attól függ, hogy az egyes megoldási lehetőségekhez milyen előnyök és hátrányok tapadnak. Az előnyök és hátrányok azok pénzben kifejezett értéke alapján kerülnek értékelésre. Ugyanakkor a szereplők számára nem minden esetben ismertek a pénzben kifejezett költségek ezért nagyon fontos a szereplők számára a korábbi tapasztalat az egyes szerződéses megoldások alkalmazása során, hogyan oldottak meg a szereplők hasonló problémákat. A szerződés kiválasztásának alapelvét a 5. ábra foglalja össze.

A szerződés egyes kikötéseit a tranzakció jellemzői (ld. 2.1.6.) alapvetően meghatározzák, így a szerződés pontjainak kiválasztási mechanizmusát a 6. ábra mutatja be.



6. ábra A szerződés egyik pontjának kiválasztási sémája (Brousseau, 1993)

2.2.2.7. A szerződések alapvető formái

Az agrárszerződések esetében a koordináció eszközeit Hueth et al (1998) négy kategóriára osztja:

- Az alapanyag felvásárlási ára a felvásárló által a piacon érvényesített eladási ártól függ (pl. a végső – nagykereskedőnél vagy kiskereskedőnél elért – boreladási ár határozza meg a

szülő felvásárlási árát). Ebben az esetben a termelő és a felvásárló közösen viseli a kockázatot.

- A termék beszállításkor tapasztalható (mérhető) tulajdonságai, ami befolyásolhatja a felvásárlási árat.
- A termeléshez szükséges alapanyagok (input) meghatározása és ellenőrzése: a termelés folyamatához használható tényezők pontos megjelölése (fajta, alany, ültetvénysűrűség, öntözés, növényvédelmi technológia, a szüret időpontja és feltételei stb.)
- Monitoring (felügyelet): a felvásárló cég szakértőjén keresztül felügyeli a termelő által végzett munkát és a feladatok (termesztés technológiai lépések) megfelelő végrehajtását.

Mazé (2000) az élelmiszeripari ágazatokban három szerződés-típust különböztetünk meg (7. ábra):

- Adásvételi szerződés, ami a termék jellemzőire irányul (ár, mennyiség, minőség, szállítási időpont stb.);
- Termelési szerződés, amelynek kikötései a termeléshez szükséges tényezőkre irányulnak (pl. technológiai követelmények);
- Integrátori szerződés, ahol a felvásárló szolgáltat vagy a termelő rendelkezésére bocsát bizonyos termeléshez szükséges tényezőket (pl. a felvásárló adja a vetőmagot, gépi munkát, növényvédelmi szolgáltatást stb.).

A magyar gyakorlatban a szerződésben rögzített feltételek alapján a piaci adásvételi szerződések, a termelési szerződések és az integrátori szerződések mellett az általános vagy keretszerződéseket találjuk meg (Szabó, Bárdos 2005), ami csak általános adatokat tartalmaz, és inkább csak együttműködési szándéknyilatkozat.

Piac		Hierarchia (vállalat)		
SPOT PIAC	ADÁS-VÉTELI SZERZŐDÉS	TERMELÉSI SZERZŐDÉS	BÉRMUNKA SZERZŐDÉS	VERTIKÁLIS INTEGRÁCIÓ
	A termék jellemzőinek meghatározásával	A termeléshez szükséges tényezők meghatározásával	A munkaerő meghatározás ával	Munkaszerződés

7. ábra A mezőgazdasági és élelmiszeripari szerződések alapvető formái (Mazé, 2000 alapján)

2.2.3. A tranzakció jellemzői és a tárgyalóerő

A szerződés hatékonyságához szorosan kapcsolódik a szerződő felek által képviselt tárgyalóerő (4. táblázat). A tárgyalóerőt pedig az határozza meg, hogy a felek által a tranzakcióhoz rendelkezésre bocsátott eszközök milyen természetűek, mennyire speciálisak, ugyanis a gazdasági szereplők annak érdekében kooperálnak, hogy a tulajdonukban lévő termelési eszközök

együttműködésével plusz jövedelemre tegyenek szert. Éppen ezért fontos, hogy ezek az eszközök egymást kiegészítsék, tehát ebben az értelemben speciálisnak tekinthetők.

Amikor két gazdasági szereplő együttműködik, az a szereplő (A), aki könnyen helyettesíthető (nem egyedi és nem specializálódott) eszközzel rendelkezik, sokkal inkább ki van téve annak a veszélynek, hogy a partnere (B) helyette mást talál, mint fordítva. Ennek következtében B nagyobb súlyt képvisel, nagyobb befolyással rendelkezik a tárgyalás során, ami azt vonhatja maga után, hogy:

- olyan szerződést kötnek, ami B számára előnyös,
- az együttműködésből származó jövedelem elosztás B számára kedvező,
- A teljesen védett B opportunistá magatartásával szemben, mivel a könnyen helyettesíthető eszköz lehetővé teszi számára, hogy mással is együttműködjön.

Tehát abban az esetben, ha az együttműködésben az eszközök nem egyenlő mértékben specifikusságukat (aszimmetrikusak), akkor az egyik félnek lehetősége nyílik arra, hogy – bizonyos keretek között – döntéseit ráerőltesse a partnerére. Ekkor megbízó-ügynök típusú kapcsolatról beszélünk, ahol a megbízó olyan szerződést ajánl, ami számára lehetővé teszi a jövedelem megszerzését és védi őt a partnere esetleges opportunistá magatartásával szemben.

Abban az esetben, ha az eszközök specifikus sajátosságukat tekintve kiegyenlítettek (szimmetrikusak), a két fél egyenlő tárgyalóerővel képviselteti magát. Mindketten abban érdekeltek, hogy a közös célfüggvényüket maximalizálják.

4. táblázat A tárgyaló erő megoszlása és a szerződés típus optimális kiválasztásának modellje két szerződő fél között az eszközök típusának függvényében (Brousseau, 1993)

B \ A			
	Nem specifikus	Vegyes	Egyedi
Nem specifikus	• Tiszta és tökéletes verseny • Erőteljes motiváció a költségek minimalizálására	• A=Megbízó • B=Ügynök tárgyalóerő nélkül, de bármikor kiléphet a szerződésből • A Megbízó maximalizálja a jövedelmét, de a többi megbízó magatartásához igazodik	• A=Megbízó • B=Ügynök tárgyalóerő nélkül, és nem tud kilépni a szerződésből • A Megbízó maximalizálja a jövedelmét, és az együttműködésből származó egész jövedelmet megszerezheti
Vegyes	-	• Kétoldalú monopólium és oligopolisztikus helyzet a többi szereplőhöz (együttműködéshez) képest • Közepes a motiváció a költségminimalizálásra	• A=Megbízó • B=Ügynök tárgyalóerő nélkül, és nem tud kilépni a szerződésből • A Megbízó maximalizálja a jövedelmét, és az együttműködésből származó jövedelem nagy részét megszerezheti
Egyedi	-	-	• Kétoldalú monopólium és monopolhelyzet a többi szereplőhöz (együttműködéshez) képest • Gyenge a motiváció a jövedelem maximalizáláshoz, erőteljesen garantált a bevétel, bizonytalan a jövedelemelosztás

Az eszközök természete nemcsak a két fél egymáshoz viszonyított tárgyalóerejét határozza meg, hanem a külvilághoz viszonyított tárgyalóerejüket is befolyásolja. Abban az esetben, amikor mindkét fél általános, nem specifikus termelési tényezővel rendelkezik, az együttműködés tárgyalóereje viszonylag gyenge, a feleknek más koalíciókkal is versenyezniük kell, akik hasonlóan kevésbé specifikus tényezőkkel rendelkeznek, mivel a gazdaságban ezek az eszközök elterjedten, viszonylag nagy számban állnak rendelkezésre. Ekkor a szereplők a társadalmi hatékonyság maximalizálására törekednek (pl. legjobb szolgáltatás/ár arány). Akkor viszont, ha a termelési tényezők egyediek, speciálisak, a szereplők kevésbé törekednek a szociális hatékonyság maximalizálására, arra törekednek, hogy minél jobban ki tudják használni az egyediségből adódó előnyöket és megtartsák az ebből származó jövedelmet.

Amikor a szereplők aszimmetrikus helyzetben vannak, attól függően, hogy a felek milyen mértékben specializálódtak eszközökkel rendelkeznek, a tárgyalási erejük eltérő lehet:

- A megbízóé vegyes, az ügynöké nem specifikus: az ügynöknek nincs súlya a tárgyalásnál, de könnyen ki tud lépni az együttműködésből,
- A megbízóé egyedi, az ügynöké nem specifikus: az ügynök nincs súlya a tárgyalásnál, és nem tud kilépni az együttműködésből,
- A megbízóé egyedi, az ügynöké vegyes: az ügynöknek van tárgyalóereje, de nem tud kilépni az együttműködésből. A külvilág felé közösen a piaci erejük igen stabil.

Szimmetrikus helyzetben lévő szereplők esetén a szerződés a felek közös érdekeinek mentén szerveződik:

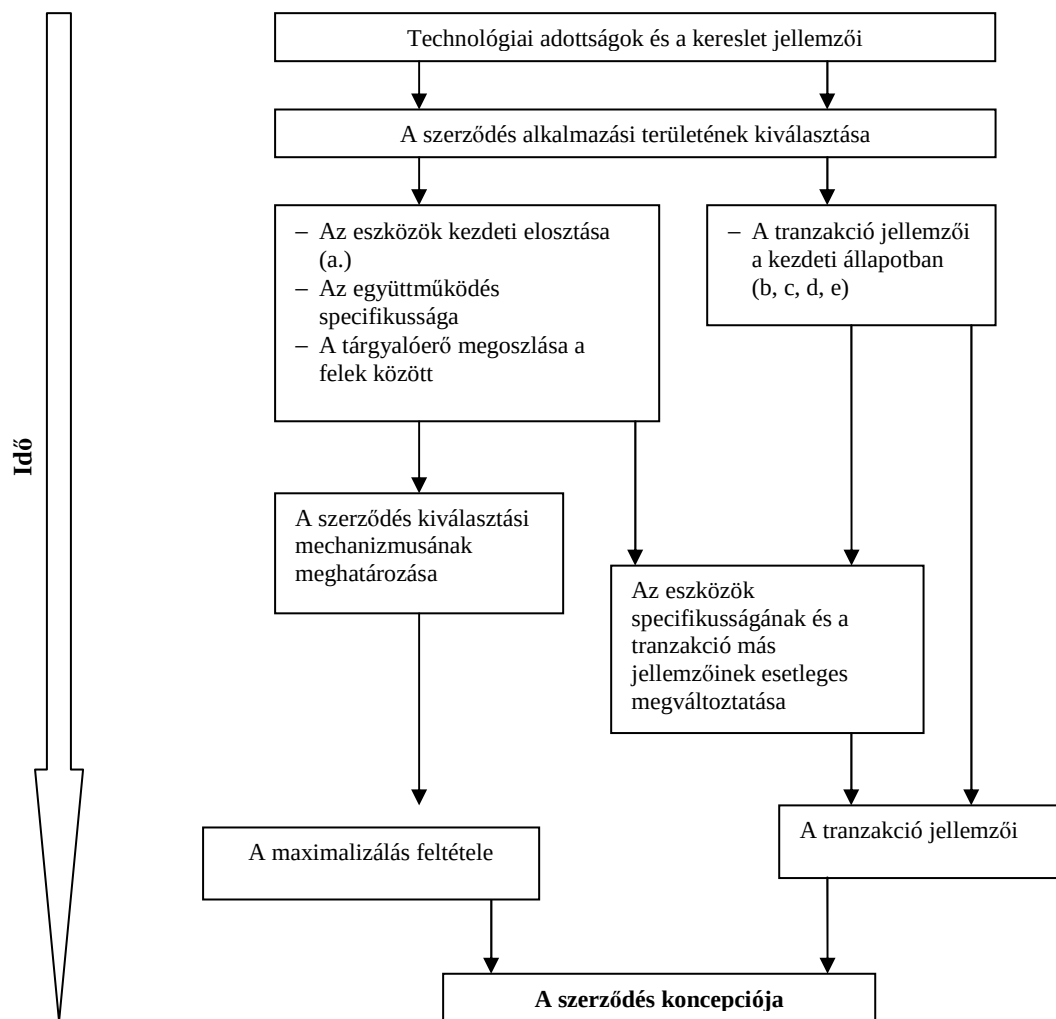
- abban érdekeltek, hogy csökkentsék a közös termelés és a koordináció költségeit, ha a konkurencia őket erre készíti (ilyenkor a tiszta és tökéletes verseny valósul meg). A külső verseny arra készíti őket, hogy olyan koordinációs formát válasszanak, ami a szociálisan optimális és a költségek minimalizálásához (tehát a hatékonyság maximalizálásához) vezet (Williamson, 1985);
- ha a felek egymáshoz képest monopolhelyzetben vannak, illetve a koalíciójuk is monopóliumot jelent a külvilághoz képest, a hatékonyság szempontjából az eljárás már kétséges. A szereplők nem igazán érdekeltek abban, hogy a hatékonyságot maximalizálják, mivel a verseny tekintetében a külvilág nyomása gyenge. Inkább a piaci helyzetükből adódó előnyt használják ki, ami nem a költségminimalizálás eredménye.

A tranzakció során a felek tárgyalóereje igen fontos kérdésként jelenik meg az olyan ágazatokban, ahol az alapanyag-termelés elaprózódott. A közelmúltban végzett hazai kutatások az élelmiszerágazatban (Szabó, Bárdos, 2005a) rávilágítanak arra, hogy sem a prémium ár, sem a termelőeszközök specifikus jellege nem befolyásolja a tárgyalóerőt. Egyedül a mennyiség jelent

alkupozíciót meghatározó tényezőt, ami rávilágít a szövetkezetek és termelői csoportok szerepére a termelők és felvásárlók közti a vertikális koordinációk esetében.

Összességében elmondható, hogy két fél között a szerződés a tranzakció jellemzőinek és a különböző megoldási lehetőségek összevetésének eredményeként jön létre, ami a tranzakció megszervezését jelenti. A szereplők annak érdekében specializálódnak, hogy saját termelésük hatékonyságát növeljék, ami ahhoz vezet, hogy egymáshoz képest kiegészítő eszközökkel, tényezőkkel rendelkeznek, és potenciális partnerekké válhatnak. Az együttműködés mozgatórugója pedig az, hogy közösen plusz jövedelemre tehetnek szert. Ráadásul minél inkább specifikus az egyik szereplő termelési eszköze, annál nagyobb tárgyalóerővel rendelkezik. Így a szereplőknek kétszeresen is érdekük, hogy specializálódjanak. A kialakult specializálódás határozza meg a tranzakció jellemzőit: az eszközök elosztását, a tranzakció gyakoriságát, mérhetőségét, a bizonytalanság mértékét és a tranzakció testre szabását. A specializálódásból következik a hatékonyság és a maximalizálás keresése, valamint meghatározza a felek által képviselt tárgyalóerőt. A tranzakció jellemzői szoros összefüggésben vannak azzal, hogy a felek milyen kikötéseket fogalmaznak meg a szerződésben annak érdekében, hogy áthidalják az információs aszimmetria, a bizonytalanság és az opportunista magatartás okozta problémákat. Így a szerződés a tranzakció jellemzőinek (tehát az együttműködés problémáinak) és a különböző megoldási lehetőségek hatékonyságának (megoldások sorozatával) párhuzamba állításával jön létre. Így a szereplők az egyes megoldási lehetőségekhez tartozó előnyök és hátrányok értékelésével, összehasonlításával hozzák meg a szerződés kikötéseire vonatkozó döntéseiket. Azt is meg kell állapítani, hogy mivel az együttműködések jó része nem statikus, hanem dinamikus, a szerződés az idő előrehaladtával módosulhat a felhalmozódott tapasztalatok alapján.

A szerződés kikötéseit a szereplők a tranzakció jellemzőinek megfelelően választják ki a különböző megoldási lehetőségek közül, úgy hogy a hozzátapadó költségeket minimalizálják, ugyanakkor azt is ki kell emelni, hogy a szerződés feltételei egymástól nem függetlenek, a kikötések és a tranzakció jellemzői között állandó a visszacsatolás, illetve egy-egy döntés több szerződési feltételt is befolyásolhat. Így a szerződés megalkotása során a döntéshozatal folyamata csak dinamikusan értelmezhető, ahol a szerződés az egymás után meghozott, egymásra épülő döntések sorozatának eredménye (8. ábra).



8. ábra A termelés és a tranzakció szervezés kiválasztásának sémája (dinamikus modell), Brousseau, 1993

2.3. A szőlő- és borágazat vertikális koordinációjának jellemzői és a borminőség közötti összefüggés

A mezőgazdasági termékek legspecifikusabb sajátossága a romlandóság, ami minden más ipari terméktől megkülönbözteti, valamint a termelés specifikus jellege és helye, különösen a differenciált, vagy földrajzi árujelzővel ellátott termékek esetében. Ebből adódik, hogy a tranzakció számos kockázattal jár együtt, ami a felek opportunistá magatartásából adódik.

Az agrárgazdaságban a tranzakciós költségek elméletét a szerzők általában amiatt alkalmazzák, hogy tanulmányozzák a mezőgazdaságban kialakuló különböző irányítási struktúrákat és magyarázatot találjanak a vertikális koordináció létrejöttének okaira (Boger, 2001, Hobbs, 1997, Loader, 1997 stb.), illetve tanulmányozzák az ágazat különböző szereplői között létrejövő vertikális koordináció formáit, így termelő és feldolgozó, feldolgozó és nagykereskedő, nagykereskedő és kiskereskedő között.

A hazai élelmiszerágazatokban végzett kutatások a tranzakciós költségek csökkentése tekintetében különösen a szövetkezetekben és termelői csoportokban rejlő lehetőségekre hívják fel

a figyelmet (Fertő, Szabó, 2002, Szabó, Fertő, 2004, Szabó, Bárdos 2005, 2006, 2007), tekintettel a nagyszámú és atomizált üzemméretre, valamint arra, hogy a termelőknek jelentős piaci kockázattal kell szembe nézniük, anélkül, hogy hatékony kockázatkezelési technikával rendelkeznének. A közelmúlt kutatási eredményei arra világítanak rá, hogy a szorosabb vertikális koordinációk kialakulásában az ármechanizmus fontos szerepet játszik, mint pl. a tejágazatban (Szabó M., 1999). A tranzakciós költségek és a specifikus termelési tényezők, beruházások fontos szerepet játszanak abban, hogy a termelők milyen eladási csatornát választanak, a piaci ármechanizmust, vagy a szövetkezetet pl. a magyar zöldség és gyümölcs ágazatban (Fertő, Szabó, 2002). Ugyanakkor Bárdos (2004) arra a következtetésre jutott a húsmarha szektor szerződéseinek vizsgálatánál, hogy bizonyos tranzakciós költségtényezők (tárgyalóerő, az információs költségek, tárgyalási költségek, stb.) a szereplők piaci döntéseit és koordinációs mechanizmusát ellentmondásosan határozták meg és nem voltak minden esetben szignifikánsak, de bizonyította a tranzakciós költségek jelentőségét az ágazat szereplőinek magatartása tekintetében.

Tekintettel arra, hogy a mezőgazdasági és élelmiszeripari termékek egyre differenciáltabbak lesznek, egyre több védjegy és minőségtanúsító jel jelenik meg (pl. védett eredetű bor, AOC, AOP, földrajzi jelzéssel ellátott termék, hagyományos és különleges termék, biotermék, Agriculture Biologique, Label Rouge stb.) egyre hangsúlyosabb szerepet kap a vertikális koordinációkban a megfelelő minőségű alapanyag termelése, és ellenőrzése. Hiszen az ellenőrzés (a termék útjának követése költsége), Hobbs (1997) vizsgálati eredményei alapján meghatározóak a vertikális koordinációt illetően. Minél nagyobb igény merül fel a termék követésére az alapanyag termelésnél, annál szorosabb vertikális koordinációs formák alakulnak ki termelő és felvásárló között.

Így tranzakció tárgyát képező javak és szolgáltatások minősége, illetve **a minőségre vonatkozó információs problémák** (bizonytalanság, oportunizmus, információs aszimmetria) fontos elemét képezik a tranzakciók és az irányítási struktúrák elemzésének. Témánk szempontjából ennek különös jelentősége van, hiszen a szőlőtermesztés és a borkészítés közötti vertikális koordinációban a tranzakció tárgyát a szőlő jelenti, amelynek jellemzői alapvetően meghatározzák a belőle készült bor tulajdonságát, minőségét. Abban az esetben, ha a borászat célja a minőségi, vagy védett eredetű bor készítése, az alapanyag minősége, származása kiemelkedő jelentőséggel bír.

Terjedelmi okokból ennek ellenére nem térhetünk ki részletesen valamennyi olyan kérdésre, amely a minőségre vonatkozó gazdasági elméleti háttérrel illetve a minőségnek a vertikális koordináció jellemzőivel való összefüggéseit részletezi. A kapcsolódási pontokat itt tehát csak érintjük, az elméleti alapokat az értekezés 1. számú mellékletében fejtjük ki.

Mindenek előtt a minőséghez kapcsolódó információ kapcsán kell megjegyeznünk, hogy a javak, termékek és szolgáltatások, jellemzőik, tulajdonságaik összességével írhatók le, a vevők által felállított preferencia a termékek közti választásban pedig a különböző tulajdonságok függvényében jelentkezik. A mérést a javak csoportosítása és sorrendbe állítása teszi lehetővé, ami összhangban áll az egyéni választást meghatározó jellemzőkkel. Ugyanakkor probléma már maga a jellemzők kiválasztása is, szükségszerű és téma-orientált megközelítés, ha elfogadjuk Lancaster megközelítését, amely szerint a minőség a tökéletesen megfigyelhető és mérhető tulajdonságok összessége, ily módon e megközelítés kulcsszava az objektivitás (Lancaster 1966).

Nem kérdés ugyanakkor, hogy a különböző termékek közti választást a rendelkezésre álló információ és az információ minősége határozza meg, az információ megszerzése pedig költségeket von maga után. Nelson (1970) a termékeket az alapján csoportosította, hogy milyen mértékű a termék minőségének meghatározásához kapcsolódó költség a vásárlás előtt és után. Álláspontja szerint a keresett termékek esetében a legkisebb, a tapasztalati termékek esetében viszonylag magas, a bizalmi termékek esetében pedig igen maga az a költség, ami a termék minőségének a vásárlás előtt illetve azt követő ellenőrzésével jár. A nelsoni megközelítés már nem csak a termékjellemző objektivitását, hanem a mérés bizonytalanságát is vizsgálja. Témánk szempontjából fontos, hogy a bizalmi termékek esetében a minőség meghatározásához a vásárlónak valamilyen harmadik személyre, vagy az eladó által feltüntetett minőségtanúsító jelre van szüksége, hogy kiküszöbölhesse és megvédje magát a tranzakcióhoz kapcsolódó erkölcsi kockázattól. Éppen ezért a termelőnek a vevő irányában garanciát kell nyújtania a termelésre és a termékre vonatkozóan, pl. márka, védjegy segítségével vagy valamilyen szervezési modell, minőségtanúsító rendszer alkalmazásával (pl. AOC, Label Rouge, Agriculture Biologique stb.). Standard márka, védjegy kidolgozása adott iparág vagy földrajzi egység szintjén kiváló eszközt jelent a termékek minőségfejlesztésének ösztönzéséhez, illetve ehhez a stratégiához kapcsolódó költségek csökkentéséhez.

A Nelson-féle csoportosítást kiegészítő, illetve azt más oldalról megközelítő elméleti felvetések közül a következőket emeljük ki:

- abban érdekeltek, hogy csökkentsék a közös termelés és a koordináció költségeit, ha a konkurencia őket erre készíti (ilyenkor a tiszta és tökéletes verseny valósul meg). A külső verseny arra készíti őket, hogy olyan koordinációs formát válasszanak, ami a szociálisan optimális és a költségek minimalizálásához (tehát a hatékonyság maximalizálásához) vezet (Williamson, 1985);
- Andersen és Philipsen (1998) szerint a vevő a tulajdonságok összességét veszi meg, ugyanakkor a termékek csoportosítását (keresett, tapasztalati, bizalmi), a kategóriahatárokat a különböző tulajdonságok határozzák meg. Mivel a tulajdonságok változásával a kategória

határok is változhatnak, ezért nem lehet állandó sémát alkalmazni a termékek csoportosításához kapcsolódó probléma megoldására, ezért a csoportosítás csak rövidtávon működik.

- Williamson (2000) szoros kapcsolatot talál az intézményi összefüggések (a vevők preferenciája, a minőségi standardok) és az irányítási struktúrák között. Egymással összefüggő fejlődés figyelhető meg a vevők preferencia rendszere, a termékek jellemzői és az intézményi struktúrák modelljét tekintve.
- Nelson (1970) a keresett és tapasztalati termékek problémáját a termékek árához és minőségéhez kapcsolódó információ megszerzésének problémájaként elemzi. Az információ létezik, de megszerzése költséges, így a minőségre vonatkozó információ megszerzésének nehézsége határozza meg a piac struktúráját.
- Darby és Karni (1973) szerint a bizalmi termékek esetében a jellemzők meghatározása számos visszaélés és hamisítás forrása lehet. A hamisítás nem más, mint hamis információ közlése annak érdekében, hogy a vásárlás megvalósuljon, ami egyébként nem következne be, ha a vevőnek a valódi információk állnának rendelkezésére.
- Barzel (1985, 2001) a terméket, jellemzők összességének tekinti, amit nem lehet tökéletesen kategóriába sorolni.

Darby és Karni (1973) meglátáshoz kapcsolódva hangsúlyosan kell utalnunk arra, hogy elméletük a bor esetében sajnos a gyakorlatban is visszaigazolható. Számos visszaélésre találunk példát, a legjellemzőbb az, amikor a piacon magas áron pozícionált, jó hírnévvel rendelkező borvidék nevével címkéznek olyan bort, ami egészen más termőhelyről származik, vagy a borvidék megnevezésével hoznak forgalomba, ami nem felel meg a címkén feltüntetett bor minőségi jellemzőinek, nem az előírásoknak megfelelően készült.

Barzel (1985, 2001) nézetéhez pedig azt kell egyetértőleg hozzátennünk, amit Eggersson is megállapított: *„sokkal költségesebb a termék vagy a szolgáltatás minőségi jellemzőinek mérése, mint az ár meghatározása. Amikor a termék minősége változó, a minőség mérése költséges a vevő számára, de sokszor az eladó számára is”* (Eggersson, 1990, fordítás).

A **bizalmi termékek jellemzőinek meghatározása** – többek között – azért vet fel súlyos kérdéseket, mert az e termékekkel foglalkozó irodalom olyan termékek elemzésével foglalkozik, amelyek jól körülírt, határozott tulajdonságokkal rendelkeznek.¹³ Ugyanakkor a valóságban a bizalmi termékek tulajdonságai változhatnak, ciklikus fejlődéssel jellemezhetők, sőt vannak olyan tulajdonságok, amelyek visszafordíthatatlan változásokon mennek keresztül és nehezen összehasonlítható jellemzők. Egyetértünk azzal, hogy a rejtett bizalmi tulajdonságok, a

¹³ Andersen és Philipsen, 1998

standardizált bizalmi jellemzők és a sztochasztikus bizalmi jellemzők a legjelentősebbek az agrártermékek esetében.

Barzel (1982, 2001) szerint az állam (az állami minősítő szerv) illetve a harmadik fél hírneve alapvető fontosságú ahhoz, hogy a minőségi szabványok hitelesek legyenek. Pl. abban az esetben, ha a minősítő bizottság a gyengébb minőségű termékekre is megadja minőségi bizonyítványt, a minőségtanúsító jelet, a jelölés elértéktelenedik, és nem tölti be tovább a minőségtanúsító funkcióját.

Olyan beruházásoknál, amelyek a hírnév- és a márkáépítéshez szükségesek a bizalmi termékek esetében (pl. egy borvidék földrajzi neve, egy borászat márkái esetében), a vevők hosszú távú kapcsolatot építenek ki azokkal a termelőkkel, akik már korábban jó hírnévre tettek szert.¹⁴ A hosszú távú együttműködések teszik lehetővé azt, hogy a partnerek koordináltan tudjanak alkalmazkodni azokhoz a változásokhoz, amelyek a termék jellemzőiben belső vagy külső okok miatt következnek be. Tehát minél bonyolultabbá válik a minőség meghatározása, annál inkább a hosszú távú kapcsolatok, szerződések kerülnek előtérbe.

Barzel (1982) szerint abban az esetben, ha a tranzakció tárgyát képező termék vagy szolgáltatás minőségi jellemzőinek, értékének meghatározása kivételesen magas költséggel jár az adásvétel pillanatában, azokat a szerződéseket érdemes alkalmazni, amelyek biztosítják az együttműködésből származó jövedelem megosztását a szerződő felek között. A köztes termékek tranzakciója esetében pedig a vertikális integráció (vállalat, hierarchia) nyújthat hatékony eszközt a minőség értékeléshez kapcsolódó ismétlődő mérések és értékelések magas költségének elkerüléséhez.¹⁵

A termék vállalaton belüli átadásának és a hozzá kapcsolódó mérésnek a költsége valószínűleg alacsonyabb, mintha két egymástól független cég között létrejövő tranzakció keretében valósulna meg. A munkáltatónak nem érdeke a mérések eltúlzása és az alkalmazott sem tud pótlólagos haszonra szert tenni (Barzel, 2000). Amikor a tulajdonságokat viszonylag könnyű megmérni az adás-vétel pillanatában, a tranzakció a piac keretében szervezhető, ahol a tranzakció végrehajtása a piaci ár alapján történik. Barzel a „szerződés” fogalmát ehhez a típusú tranzakcióhoz tartja fenn. Abban az esetben viszont, amikor a mérés költsége viszonylag magas az adás-vétel pillanatában, hierarchikus irányítási struktúra vagy a hosszú távú kapcsolatok előnyösek a tranzakció megvalósításához, ahol a hírnévnek fontos szerepe van. Ugyanakkor a „szerződéshez”

¹⁴ Pl. védett eredetű termék alapanyag termelői és a feldolgozók között: Champagne-i szőlőtermelők és pezsgőházak között (Chambolle, Saulpic, 1999), Bourgogne-i bortermelők és borkereskedők között (Saulpic, Tanguy, 2002, Giraud-Héraud et al, 2002)

¹⁵ „Amikor az alapanyagokat, két egymást követő termelési lépésben kell megmérni, ésszerűnek tűnik az integrált vállalat felállítása” (Barzel, 1982, fordítás)

(piachoz) való visszatérés a standardok, szabványok és mérési módszerek kifejlesztésével következhet be¹⁶.

A **bizalmi termékek piacára és a standardokra vonatkozó elméleti megállapításokat** a statikus kiszámíthatóság és a változó piaccal is összefüggő dinamizmus szemszögéből érdemes értékelnünk. Nem vitatható Andersen megállapítása, amely szerint a bizalmi termékek piacán a termékek jellemzőit nem lehet önkényesen megváltoztatni. A minőség meghatározása a vevő és az eladó közti megegyezés alapján jön létre (magánjogi standard). Ahhoz, hogy meg lehessen változtatni a termék jellemzőit (minőségét és ezzel együtt a magánjogi standardot), a termelő kompetenciájában is változásnak kell bekövetkeznie, valamint az új jellemzőkkel újra meg kell állapítani a termék minőség/ár arányát és a piaci pozicionálást.

Az 1. számú mellékletben részletezett elméletek közül Plichta (1994) nézetét is ki kell emelnünk, e szerint a minőségi követelmények dinamikus változása nemcsak a minőségi tulajdonságok változását eredményezi, hanem ezzel párhuzamosan a minőség, az ár és az irányítási struktúra is megváltozik. Ugyancsak irányadónak tartjuk Andersen és Philipsen (1998) megfogalmazását, amely szerint a minőségi standardok is változnak, amely a piacra is hat. Akkor, amikor a vevők ugyanúgy elismerik a keresett és a tapasztalati tulajdonságokat, mint ahogy azokat a minőségi standardok teszik, megújítják a termék bizalmi tulajdonságait. Azok a tulajdonságok, amelyek korábban a minősítési rendszer és a minőségellenőrzés középpontjába kerültek, egyszerű minimum követelményekké alakulnak át, ugyanakkor az új tulajdonságok a minőségjavítás során sikerre vihetik a terméket a piacon.

Az 1. számú mellékletben áttekintjük a **borszőlő minőségét befolyásoló tényezőket** is, specifikáljuk a minőségi tényezőket a borszőlő vonatkozásában és keressük az „ideális bor” fogalmát és kategóriáját. Azt itt is ki kell emelnünk, hogy a borminőség meghatározása komplex feladat, amelynek meghatározására Bisson (2001b) három definíciót ad meg:

- a minőség az, ami a keresett cél közelében található, és ideálisnak tekinthető (ideális bor),
- a minőség harmonikus komplexnek tekinthető (harmonikus bor),
- a minőség a nem kifogásolt bor.

Bisson (2001b) szerint, amikor a bor minősége az ideális minőséget jelenti, részletes leírás található az íz és aromaanyagok ideális összetételéről, ami a privát standardokban megjelenő jellemzők összessége. Ebben az esetben a stratégiai cél a tökéletesség elérése. Minél közelebb van a bor ehhez a tökéletességhez, annál magasabb a minősége. Ebben a kategóriában a borok

¹⁶ Barzel (2000b) élelmiszeripari példát hozva megállapítja, hogy „az informatikai költségek és bizonyos kémiai vizsgálatok költsége jelentősen csökkent az utóbbi időben, ami minden bizonnyal hozzájárul a mérési költségek szignifikáns csökkenéséhez és elősegíti a szabványok kidolgozását. Ez a változás pedig növeli a szerződések használatát (a piaci irányítási struktúrát) más tranzakciós formákkal szemben” (Barzel, 2000b).

háromféleképpen határozhatók meg: a termőhelyi sajátosság, a fajta sajátossága és a bor stílusa alapján.

Mivel az említett megközelítést az 1. számú melléklet részletesen tárgyalja, más megközelítésből **a borszőlő kémiai összetevőit és a bor minőségével való kapcsolatát** emeljük még ki, mint mérhető és egymással kapcsolatban álló tényezőrendszert. A bor kémiai összetevőit (Kállay, Eperjesi, 1999; Bisson, 2001a) a szőlő kémiai összetevői, a mikroorganizmusok biológiai tevékenysége, a borkészítési eljárások és az érlelés határozzák meg. Az összetevők egymásra hatása a borkészítés során ad minőségi terméket. A szőlőben lévő kémiai és biológiai összetevők kulcsfontosságú szerepet töltenek be a borkészítés során. A tényezők azonosítása és mérése elengedhetetlen a minőségi szőlőtermesztéshez.

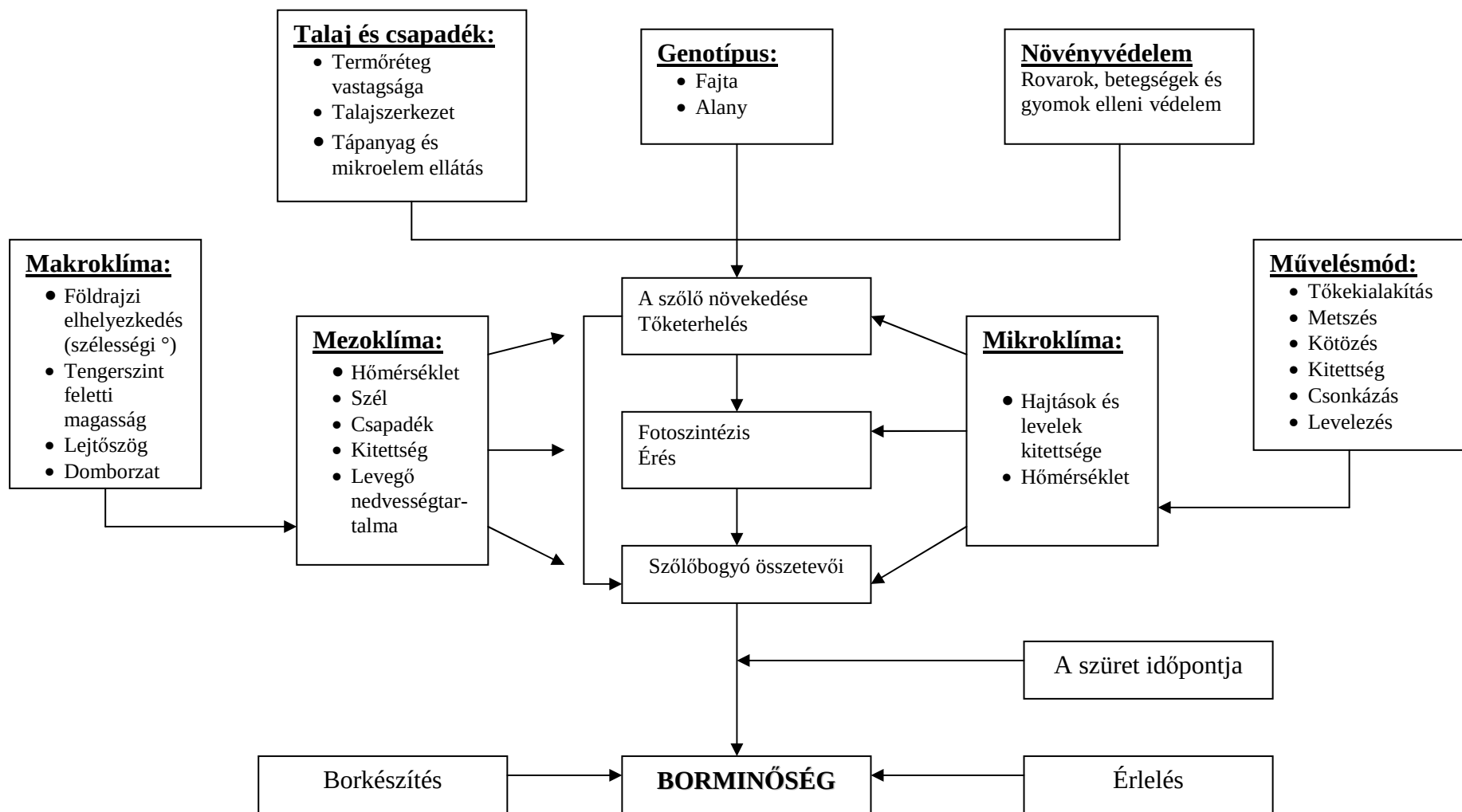
A minőséget meghatározó tényezők különböző mutatókkal írhatók le: mint pl. a cukortartalommal, szerves savak koncentrációjával, a pH érték, fenol és antocián vegyületek koncentrációjával, terpének és egyéb vegyületek koncentrációjával. A bor minőségét elsősorban az alapanyag, a szőlő minősége határozza meg. A szőlő minőségét kialakító tényezőket három szintre oszthatjuk (9. ábra)

A 9. ábrában említett tényezők részletes elemzését és alapvető összefüggéseit – a terjedelmi korlátokra tekintettel – az 1. számú mellékletben fejtjük ki.

Összefoglalva megállapíthatjuk, hogy a termék – és konkrétan a bor – minőséget kialakító tulajdonságok szorosan kapcsolódnak a borminőség definíciójához és a borászatok által keresett borszőlő minőségéhez. A borszőlő felvásárlók, borászatok által igényelt minőségi jellemzői igen összetettek és számos mérési problémát okoznak, ahol a mérési hibák erkölcsi kockázatot vagy kontraszelekciót okozhatnak a termelő és felvásárló közti kapcsolatban.

A bor potenciális minőségét meghatározó tényezők, mint alaptényezők (termőhely, fajta, alany, művelésmód, az ültetvény kora) lehetővé teszik a borszőlő és a termelők homogén csoportokba történő sorolását is. Az alaptulajdonságot módosító tényezők (terhelés, termés hozam, öntözés, termesztéstechnológia stb.) pedig a keresett átlagminőség körüli szórás kézbentartását teszik lehetővé, és egyben hozzájárulnak a termelők differenciálásához. Az alap- és módosító tényezők szintjének meghatározása, direkt, vagy indirekt módon történő mérése és ellenőrzése elengedhetetlen ahhoz, hogy a termelő és a borászat a célnak megfelelő minőségű borszőlőt elérje. Így a jellemzők mérése is szoros összefüggésben áll a minőség meghatározásával, ami pedig felveti az információ aszimmetria problémáját szőlőtermelő és felvásárló között.

Abban az esetben, ha változik a borászat által keresett minőség (mert pl. megváltozik a fogyasztók igénye, vagy újdonságot kíván bevezetni a piacra a borászat), és újradefiniálásra kerül a borszőlő minősége, az alkalmazott technológiában is változás következik be, ami a termelőket és a borászatokat is arra készíti, hogy új termelészervezési rendszert dolgozzanak ki.



9. ábra A borszőlő minőségét befolyásoló tényezők, forrás: Jackson és Lombard (1993)

Így az új alap és módosító minőségi tényezők kiválasztása mellett új irányítási struktúrát, koordinációs formát alkalmaznak.

A borászatok által kidolgozott minőségi stratégia alapján (termőhelyi, fajta tipikus jellemző, saját stílus stb.) a minőséget meghatározó tényezők rangsora eltérő lehet. A minőség egyrészt a borszőlő mérhető tulajdonságai alapján kerül meghatározásra (cukorfok, savtartalom, pH, szín stb.), másrészt pedig a termesztéshez felhasznált alapanyagok és termesztéstechnológia alapján (terméshozam, növényvédelem, öntözés, szüreti idő meghatározása stb.). Ezek tényezők segítik a borszőlő minőségének becslését, ami egyben mérési hibát is hordoz magában a minőséget meghatározó jellemzők mérése során.

Ráadásul a bor minőségének fejlesztése számos specifikus és sokszor irreverzibilis beruházást von maga után, mind a szőlőtermesztés (az ültetvény létrehozása, termőhely, fajta, térállás, művelésmód megválasztása, a termőre fordulásig a költségek finanszírozása stb.), mind a borkészítés (pince, technológiai beruházások, kereskedelmi kapcsolatok, márka, hírnév kialakítása stb.) területén, ami a hold-up probléma kockázatát növeli. Minél előrehaladottabb egy beruházás (minél erősebb az időbeli specifikusság), minél közelebb áll a beruházási projekt a megvalósuláshoz és minél inkább az adott együttműködéshez igazodó a beruházás, annál nagyobb a kockázata annak, hogy az egyik fél a függőségi helyzetet kihasználva a saját előnyére szeretné újratárgyalni a megállapodást.

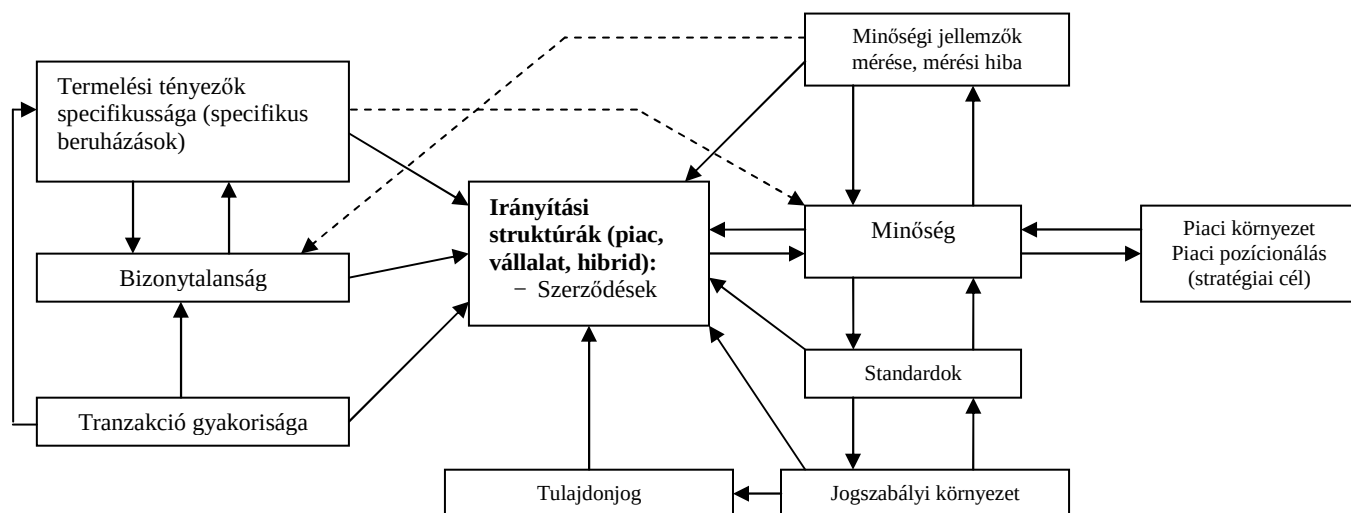
Összességében megállapítható, hogy a bor minőségének változása, a minőség újradefiniálása, hatással van a termelés-szervezésre, az irányítási struktúrák átalakulására és új minőség/ár arány meghatározására a termék esetében, valamint a piaci pozicionálás során más szegmensben történő pozicionálásra. Így a termelők és a borászatok kénytelenek újra meghatározni a minőséget jelentő alap és módosító tényezők szintjét.

A minőségi szőlőtermesztés és a hozzákapcsolódó irányítási struktúrák kérdését többféle megközelítésből elemezhetjük az új intézményi közgazdaságtan keretében:

1. A tranzakciós költségek elméletének oldaláról, ami a beruházások specifikusságára és ezzel kapcsolatban a hold-up problémára hívja fel a figyelmet,
2. másrészt a Barzel-féle megközelítés alapján, ami a minőségi tényezők mérése és a mérés során keletkező hibák alapján magyarázza az irányítási struktúrák kialakulását, valamint felhívja a figyelmet a kontraszelekció és az erkölcsi kockázat problémájára a minőségi tulajdonságok mérése során.
3. Harmadrészt pedig elemezhető a minőségi szőlőtermesztés problémája az „ügynökség”-elmélet (*agency theory*) alapján is megközelíthető, ami a tulajdonjogot és a hírnevet tekinti magyarázó tényezőnek az irányítási struktúrák megválasztásánál.

3. ANYAG ÉS MÓDSZER

A szőlőtermelés és a borászat közti koordináció elemzése az irodalmi áttekintésben felvázolt gazdasági elméletek mobilizálásával az alábbi séma alapján végezhető el. A 10. ábra az irányítási struktúrák, koordinációs formák kialakulását és változását befolyásoló tényezőket foglalja össze, amelyek vizsgálatunk tárgyát is képezik.



10. ábra: az irányítási struktúrát meghatározó tényezők a borszőlőre vonatkozó tranzakciók esetében (Williamson, 1985, Barzel, 1982, North, 1990, Brousseau, 1993, Ménard, 1997, Chambolle-Saulpic, 1999, Gaucher et al. 2000, Laport, 2000 felhasználásával)

3.1. Az új intézményi közgazdaságtan empirikus úton történő elemzésének, bizonyításának módszerei

Az új intézményi közgazdaságtan három elemzési módszert, illetve ezek kombinációját alkalmazza a tranzakciós költségek és az irányítási struktúrák elemzésére. Ugyanakkor meg kell jegyeznünk, hogy míg Coase (1937) adott irányítási struktúra elemzését helyezi előtérbe a tranzakció esetében, Williamson (1995) és Ménard (2004b) pedig az irányítási struktúrák összehasonlító elemzését (banchmarking) javasolja.

Az irányítási struktúrák elemzésére vonatkozó módszerek az alábbi kategóriákba sorolhatók:

1. Esettanulmányok, elemző előadások: empirikus kutatás, ami az éppen aktuális jelenségeket és azok összefüggéseit vizsgálja. Ez a módszer lehetővé teszi a kutató számára, hogy holisztikus képet alkosson a kutatás tárgyáról. Lehetővé teszi a megfigyelt jelenség vagy az adott helyzet elemző típusú bemutatását, leírását, ami egyben a kutatás eredményét adja és hozzájárul az új ismeretek létrehozásához (Reményi et al, 1998). Több eset összehasonlítása

lehetővé teszi az elméleti feltételezések megfogalmazását, esetleg a hipotézisek igazolását vagy az empirikus úton történő általánosítást (Yin, 2003). Az esettanulmányok nem a mérésen alapulnak, így nem kvantitatív típusú kutatások, hanem inkább egy-egy feltevés igazolásában vagy visszautasításában segítenek a megfigyelni kívánt jelenségekkel kapcsolatban feltett kérdésekre adott válaszok formájában. Nem a statisztikai elemzés és a feltevések számokkal történő igazolása válik fontossá, hanem a jelenségek mélyebb megismerése, ami az általános elemzési elvek segítségével kerül kiértékelésre. Ebben az esetben a minta mérete nem központi kérdés. Az esettanulmányokból kapott eredmények, amelyek az érvelés logikáján alapulnak, igen megalapozottak lehetnek. Ugyanakkor az esettanulmányok eredményei alapján nem lehet ugyanúgy általánosítani, mint a statisztikai következtetések esetében, mivel az esettanulmány a jelenséget a környezetével együtt vizsgálja, és viszonylag nagyszámú változót emelhetünk ki az eredményekből.

Az esettanulmányokat általában az a kritika éri, hogy az eredmények torzítást hordozhatnak magukban, ami a vizsgálatot végző (a kérdező) személy szubjektivitásából adódhat. Nehezen reprodukálható a vizsgálat, a tényezők igen változékonyak, így ez a körülmény nem kontrolálható. Az interjú alanyok is kevésbé kedvelik, mint a kérdőíveket, hiszen sok időt vesz el az, hogy részletesen ki kell fejteni a kérdésekre adott választ, mivel a kérdések ebben az esetben általában nyíltak. Ugyanakkor léteznek olyan módszerek, amelyek csökkentik az eredmény torzulását, pl. az eredmények alátámasztása más forrásból, a különböző interpretációk megvitatása, több információforrás alkalmazása, pl. ugyanannál a vállalkozásnál mást is megkérdezzünk, különböző kvantitatív és kvalitatív kiegészítéseket keresünk a témával kapcsolatban (éves jelentés, mérleg, sajtóanyagok, tanulmányok stb.).

2. Másodlagos (szekunder) források ökonometriai elemzése: meglévő statisztikák, adatbázisok elemzése, szerződések elemzése, esetleges összehasonlítása az aggregált adatbázisokkal. Kvantitatív módszer, ugyanakkor a rendelkezésre álló mérhető változók is felhasználásra kerülnek az értékelésnél. Előnye, hogy a vizsgálat reprodukálható bizonyos változók esetében. A változók közül jó néhány függhet, pl. az adott szektor jellemzőitől, a termés ingadozásától.

3. Az elemző által összegyűjtött elsődleges (primer) adatok ökonometriai elemzése: ahol a változókat a vizsgálat szervezője állítja össze. Ez abban az esetben elengedhetetlen, amikor a rendelkezésre álló adatbázisok a vizsgálat céljának nem felelnek meg.

3.2. A minőségi alapanyag termelés esetében kialakuló irányítási struktúrák elemzésének módszere a magyar szőlő- és borágazatban

A vizsgálataink során elsősorban az esettanulmányok elemzését választottuk az irányítási struktúrák alkalmazásának magyarázatára, amelynek keretében a legnagyobb hazai borászatokkal, a borászati vállalkozások menedzsmentjének tagjaival készítettünk mélyinterjút, mivel törekedtünk arra, hogy azokat kérdezzük meg, akik a vállalatnál a megfelelő információval rendelkeznek, tehát az interjú alanyaink a legjobban informáltak legyenek. A nagyvállalatokon kívül a borászati kis- és középvállalkozások tulajdonosaival, illetve vezetőivel készítettünk mélyinterjút. A kérdések mindkét csoport esetében a vállalatra, mint szervezetre, a szőlőtermesztésre illetve felvásárlásra, stratégiájukra és a külső koordinációs formákra irányultak. Mélyinterjú keretében 12 borászatnál végeztünk vizsgálatot, ebből 8 nagyvállalat, 4 kis-és középvállalkozás.

Ahhoz, hogy az irányítási struktúrákat elemezni tudjuk, a koordinációs formákat befolyásoló tényezőket is célszerű megvizsgálni a magyar borászat tekintetében. Így a koordinációkra irányuló vizsgálatainkat számos statisztikai elemzéssel és elemző vizsgálattal is kiegészítettük. Ennek megfelelően a 10. ábra alapján a következő vizsgálatokat végeztük el (5. táblázat).

A vizsgálatok anyagáról és módszereiről készített összefoglaló táblázatból kitűnik, hogy elemzéseink több, kisebb vizsgálatra, valamint a fellelhető adatok másodlagos elemzésére épülnek. Tekintettel a hazai borászatok igen nagy számára (ma Magyarországon 13 000 borászatot regisztrálunk), a kutatás korlátozott anyagi lehetőségei sajnos nem tették lehetővé számunkra, hogy országosan reprezentatív vizsgálatokat végezhessünk. Ugyanakkor törekedtünk arra, hogy olyan borászatok képezzék a hazai vizsgálatok tárgyát, amelyek fontos szerepet töltenek be a szőlőtermesztés koordinációjában és a felvásárlásban, valamint hosszú távú kapcsolatot alakítanak ki az alapanyag beszállítóikkal (a szőlőtermelőkkel) és stratégiájuk középpontjában a minőségi bortermelés és a borminőség javítása áll. Ezek olyan borászatok, amelyek egy vagy akár több borvidéken is jelentős szerepet töltenek be a szőlőfelvásárlásban.

5. táblázat: A kutatás során elvégzett vizsgálatok anyaga és módszerei

Elemzett témakörök	Vizsgált résztémák	Vizsgálat típusa	Minta nagysága	Felhasznált adatok	Adat és információ-elemzési módszerek
A magyar borok piaci környezetének elemzése és a magyar borok pozicionálása	A világ és az EU borpiacának elemzése	Szekunder kutatás, meglévő statisztikai adatok, adatsorok felhasználása, elemzése	A világ és az EU legjelentősebb bortermelő borexportáló, borimportáló és borfogyasztó országai	OIV, FAO, DG Agri, ONIVINS, Ernst&Young Hazai piac:	Leíró statisztika, összehasonlító elemzés
	A hazai borpiac elemzése	Szekunder kutatás, meglévő statisztikai adatok, adatsorok felhasználása, elemzése	A magyar borpiac szereplőinek 90%-át lefedő adatbázis	HNT, KSH, VPOP, Kopint-Datorg	Leíró statisztika, összehasonlító elemzés
	A magyar borok pozicionálása a belföldi piacon	Szekunder kutatás (a közvetlen megfigyelést a HNT végeztette)	15 hiper- és szupermarket lánc 35 üzlete	HNT	Leíró statisztika, összehasonlító elemzés
A bortermelés jogszabályi környezetének elemzése	Az EU és a hazai jogszabályok és azok változása, hatása a magyar borászatra		112 közösségi 44 hazai jogszabály	Eur-Lex jogtár Complex Jogtár	Tartalomelemzés, összehasonlító elemzés
	A minőségi borokra vonatkozó szabályozás elemzése			Legifrance Complex Jogtár	Tartalomelemzés, összehasonlító elemzés
Az irányítási struktúrák a magyar szőlő- és borágazatban	A vertikális koordinációk elemzése	Esettanulmány, strukturált mélyinterjú a borászatokkal (a menedzsment tagjával vagy a tulajdonossal) és az ágazat képviselőivel	12 mélyinterjú borászatokkal 5 mélyinterjú a szakmai szervezetek képviselőivel (HNT, Balatonboglár, Eger, Villány, Tokaj, Mátra)		Tartalomelemzés, összehasonlító elemzés, szintézis készítése
A szőlőfelvásárlási (termékértékesítési) szerződések elemzése a borágazatban	Nemzetközi példák	Esettanulmányok	2 francia példa (Champagne és Vins de Pays des Sables du Golfe du Lion)	CIVL ¹⁷ Sabledoc Pinceszövetkezet et ONIVINS	Tartalomelemzés (Brousseau-féle modell), összehasonlító elemzés, szintézis készítése
	Hazai példák	Esettanulmányok, közvetlen megfigyelés	8 szerződés minta		Tartalomelemzés (Brousseau-féle modell), összehasonlító elemzés, szintézis készítése
Az irányítási struktúrák eredményessége	A hazai borászatok gazdasági eredményeinek értékelése	Szekunder adatok elemzése	40 db hazai borászat	AMADEUS ¹⁸ adatbázis	Leíró statisztika, gazdasági mutatók elemzése

¹⁷ Conseil Interprofessionnel des Vins de Champagne = Champagne-i Szőlészeti-Borászati Szakmaközi Szervezet

¹⁸ Európai országok vállalkozásainak adatbázisa, a hozzáférést az INRA-UMR MOISA tette lehetővé

3.2.1. A magyar borok piaci környezetének elemzése és a magyar borok pozícionálása

Az irodalmi áttekintésben rávilágítottunk arra, hogy adott borászat alapanyag ellátásának szervezése nagyban függ attól, hogy milyen terméket szeretne előállítani, melyik piaci szegmensben kívánja pozícionálni termékét, vagyis milyen minőségi stratégiát folytat. (tehát a Brousseau-modell szerint a stratégiai koordináció, a szerződő felek céljának meghatározása). Ennek alapján határozza meg azt, hogy milyen minőségű borszőlőt kíván a piaci cél eléréséhez feldolgozni, meghatározza a keresett minőség eléréséhez szükséges tényezőket és azok szintjét, mérési módszereit, és eldönti, hogy a keresett minőségű szőlőt saját maga termeli-e meg, a piacon vásárolja fel, vagy valamilyen közép vagy hosszú távú együttműködés keretében termelteti meg és vásárolja fel. Ezért tartjuk fontosnak megvizsgálni azt, hogy hogyan alakul a magyar borok piaca. Arra keressük a választ, hogy milyen piaci szegmensben pozícionálják a borászatok a boraikat a hazai és a nemzetközi borpiacon, illetve milyen piaci környezetben tevékenykednek a magyar borágazat szereplői?

3.2.1.1. Nemzetközi piac

Tekintettel arra, hogy vizsgálataink a francia és magyar hosszú távú kapcsolatok elemzésére irányulnak, célszerűnek tűnik a nemzetközi borpiaci tendenciák bemutatása, azért hogy lássuk milyen piaci környezethez igazodva, milyen versenytársakkal és piaci nehézségekkel kell szembenéznük. Franciaország egyértelműen a világpiac vezető pozícióját foglalja el a termelés, az export és a borfogyasztás tekintetében. Magyarország kis bortermelő lévén ugyan, de borexportján keresztül szintén jelen van a nemzetközi piacon. Ennek megfelelően elemezzük, hogy milyen környezetben kell versenyezniük a magyar boroknak a nemzetközi piacon, mi jellemzi a versenytársak stratégiáját, és melyik piaci szegmensben pozícionálják a magyar termelők a boraikat. Annak ellenére nem hanyagolható el ez az aspektus, hogy a magyar borexport csökkenő tendenciát mutat és magyar bortermelés kb. 20%-át értékesítik külföldi piacon.

A nemzetközi borpiac elemzésénél sor kerül a világ borkínálatának, keresletének, a nemzetközi borkereskedelem és a piaci szegmensek elemzésére. Tanulmányunk alapját hosszú távú idősorok, harminc éves időintervallum adatai jelentik, amelynek forrását az OIV által közzétett statisztikák adják. A teljes idősorok 1967-2002-ig állnak rendelkezésre, mivel az OIV a nemzetközi adatsorokat két vagy három éves elmaradással teszi közzé. Ezért az elemzéseinkhez más adatforrást is felhasználunk, így a FAO, az ONIVINS (2006 óta

Viniflor), az Ubifrance, az Ernst & Young és a Wine & Spirits Intelligence által közölt adatokat szintén figyelembe vesszük, elsősorban a 2002-2006-os időszak elemzéséhez. A nemzetközi borpiac elemzésével kapcsolatban saját tanulmányt is készítettünk, amit a Borászati Füzetek 2003/6, 2004/1 és 2004/2. számában megjelent cikkekben tettünk közzé. Így a doktori értekezésbe a saját vizsgálatok eredményei közül a magyar borpiaci szereplők szempontjából a legfontosabbakat vesszük át, illetve az irányítási struktúrákra ható legfontosabb piaci jelenségeket emeljük ki.

A nemzetközi tendenciák vizsgálatánál a következő tényezők változására keresünk magyarázatot: a szőlő termőterület, a bortermelés, az import, az export, a borfogyasztás, valamint a termékdifferenciálás alakulására. Az elemzést két nagy régióra bontva végezzük el, az EU 25 tagállamára és az Újvilág bortermelő országai koncentrálnak. Részletesen kiemeljük a közép-kelet európai régiót gazdasági sajátosságainál fogva.

A szőlő-termőterület jelenti a világ bortermelésének alapját. A szőlő, mint élő növény életciklusa meghatározó gazdasági tényező. Az új telepítések létrehozása, az ültetvénykivágás és újratelepítés relatíve lassú folyamat, ami időnként felgyorsulhat, a természeti csapások (lásd filoxéra) vagy valamilyen gazdasági válság hatására (ld. EU asztali bor túltermelési válsága az 1970-es és 80-as években), de befolyásolhatja a gazdaságpolitika vagy az új piaci igények megjelenése is.

A szőlőtermő felület alakulása reprezentálja a bortermelési potenciál változását. Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy ez a jelzőszám a strukturális változásokra nem ad magyarázatot, mivel a kivágott szőlőterületek terméshozama igen eltérő lehet, illetve a szőlőterületek egy része éppen szerkezetátalakítás alatt áll. Ahhoz, hogy a szőlőtermő potenciálról árnyaltabb képet kaphassunk, figyelembe kell venni szőlőterület változásának jellemzőit a fajta, a művelésmód és a minőségi orientáció tekintetében, valamint tekintettel kell lenni az ültetvények terméshozam változására.

A bortermelés az évenként változó terméshozammal írható le, amit a klimatikus és növényegészségügyi jellemzők erősen befolyásolnak, illetve a termőterület és a terméshozam szorzata adja a bortermelés volumenét.

Mivel a szőlő élő növény, a szőlőtermő felület viszonylag lassan változik, ehhez hozzáadódik az, hogy a terméshozam egyik évről a másikra az időjárás következtében igen eltérő lehet, ezért a szőlő illetve a megtermelt bor mennyisége szintén jelentős mértékben ingadozik.

Az export a kínálat részét képezi, az exporton keresztül történhet egyrészt a feleslegek levezetése, másrészt adott termelő ország specialitásainak piacra juttatása. Az export piaci

részesedés alakulása, pedig az adott ország termékeinek nemzetközi versenyképességére utal. Az export elemzésénél kitérünk a bormennyiségének, az export értékének és átlagárának elemzésére. A legnagyobb borexportáló országok tendenciáit vettük górcső alá, valamint részletesen foglalkozunk Magyarország export tendenciáinak alakulásával, és legfontosabb célpiacaival. Az exportot a versenyképesség mellett befolyásolja az adott ország termékei iránt jelentkező nemzetközi kereslet, kétoldalú megállapodások az EU és a harmadik országok között, a piacra jutási akadályok (nem tarifális akadályok), a nemzetközi piacra jutás ösztönzése pl. promócióval, export visszatérítéssel, a promóció és a piacra jutás támogatásával

Az import nagyban függ az egyes országok fogyasztói szokásaitól, valamint attól, hogy van-e az adott országnak saját bortermelése és milyen mértékben tudja kielégíteni a fogyasztók igényeit. Hasonlóan az exporthoz, itt a mennyiség, az érték és az átlagár elemzésére térünk ki, valamint megvizsgáljuk a legfontosabb importáló országok jellemzőit, a legnagyobb beszállítókat, hiszen Magyarország számára is a világ legnagyobb importőrei jelentenek piaci lehetőséget és egyben kihívást is.

Kitérünk a **borok minőségi differenciálódására**, a borpiac átalakulására, mivel már régóta nem beszélhetünk egyöntetű, homogén borpiacról. Elemezzük a borpiac felépítését minőségi kategóriák szerint, megvizsgáljuk a minőségi kategóriák változását. Részletesen foglalkozunk a árkategória alapján szegmentált borpiaccal, az egyes kategóriák jellemzőivel és Magyarország és a versenytársak borainak piaci pozícionálásával.

A borfogyasztás elsősorban a különböző nemzetek étkezési szokásaitól függ, ami a hagyományokra és a kultúrára épül, a borfogyasztás jellege és módja pedig szoros kapcsolatot mutat az életszínvonallal. A fogyasztói szokások csak lassan változnak, kivéve a divat vagy a francia paradox pozitív élettani hatását illetve azokat az eseteket, ami élelmiszerfogyasztási válsághoz vezet, mint pl. a bor metanollal vagy glikollal történő szennyeződése, erőteljesen visszavetheti a fogyasztást. A borfogyasztás elemzésénél azt is figyelembe kell venni, hogy a bor milyen helyet foglal el az alkoholtartalmú italok kategóriájában és mely termékek jelentik a bor versenytárs termékeit. A fogyasztás gyakorisága szintén fontos tényező, mivel tudnunk kell, hogy alkalmi, ünnepekhez, eseményekhez kötődő fogyasztásról van szó, vagy a borfogyasztás rendszeres, mindennapos. Emellett figyelembe kell venni a különböző demográfiai tényezőket, mint pl. a fogyasztók korát és nemét, ugyanis ez alapján szintén lényeges különbségeket lehet tapasztalni.

A borfogyasztás változásának magyarázatához számolni kell az egyes országokban eltérően jelentkező fogyasztói magatartással, még akkor is, ha bizonyos mértékig hasonlóság

tapasztható ezen a téren a nagy borfogyasztó országok között. A bor speciális kereslet tárgya, mivel nem az emberi léthez nélkülözhetetlen italról van szó. A bor egyrészt tradicionális és kulturális ital a nagy és hagyományos bortermelő országokban, illetve a bor a divatot és a társadalmi megkülönböztetést is jelenti a társadalom bizonyos része számára az új borfogyasztó országok esetében. Így tehát a piaci tendenciák és a változás mechanizmusa is eltérően alakul a tradicionális országokban (pl. Franciaországban), ahol a borfogyasztás csökken, valamint az új borfogyasztó országokban (pl. Nagy-Britannia), ahol a borfogyasztás általában nő. Ugyanakkor azt is ki kell emelnünk, hogy a világ népességének csak igen behatárolt része érintett a borfogyasztásban: a borfogyasztás 90%-a azokra az országokra koncentrálódik, amelyek a világ népességének ¼-ét adják, illetve 15 fejlett ország biztosítja a piac 80%-át.

A bor, mint alkoholos ital fogyasztása, erőteljes korlátozásnak van kitéve, ami egyrészt kapcsolódik az életformához (urbanizáció, helyhez kötöttség, motorizáció, autóvezetés, kimerültség = gyengébb alkohol tűrőképesség), másrészt pedig a társadalom alkohollal szembeni toleranciájához. Így tehát a borfogyasztás változásánál tekintettel kell lenni arra is, hogy adott piacon belül megjelenik a társadalmi kontroll: a borhoz kapcsolódó ár és adópolitikán, a reklámszabályozáson, a megelőző kampányokon stb. keresztül.

3.2.1.2. A hazai borpiac

A hazai borpiac elemzésnél a kínálati és a keresleti oldalt, valamint a magyarországi értékesítési csatornák jellemzőit vettük figyelembe, különös tekintettel a hiper- és szupermarket láncok jellemzőire. A magyar piac elemzésénél a belső piac méretére, minőség szerinti megoszlására valamint a disztribúciós csatornák szerepére térünk ki. Mivel rendszeres kutatás és hosszú távú adatsor hiányában viszonylag kevés információ áll rendelkezésre a disztribúciós csatornákról, ezért részben saját vizsgálatok keretében gyűjtöttünk adatot a jelenleg legnagyobb súllyal szereplő elosztási csatornáról, az élelmiszerüzletekről (a hiper- és szupermarketekről)¹⁹. A borfogyasztásra és a fogyasztói szokásokra terjedelmi okok miatt nem térünk ki, illetve nem áll rendelkezésre rendszeres alapkutatás és adatfelvételezés, amire támaszkodva a hazai borfogyasztási trendeket ki lehetne értékelni. Ezen túlmenően a doktori disszertációnak nem volt célja a borfogyasztás és a fogyasztói magatartás vizsgálata. A magyar borfogyasztásra vonatkozó általános jellemzők a 4.1. fejezetben kerültek bemutatásra

¹⁹ Az adatok gyűjtését a HNT 2004-ben végzett célvizsgálata tette lehetővé, amelynek eredményeiről 2005-ben a Borászati Füzetekben (2005/1. szám) elemzést jelentettünk meg: Kisari I., Sidlovits D.: A magyar élelmiszer kereskedelem bor- és pezsgőválasztéka címmel

és értékelésre. Ezért a borpiac jellemzőit a rendelkezésre álló adatok és a kiegészítő vizsgálatok alapján a kínálati oldal értékelésére alapozzuk, ami viszonylag jól szemlélteti a magyar borok pozícionálását a hazai piacon.

a) Borkínálat

Mivel Magyarország évi átlag 3,8 millió hl-es bortermésének jelentős része, kb. 80%-a a hazai piacon kerül eladásra, célszerű megvizsgálni azt, hogy belső piacunkon milyen szegmensekben pozícionálják borászataink a termékeiket. Ehhez az elemzéshez egyrészt a belső piaccal kapcsolatos adatokra, a hegyközségi adatszolgáltatásra és a HNT által összesített adatokra támaszkodhatunk. Ezek az adatok csak mennyiségi és minőségi bontásban állnak rendelkezésre, ugyanakkor az árakra vonatkozóan ebből az adatbázisból nem nyerhetünk információt, ráadásul piaci csatornánként (hiper-szupermarket, HORECA, borszaküzlet, pincénél történő eladás) mennyiség, minőség, borvidék és átlagár bontásában sem állnak rendelkezésre az eladott borok adatai. Magyarországon sajnos nem tudjuk követni az egyes piaci csatornában történt eladásokat szemben más EU tagországokkal, pl. Franciaországgal, ahol panelt állítottak fel a francia hiper- és szupermarketekben és az éttermekben történő boreladás követésére (ONIVINS-SECODIP), vagy célzott tanulmányok készülnek, pl. a borszaküzletekre vonatkozóan (Montaigne et al. 2005). Így a minták alapján lehetőség nyílik arra, hogy az adott disztribúciós csatorna súlya megállapítható legyen, és boreladásainak jellemzői elemezhetők legyenek. Ráadásul ezek az adatok a borpiac szereplői számára rendelkezésre állnak, mivel a francia nemzeti szőlészeti borászati szakmaközi hivatal és ágazati kifizető ügynökség (ONIVINS) rendszeresen közzéteszi saját kiadványaként az összegyűjtött országos adatokat negyedéves rendszerességgel (a havonta megjelenő ONIVINS Infos-ban) és évvégén statisztikai évkönyv, CD formájában (ONIVINS Stats). Ezek az információk elengedhetetlenek a szereplők számára a borpiac átláthatóságához, és stratégiai döntéshozatalához.

Mivel az említett részletességgel a hazai borfogyasztásra vonatkozóan nincsenek adatok, ezért ahhoz, hogy Magyarországon elemezhető legyen a forgalomba hozott borok piaci pozícionálása, kiegészítő vizsgálatokat kellett végeznünk. Sajnos nem állt rendelkezésre elegendő forrás ahhoz, hogy minden piaci csatornában elvégezhessük az adatfelvételezést, ezért kiválasztottuk a borkereskedelem domináns szerepet betöltő élelmiszer kiskereskedelmi láncokat. Ez a disztribúciós csatorna szakmai becslések szerint a hazai kereskedelmi borforgalom kb. 60%-át teszi ki, és egyre növekvő tendenciát mutat a borkereskedelem területén, hasonlóan más bortermelő EU tagországhoz (pl.

Franciaországban, Németországban a hiper- és szupermarketek meghaladják az összes boremelés 75-80%-át).

Ennek megfelelően a vizsgálatunkba olyan élelmiszer-kereskedelmi cégeket vontunk be, amelyek országos lefedettséggel rendelkeznek, és ma kezükben tartják az ország élelmiszer-kereskedelmi boremelésének kb. 60-70%-át. A kiskereskedelmi láncok üzleteinek kiválasztásánál a felmérésbe bekerültek Budapesten, illetve Budapest vonzáskörzetében elhelyezkedő üzletek, valamint vidéki nagyvárosokban és kisvárosokban található üzletek. Így a vizsgálatba bevont települések és az üzletek vonzáskörzete az ország területének döntő hányadát lefedi. Ennek megfelelően a felmérésünk reprezentatívnak tekinthető. Meg kell jegyeznünk azonban, hogy a vizsgálatunk nem terjed ki a borszaküzletekre, vinotékákra és a gasztronómiai hálózatokra, a felmérésbe a hiper- és szupermarket láncok, valamint a kis élelmiszerüzletekkel rendelkező kereskedelmi láncok üzleteit vontuk be (7. táblázat)

Az adatfelvételezést 2004. augusztus – szeptemberben végeztük el az üzletekben. A felmérésünk az üzletekben található bor és pezsgőválasztékra irányult: hány referencia található a polcokon, milyen a hazai termelésű és más országból származó borok választéka, milyen áron kínálják a borokat az üzletekben, kik a beszállítók, mi jellemzi a jelenlétüket a különböző láncokban. Így fel tudjuk vázolni az élelmiszerkereskedelemben a borok és pezsgők polcképét, tehát az egyes termékek részesedését a kínálatból. Arra nem nyílt lehetőségünk, hogy az üzletek boremelési adataihoz hozzájussunk. Ezért a tanulmány sajnos nem tudja bemutatni az egyes termékkategóriák boremelését a magyar élelmiszerkereskedelemben, pedig fontos lenne a bormarketing szereplők számára az egyes terméktípusok boremelésének, eladásának ismerete, összességében a hazai élelmiszerkereskedelemben. (Természetesen nem üzletláncra lebontott adatokra gondolunk, hanem a disztribúciós csatorna boremelésének egészére, ugyanúgy, mint ahogy ez pl. Franciaországban működik). Így a hazai hiper- és szupermarketek boremelési adatait az összes belföldi boremelés megoszlása, valamint a Nielsen által végzett felmérés alapján tudjuk megbecsülni.

A hazai hiper- és szupermarket láncok borkínálatának és a borok pozicionálásának felmérését a HNT finanszírozta, az adatok összegyűjtését és az adatbázis kiértékelését pedig egy tanácsadó céggel együttműködve (Kuti Bt.) végeztük el 2004. nyarán és őszén.

6 táblázat: Az élelmiszerkereskedelmi cégek éves forgalma 2003-ban és 2006-ban

A kereskedelmi cégek forgalmi adatai	2003 (milliárd Ft)	2006 (milliárd Ft)
<i>Külföldi érdekeltségű cégek:</i>		
Tesco Globál Rt.	354 000	544 000
Metro Kft	263 000	250 000
Auchan Magyarország Kft.	155 139	201 078
Penny Market Kft.	135 000	132 437
Provera Rt. – Cora	106 000	115 896
Plus Rt.	80 000	102 000
Spar Magyarország Kft – Interspar	73 200	245 678
Provera Rt. – Match	70 000	65 000
Interfruct Kft.	64 500	50 100
Spar Magyarország Kft. – Spar-Invest (Kaiser's)	10 500	
<i>Hazai érdekeltségű cégek</i>		
C.B.A. Kereskedelmi Kft.	405 000	538 500
Coop-Hungary Rt.	335 000	400 000
Real Hungária Rt.	191 300	312 000
Lidl	-	88 980

Forrás: A.C. Nielsen, 2003, 2007 és www.maipiac.hu

7. táblázat: A vizsgálatba bevont élelmiszerláncok és üzletek

Cég	Üzletlánc	Település
Metro Kft.	Metro	Kecskemét Miskolc
Tesco Global Rt.	Tesco	Kecskemét Győr
Auchan Magyarország Kft.	Auchan	Budaörs Székesfehérvár
Penny Market Magyarország Kft.	Penny Market	Kecskemét Pécs
Provera Rt.	Cora Match	Budaörs Szeged Debrecen Győr Eger Miskolc
Spar Magyarország Kft.	Spar Interspar Spar Invest (Kaiser's)	Székesfehérvár Pécs Szolnok Pécs Kecskemét Pécs
Plus Rt.	Plus	Kecskemét Pécs
Coop Hungary Rt.	Coop Univer	Seregélyes Mezőfalva Győr Kecskemét Kecskemét
Reál Rt.	Reál	Kecskemét-Szilvási Szeged Lajosmizse
Interfruct Kft.	Interfruct	Kecskemét Debrecen
C.B.A. Kft	CBA	Sárospatak Örkény

11 élelmiszer kereskedelmi cég, 15 élelmiszerlánc 35 üzletében végeztük el az adatok felvételét (7. táblázat). Összesen 8528 darab terméket (referenciaszám): bort és pezsgőt mértünk fel, ebből 4378 tételt elemeztünk, aminek az az indoka, hogy adott kiskereskedelmi lánc üzleteinek borkínálata szinte teljesen megegyezik, a polcokon található készletben elenyésző különbség tapasztalható: a referenciákban található eltérés 10 alatti. A kereskedelmi láncok esetében kettő vagy több üzlet borkínálatát mértük fel, ezért a kínálat nagy hasonlósága miatt az elemzésre került tételben minden esetben a nagyobb referenciával rendelkező üzlet kínálatát vettük figyelembe.

Így a magyar élelmiszer kereskedelem borkínálatának kutatása során (Kisari-Sidlovits, 2004) felvázolható a hiper- és szupermarketek borkínálatának összetétele: származás, minőség, cukortartalom, borvidéki jelenlét, ár és beszállítók összetétele alapján, ami hozzájárul ahhoz, hogy körvonalazzuk a borkínálat piaci szegmenseit.

b.) Borkereslet

A borfogyasztással csak érintőlegesen foglalkozunk, így a borfogyasztás elemzésénél a meglévő adatokra és tanulmányokra támaszkodunk. Magyarországon sajnos ezen a területen sem állnak rendelkezésre részletes adatok, ugyanakkor néhány célvizsgálat elkészült a közelmúltban (Botos, Szabó, 2003; Hofmeister, Totth, 2004). Az ilyen típusú elemzések hozzájárulnak a fogyasztási szokások megismeréséhez, de nem jelenthetnek megoldást arra, hogy egységes rendszerben, szisztematikusan követhessük a fogyasztói szokások és a borfogyasztás mennyiségi és minőségi változásait. A disztribúciós csatornák mellett a borfogyasztás rendszeres követése is azok közé az alapkutatások közé tartozik, amelyek elengedhetetlenek a hazai borpiac megismeréséhez.

A magyar piacon a borkereslet részét képezi a borimport, ami egyben a hazai piacon jelentkező borkínálatot növeli, és nagyban függ attól, hogy a hazai termelés mennyiségben, színben és minőségi kategóriában ki tudja-e elégíteni a hazai borkereslet igényeit.

A magyar borpiacon a kereslet elemzéséhez a rendelkezésre álló statisztikai adatokat használtuk fel (KSH, HNT, VPOP, Kopint-Datorg).

Szem előtt tartottuk, hogy a 10. ábra nyomán átfogó képet kapjunk a hazai borászat irányítási struktúráit befolyásoló tényezőkről, és indokoltnak tartottuk a magyar borok piaci környezetének vizsgálatát. Egyrészt a piac által elvárt minőség nagyban befolyásolja az irányítási struktúrák kialakítását, másrészt az együttműködések célja is meghatározza azt: nagyban befolyásolja a minőségi célokat, így az alapanyag minőségét és a beszerzés módját, tehát az ehhez kapcsolódóan alkalmazott irányítási struktúrát, hogy milyen piaci

szegmensben, milyen minőségi kategóriában pozícionálja, vagy kívánja pozícionálni termékeit az adott borászat.

3.2.2. A jogszabályi környezet

Hasonlóan nagy jelentőséggel bír a jogszabályi környezet elemzése, különös tekintettel a borkészítésre vonatkozó és a minőségi borok előállítására vonatkozó szabályokra, amelyek – elsősorban az EU-hoz történő csatlakozásunk függvényében – lényegesen átalakultak, de a közös borpiaci szabályozásban a közeljövőben bekövetkező reform is indokoltá teszi e normák mélyreható vizsgálatát. Az elemzések nem jogi, hanem gazdasági megközelítéssel készültek és a szabályozás kritikai elemzését tartalmazzák: az EU-csatlakozás következtében megváltozott termelési feltételeket és azok hatását a magyar borászatra, valamint a reformtervezet kritikai elemzésére térünk ki.

Az irodalmi áttekintésben rámutattunk arra, hogy a piacgazdaságban a jogszabályi környezet alapvetően meghatározza a tranzakció környezetét, intézményi keretet ad a tranzakcióknak, meghatározza a tranzakció „játékszabályait”, ezáltal az irányítási struktúrák kialakulását is befolyásolja (North, 1990). Ezért fontosnak tartjuk a szőlő- és bortermelésre vonatkozó speciális szabályozás elemzését. Erre azért is szükség van, mert egyrészt az elmúlt 15 évben jelentős változáson ment keresztül a hazai szabályozás. A hazai jogszabályok közösségi szabályozással történő harmonizálása egyrészt átalakította a minőségi bortermelés szabályozását, másrészt pedig a borágazat versenyképességét célzó új intézkedések kerültek bevezetésre.

A borszőlőre vonatkozó tranzakciók elemzéséhez megvizsgáljuk magyarországi szőlő- és bortermelés szabályozását, a jogszabályi hierarchia alapján:

- a közös borpiaci szabályozást (1493/1999/EK Tanácsi rendelet) és annak jelenleg folyó reformját,
- a borpiaci szabályozáshoz kapcsolódó végrehajtási rendeleteket (EK bizottsági rendeletek),
- a hazai szőlő- és bortermeléshez, kereskedelemhez kapcsolódó törvényeket (Btv., Htv., Jöt.),
- azok végrehajtási rendeleteit,
- borvidéki, hegyközségi rendtartásokat.

A jogszabályokat elsősorban olyan szempontból elemezzük, hogy hogyan járulnak hozzá a szőlő és a bor minőségének meghatározásához, a minőségi jellemzők és szintjük

meghatározásához, hogyan működik a minőség-garanciarendszer és mennyire hatékony a jogszabályok által meghatározott ellenőrzési rendszer, illetve hogyan járul hozzá a jogszabályi környezet a szőlő- és bortermelés versenyképességéhez. A jogszabályok hozzájárulnak továbbá a standardok megalkotásához, hiszen a jogszabályok által kötelezően előírt standardok jogszabályi rendelkezések formájában jelennek meg, ezáltal meghatározzák a minőséggel szemben támasztott alapvető követelményeket és azok ellenőrzési rendszerét, a privát standardok pedig a minimális követelményekhez képest alakulnak ki és támasztanak plusz követelményeket annak érdekében, hogy magasabb minőség vagy differenciálás legyen elérhető az így előállított termékkel a piacon.

Külön figyelmet fordítunk a védett eredetű borok szabályzatának kialakulására és elemzésére, mivel a termelők részéről a minőségi differenciálás növekvő igényével egyre több védett eredetű borszabályozás kerül kidolgozásra Magyarországon is. A védett eredetű borok szabályozási alapelve mellett azok bevezetésének gazdasági alapelveit is bemutatjuk. Mivel a védett eredetű borok koncepciója és szabályozási rendszere Franciaországból indult és emelkedett európai (közösségi) szintre, ezért célszerűnek tartjuk megvizsgálni a francia védett eredetű borok szabályzatát és összehasonlítását a hazai szabályozással.

A jogszabályi környezet elemzésénél érdemes összehasonlítani a magyar, az EU más tagországaiban kialakult szabályozási rendszert. Ez azért is aktuális, mert a közös borpiaci szabályozás reformja gyökeresen átalakítja a hazai minőségi borszabályozási rendszert azzal, hogy három termékkategóriát ismer el 2008. augusztus 1-jétől: az eredet-megjelöléssel ellátott borok, a földrajzi jelzéssel ellátott borok és az előző két megkülönböztetéssel nem rendelkező borok kategóriáját. A szabályozás ilyen mértékű átalakulása pedig egyrészt átalakítja a hazai minőségi borszabályozás rendszerét, a borvidékek stratégiáját, valamint a borpiaci szereplők stratégiáját is, ami egyértelműen hatással lesz az alapanyag-termelésre.

A terjedelmi korlátok miatt a minőségi bortermelés jogszabályi környezetéről szóló fejezet a 2. számú mellékletben található.

3.2.3. Az irányítási struktúrák a magyar szőlő- és borágazatban

Az irányítási struktúrák megismeréséhez strukturált mélyinterjúkat készítettünk a borászatok képviselőivel, a menedzsment tagjaival vagy a tulajdonosokkal (12 borászati vállalkozásnál készítettünk interjút), valamint a szőlészeti-borászati szakmai szervezetekkel, illetve 5 borvidék hegyközségi tanácsának titkárával annak érdekében, hogy a vertikális koordinációval kapcsolatban a szőlőtermelők nézőpontját is megismerjük, a hazai

viszonyokról képet alkothassunk, és az így szerzett információkat szintetizálni tudjuk a témakör átfogó kidolgozásához. A mélyinterjúk által hordozott információk feldolgozásához és elemzéséhez a tartalomelemzés módszerét választottuk. A mélyinterjú az alábbi nagy témakörökre irányult:

- a legfontosabb cégadatok (borászat esetén)
- az alapanyag termelés (termőföld, szőlőültetvény) és a feldolgozás (pince) tulajdonviszonyai;
- a minőségi alapanyag-termelés ellenőrzése és ösztönzése
- a szőlő és bortermeléshez, valamint a kereskedelemhez kapcsolódó beruházások
- szerződések alkalmazása, típusa
- a végtermék pozicionálása a piacon
- az EU-csatlakozással kapcsolatos hatások és elvárások.

A borászatokkal készített mélyinterjúkra 2003-ban és 2004-ben került sor, a szakmai szervezetekkel és hegyközségi tanácsokkal 2004. óta rendszeres konzultációt folytatunk. 2007. nyarán INRA-HNT együttműködés keretében a Villányi Borvidéket érintő ágazaton kívüli beruházásokra irányuló vizsgálat keretében (Brazsil, 2007), lehetőség nyílt a vertikális koordinációkkal és szerződésekkel kapcsolatos kiegészítő információk gyűjtésére.

3.2.4. A szőlőfelvásárlási (termékértékesítési) szerződések elemzése a borágazatban

A szőlőfelvásárlási szerződések, mint a vertikális koordináció központi elemei kerülnek bemutatásra és értékelésre francia és hazai példákon keresztül. Megvizsgáltuk a Champagne-i borvidéken alkalmazott szakmaközi szerződés példáját, valamint az egyedi termékértékesítési szerződés tartalmi elemeit, amihez 2003-ban és 2006-ban mélyinterjút készítettünk a CIVC kommunikációs igazgatójával.

Ezután saját vizsgálaton alapuló esettanulmányt mutatunk be (Montaigne, Sidlovits, 2003), ami a Vins de Pays des Sables du Golfe du Lion tájbor előállításához és piacra juttatásához kapcsolódó vertikális koordináció és hosszú távú együttműködés elemzésére tér ki. Vizsgálatunk során kitértünk a Vins des Sables borvidéki körzet piaci struktúrájának és a szereplők vertikális kapcsolatainak elemzésére, a szereplők által végrehajtott specifikus beruházásokra, a felvásárlási szerződések 1992-2001 közti időszakának ex-post elemzésére, végül két irányítási struktúra – a hibrid forma és a spot piac – összehasonlítására. Az elemzéshez a borvidék termelői által rendelkezésünkre bocsátott háromféle szerződést használtuk fel: szövetkezet és felvásárló borászat, egyéni szőlőtermelők és felvásárló

borászat, folyóbort termelő borászatok és felvásárló/kereskedő borászat között létrejött szerződés tartalmi elemeit analizáltuk.

A szerződés ex-post értékeléséhez a szereplőkkel folytatott interjún kívül a szerződésben rögzített, a must felvásárlási ár meghatározását szolgáló formulát elemeztük, az egyes tényezők (mezőgazdasági termeléshez szükséges ipari termékek, a szőlőtermelők átlagos munkabére, a Vins des Sables borok nettó értékesítési ára, és a francia rosé és vörösborok spot piaci ára), valamint a must árindexének alakulását vizsgáltuk meg 1992-höz viszonyítva.

A spot piac és a szerződéses koordináció összehasonlításához, pedig elemeztük a must felvásárlási árának, valamint a vörös és rosé asztali és tájborok spot piaci (folyóbor) átlagárának alakulását.

A hazai borágazatban a vertikális koordináció szerződéses kapcsolatainak elemzéséhez a hosszú távú szerződéseket alkalmazó és a mélyinterjúban szereplő cégektől vagy a beszállító szőlőtermelőktől kapott keretszerződéseket használtuk fel, valamint annak tartalmi elemeit vizsgáltuk meg a Brousseau (1993) által kidolgozott és a 2.2. fejezetben bemutatott szerződés elemzési módszer segítségével. Mivel nem minden esetben állt rendelkezésre az írott szerződés, vagy azért, mert szóbeli szerződést kötöttek vagy azért, mert nem kaphattuk meg az írott változatot. Ezért ezekben az esetekben a mélyinterjú alkalmával kérdeztünk rá a szerződés tartalmi elemeire. Így elemzésre kerülnek a szerződések egyes kikötései: a stratégiai, a szervezeti és a működési koordináció, a garancia rendszer és az ellenőrzés mechanizmusa, az ármeghatározás és a kockázatmegosztás típusa valamint a szerződés időtartama. A szőlőfelvásárlási árak alakulását a hegyközségi tanácsoktól összegyűjtött adatok alapján tudtuk értékelni, tekintettel arra, hogy Magyarországon a szőlőfelvásárlási árakra nem vonatkozik kötelező adatszolgáltatás. A folyóbor árak tekintetében az AKII-hoz tartozik az EU jogszabályok által előírt árfigyelési rendszer, így ezekre az adatokra támaszkodhattunk.

3.2.5. A magyar borászatok teljesítménye és az irányítási struktúrák összefüggése

Az alapanyag beszerzésre irányuló koordinációk, irányítási struktúrák alkalmazásának magyarázatához és hatékonyságuk elemzéséhez 41 magyar borászat teljesítményét, eredményét vizsgáltuk meg. Az elemzett borászati vállalkozások közül tíz cég megtalálható azok között, akikkel mélyinterjút is készítettünk. Az adatok forrása az AMADEUS

adatbázis²⁰, ami Európa 38 országának (köztük Magyarország) összesen 9 millió vállalkozásáról tartalmaz 10 éves marketing és pénzügyi adatsorokat. Így lehetőség nyílik arra, hogy egyébként Magyarországon a borászati vállalkozásokkal kapcsolatban nehezen megszerezhető gazdasági információkat az adatbázis alapján összegyűjtsük, és gazdasági elemzésüket elvégezzük. Tehát szekunder kutatás keretében már meglévő adatforrás elemzését végeztük el. Így lehetővé vált, hogy a legfontosabb gazdasági mutatókat elemezzük, a magyar borszektor értékteremtését vizsgáljuk és tisztázzuk a magyar borászatok általános gazdasági helyzetét. Az AMADEUS adatbázishoz való hozzáférést 2005-ben az INRA-UMR-MOISA kutatóintézet Pierre Bartoli Könyvtára tette lehetővé számunkra.

Az AMADEUS adatbázisban a legnagyobb hazai borászati vállalkozások közül 40 cég és egy szövetkezet esetében találtunk értékelhető adatsort és más információkat (pl. a tulajdonosi összetételre, a tulajdonosok számára, a cégméretre, a tevékenységre stb. vonatkozóan). Egyébként az adatbázisban 72 bortermeléssel foglalkozó cég adatai szerepeltek, de 31 cég esetében nem volt megfelelően feltöltve az adatbázis, így hiányoztak a számunkra releváns adatok. Az adatbázis segítségével az 1997-2003-ig tartó időszakok elemzésére nyílt lehetőség, mivel erre a periódusra szinte minden cég esetében rendelkezésre állt az adatok nagy része, a 2003/2004-es évre viszont még erőteljesen hiányos volt az adatsor. Így sajnós az EU-csatlakozás utáni időszakról nem áll rendelkezésre információ a borászati cégekről. Ugyanakkor módunkban állt összehasonlító elemzést végezni a francia és a magyar borászati cégek és szövetkezetek gazdasági teljesítményét illetően az 1999-2001-es időszak adatai alapján, mivel az Agro-Montpellier és az ONIVINS együttműködésével a közelmúltban készült el az a tanulmány, ami részletesen bemutatja a francia borászatok gazdasági tipológiáját (Couderc, Remaud, 2004). Így az említett francia tanulmányban alkalmazott elemzési módszert használtuk fel a magyar borászatok elemzéséhez is. (5. melléklet)

²⁰ Az adatbázis szerkesztője és fenntartója a Bureau Van Dijk Electronic Publishing belga cég : www.bvdep.com

4. EREDMÉNYEK

4.1. A magyar borok piaci környezetének elemzése és a magyar borok pozícionálása a nemzetközi borpiacon

Magyarország hagyományos bortermelő és borfogyasztó ország. Szőlőtermő területe 91 000 ha (2005-ben), amelyből 87 017 ha-on termelnek borszőlőt. Szőlőtermő területei az É-i szélesség 45-49. szélességi köre között találhatók. A világ szőlőterületének 1,2%-át teszi ki, évi 3,8 millió hl-es bortermeléssel (2000-2005 év átlaga szerint) pedig a világ bortermelésének 1,5%-át adja. Ezzel Magyarország a világ kis bortermelő országai közé tartozik. Az Európai Unióban Magyarország bortermő kapacitását tekintve a bortermelő tagországok sorában a 6-7. helyen áll, kb. Görögország bortermelésével azonos nagyságú a magyar bortermelés. Agrárgazdasági szempontból fontos szerepet tölt be a szőlő- és borágazat, mivel közel 120 000 termelő foglalkozik szőlő- és bortermeléssel, kb. 12 000 borászati üzemben folyik szőlőfeldolgozás és borkészítés, valamint évi 0,6-0,8 milliárd €-val járul hozzá a magyar élelmiszerexporthoz (forrás: KSH-HNT, 2007). Tekintettel az ágazati szereplők igen nagy számára, ez azt is jelenti, hogy mind a szőlőtermelés és a borkészítés igen elaprózódott.

A rendszerváltás, de különösen az EU csatlakozás óta a magyar borpiac és szereplői is ki vannak téve a világ borpiaci jelenségeinek, valamint az egyre fokozódó versenyhelyzetnek. Az a tény, hogy a világon a minőségi borok iránti kereslet nagyobb mértékben növekszik, mint az asztali borok iránti kereslet (Montaigne et Martin, 2002) a hazai borok pozícionálását is erősen befolyásolja, aminek közvetlen hatása van az alapanyag termelésre, valamint a szőlőtermesztők és a felvásárlók közti koordinációk kialakulására. A rendszerváltás óta Magyarországon látványos minőségjavulás és differenciálás következett be a bortermelésben. Ugyanakkor Magyarország esetében még mindig igen fontos szerepet töltenek be az asztali kategóriájú borok, - hiszen ezek adják ma is a magyar bortermelés 50%-át -, valamint a kiváló minőség ár arányú minőségi borok, mivel ezek a termékek versenyképesek mind a hazai, mind néhány külföldi piacon. Mivel a borok pozícionálása és közvetve az a stratégia, amit a borászatok folytatnak a borok piaci szegmensekben történő elhelyezésének meghatározása során, közvetlenül hatnak arra, hogy milyen irányítási struktúrát alkalmaznak az egyes szegmensekhez, és a terméktípusokhoz szükséges alapanyag beszerzés során. Ráadásul ezt a politikát az is befolyásolja, hogy milyen a versenyhelyzet a hazai piacon, mivel a magyar piac

is nyitottá vált és jelenleg a magyar termelők számára ez jelenti a legfontosabb piacot, hiszen a megtermelt bor 80%-át a hazai piacon adják el. Ezen túlmenően, nagyon fontos kérdéssé válik az, hogy milyen tendenciákkal és versenytársakkal kell szembenézni a nemzetközi borpiacon, mivel a magyar borok 20%-át – ugyan csökkenő kiviteli tendencia mellett – a nemzetközi piacon adják el. Éppen ezért elengedhetetlen a nemzetközi tendenciák ismerete, valamint a magyar borok pozícionálása a külpiacokon.

4.1.1. A világ és az EU borpiaci tendenciái

A világ borpiaca az elmúlt tizenöt évben jelentős átalakuláson ment keresztül. Azt tapasztaljuk, hogy a hosszú ideje jellemző piaci tendenciák megfordulnak, így egyre növekvő bizonytalanság jellemzi a piaci tényezők alakulását, amivel a hazai borpiac szereplőinek is számolniuk kell, illetve alkalmazkodniuk kell a megváltozott piaci környezethez.

Olyan jelenségek kerülnek előtérbe, amelyek alapvetően meghatározzák a világ borpiacának alakulását. Ilyen például:

- a nemzetközi kereskedelem élénkülése, vagy
- a szőlő-borágazatot is egyre jobban érintő globalizáció.
- Az 1990-es években az EU jelentős mértékben – főként a WTO nyomására – átalakította borpiaci rendtartását annak érdekében, hogy a piaci szereplők jobban tudjanak alkalmazkodni a kialakult piaci helyzethez, valamint a társadalom részéről felmerülő új elvárásokhoz. Jelenleg folyik a közös borpiaci szabályozás legújabb reformja az európai borok versenyképességének javítása érdekében. A borpiaci reform értékelését részletesen a 3. számú melléklet tartalmazza
- Az utóbbi három évben a Közép-Kelet-Európai (KKE) országok csatlakozása az Európai Unióhoz, ami új lehetőségeket és egyben új kihívásokat jelent mind az EU, mind a régi, mind az új tagállamok számára. A régió jelentősebb bortermelői közül először Magyarország, majd Románia és Bulgária csatlakozott az EU-hoz, akik szintén nagy termelői kapacitással rendelkeznek. A 2004-es és 2007-es két csatlakozás következtében a tizenkét tagállammal bővült Európai Unió szőlőterülete összesen 440 000 ha-ral, bortermése pedig kb. 14,3 millió hl-rel növekedett meg.

Igen fontos tényező az is, hogy az elmúlt évtizedben teljesen átrendeződött a bor termszerkezete. A mennyiséget tekintetében már nem az asztali borok dominálnak a piacon, hanem erőteljes termék differenciálódás kezdődött el: a megkülönböztetésre használt földrajzi árujelzők, védett – vagy inkább ellenőrzött – eredetű borok és fajta borok térhódításával,

valamint a minőségtanúsításhoz kapcsolódó intézményrendszerek és szabályozás felállításával (ISO 9000, ISO 14000) a minőségi borok váltak uralkodóvá a világ borpiacán.

A doktori disszertáció terjedelmi korlátai miatt ebben a fejezetben nem tudjuk közölni a teljes elemzést (1967-2005 közötti időszakról). Így itt csak az elmúlt hat év piaci jellemzői elemzésének eredményeire térünk ki, illetve utalunk a hosszú távú trendekre és a változások magyarázatára. A magyar borok piaci környezetének részletes elemzése a 4. számú mellékletben található, ebben a fejezetben csak az irányítási struktúrákat befolyásoló piaci tényezőkre térünk ki.

4.1.1.1. A szőlőtermő terület

Az 1980-as évek elejétől a világ szőlőtermő területe drasztikusan csökken euópai kontinensen tapasztalható kivágások eredményeként. Ez a változás az EU tudatos, az asztali borokat érintő túltermelési válság megoldására kialakított politikájának eredménye, ami a támogatott, végleges kivágási intézkedésen valamint a kötelező lepárlási intézkedésen keresztül valósult meg. Így 30 év alatt a világ szőlőtermő felülete 25%-kal, Európa szőlőtermő felülete 30%-kal az Európai Unióé pedig 34%-kal csökkent. Európában a szőlőtermő területek csökkenése a három legnagyobb bortermelő országot érintette (Spanyolország, Franciaország, Olaszország).

A tendencia az 1990-es évek végén megállt, és növekedésnek indult a termőfelület nagysága az EU kivágásának jelentős csökkenése, valamint az Európán kívüli bortermelő országok intenzív telepítése következtében (OIV, 2006). Jelenleg a világ szőlőtermő felülete 7,9 millió ha (2005). Míg az EU-ban tovább csökken a termőfelület, addig az újvilági és különösen az ázsiai országokban tovább folytatódnak a telepítések, ami a világ szőlőtermő területének növekedését is magyarázza (4. melléklet M/1-3. ábra).

Az EU 2004-es kibővítésével a szőlőtermő felület csak 150 000 ha-ral nőtt (4%-a az EU szőlőtermő területének), ahol Magyarország egymaga 93 000 ha-ral rendelkezett. A legutóbbi bővítés során, Bulgária és Románia csatlakozásával újabb 290 000 ha-ral nőtt az EU szőlőtermő felülete. A közép kelet európai tagországok esetében is a szőlőtermő felület további csökkenésével kell számolnunk.

Ez a tendencia az 1980-as évek elejétől általánosnak tekinthető, amit csak felgyorsított a rendszerváltás. Magyarország az elmúlt 16 évben (1989-2005) szőlőtermő területének 35%-át veszítette el. Az EU-csatlakozás előtt – ismerve a belépés utáni korlátozó szabályokat -, új lendületet kapott a szőlőtelepítés. Míg 1990 és 1997 között összesen 2 500 ha szőlőt

telepítettek (a normális termőfelület megújításához szükséges évi 3 000-5 000 ha helyett), addig az 1998-ban bevezetett állami támogatás segítségével megélénkült az új ültetvények telepítése. Így a csatlakozást megelőző időszakban (2001-2004) kb. 7 500 ha új ültetvényt hoztak létre Magyarországon, de még ezzel sem sikerült megállítani a termőfelület csökkenést.

A 2004/2005 borpiaci év nagy termése, a boreladási nehézségek és a szőlőtermesztés jövedelmezőségének problémái újabb kivágásokhoz vezettek: 2005/2006-ban 3 600 ha szőlőt vágtak ki EU támogatással, illetve a 2006/2007-ben újabb 2 000 ha szőlő kivágását tervezi Magyarország. Így a borszőlőtermő felület az EU csatlakozáskor mért 87 000 ha-ról 82 500 ha-ra csökkent (2006).

Az EU által biztosított szerkezetátalakítási támogatás sem hozott enyhülést a problémák megoldására, hiszen ennek az intézkedésnek a keretében évi 1 200 -1 400 ha ültetvény fajtaváltására, áttelepítésére vagy modernizációjára van lehetőség. Egy elhibázott támogatási rendszer kialakítása következtében viszont az új telepítések helyett inkább a támrendszer korszerűsítés került előtérbe (a támogatott felület 95%-án). Ennek következtében a szőlőtelepítés drasztikusan csökkent: míg a csatlakozás körüli időszakban évi 2 000 – 3 000 ha új szőlőt telepítettek, addig 2006-ban összesen 310 ha-ra adott ki az MVH telepítési engedélyt. Az új telepítések ilyen drasztikus csökkenése és a kivágások tendenciája mára oda vezetett, hogy Magyarország az önellátáshoz szükséges alapanyagot éppen hogy csak biztosítani tudja, illetve a borimport utóbbi két évben történő megduplázódása (2005-2006) azt bizonyítja, hogy az önellátásunk is veszélyben forog. Így ma Magyarországon a minőségi bortermelés szűk keresztmetszete a termőfelület.

A most folyó borpiaci reform jogszabály szöveg tervezete alapján az EU termőpotenciál kezelése központi kérdést jelent. Hiszen a Bizottság javaslata alapján a felborult borpiaci egyensúly visszaállításának egyetlen módja a nagyarányú szőlőterület kivágás az Európai Unió szintjén, differenciálatlanul, és függetlenül attól, hogy melyik tagországok és régiók termelnek strukturális borfelesleget, 175 000 ha szőlőterület kivágását tartják indokoltnak.

Az újvilági és a déli félteke bortermelői, olyan szőlőterület fejlesztési programokat dolgoztak ki, ahol a bort elsősorban az export piacokra termelik. Fejlesztéseiket a célpiacok bővüléséhez igazodva dolgozták ki: Nagy-Britannia, Észak-Európa, az USA, és Japán piacait célozzák meg, tehát olyan országokat és régiókat, amelyek nem bortermelők, viszont óriási piaci potenciált hordoznak magukban a magas életszínvonal miatt, a borfogyasztás pedig évek óta töretlenül növekvő tendenciát mutat.

Az utóbbi néhány év új jelensége az ázsiai szőlőtermő felületek növekedése. Kínában a szőlőterületek növekedése igen látványos, 2005-ben elérte a 450 000 ha-t, ezzel Kína leelőzte az Amerikai Egyesült Államokat.

4.1.1.2. A bortermelés

A világ bortermelését (ami jelenleg 277 millió hl, OIV, 2006) alapvetően az EU bortermelése befolyásolja, mivel ez a régió a világ legnagyobb bortermelője (az EU részesedése a világ bortermeléséből 59%). Az európai bortermelés 1970-as évek közepe óta tartó csökkenése egyértelműen befolyásolta a világ bortermelését, a két tendencia hosszú időn keresztül egymással párhuzamosan alakult, viszont az 1990-es évek közepétől kezdve a világ bortermelésének tendenciája megfordult, elsősorban az újvilági bortermelők javára, ahol az új telepítéseknek köszönhetően látványosan nőtt a bortermelés (4. melléklet 4-6. ábra).

Az utóbbi években az EU bortermelése 165 millió hl (2002) és 194 millió hl (2004) között változott. A 2004. évi magas termés és a 2005. évi átlag körüli termés a borpiac egyensúlyi helyzetének megbomlásához vezetett, ami elsősorban a nagy bortermelőket, Olaszországot, Spanyolországot és Franciaországot érintette, ahol kénytelek voltak bevezetni a lepárlási intézkedéseket (krízislepárlás) a borfeleslegek levezetésére. Olaszország és Spanyolország viszonylag jól jött ki a válsághelyzetből, ugyanakkor Franciaország továbbra is válsághelyzettől szenved, mivel a piactisztító intézkedések nem bizonyultak elég hatékonynak. Ráadásul a bortúltermelési válság már nemcsak az asztali és tájborokat borokat érinti, hanem a védett eredetű AOC borokat is, különösen az ún. generikus AOC borokat (az AOC borok legtagabb kategóriáját) érinti.

Az EU-ban az utolsó 5 évben tapasztalható tendenciák Magyarországot sem kerültk el. Ugyan Magyarország a viszonylag kis bortermelők közé tartozik, de a túltermelési problémák és az eladási nehézségek a hazai borpiac szereplőit is sújtják. 2004-ben a bőséges bortermés (5 millió hl) és a felhalmozódott év eleji készletek (3,3 millió hl) okoztak problémát, elsősorban amiatt, hogy beszűkültek a piaci lehetőségek: a hazai piac stagnál, az export pedig meredeken zuhant, 2004-ben és 2005-ben elérte eddigi mélypontját. A 2004. évi piaci problémákra a 2005. és 2006. évi igen alacsony termés (3-3 millió hl) hozott enyhülést. Ugyan a piaci lehetőségek nem igazán javultak, de legalább a nagy termés elhelyezésének problémájával nem kellett megküzdeni. Ennek viszont az a következménye, hogy sokan, főleg a kistermelők szeretnének végleg felhagyni a szőlőtermesztéssel, és kivágási támogatás igénybevételével kivonulni az ágazatból.

Míg tendenciáját tekintve az EU-ban csökken a bortermelés, addig az Újvilágban ezzel ellentétes folyamatnak lehetünk tanúi: az USA-ban, Chilében, és Ausztráliában szignifikáns termésmenyeskedést tapasztalunk, sőt a termésmennyiség rekordot döntött 2004-ben és 2005-ben.

A világ bortermelése jelenleg 277 millió hl (2005), ami 1995-höz képest (250 millió hl) a világ növekvő bortermelésének tendenciáját erősíti és az 1999-2000. év szintjének felel meg. Az előrejelzések szerint (OIV, 2006), a szőlőtermő felület és a termés hozam alakulását figyelembe véve, további növekedés várható: 2010-re a világ bortermelése elérheti a 300 millió hl-t.

4.1.1.3. A bortfogyasztás

Itt a bortfogyasztás tendenciájának csak néhány elemét mutatjuk be, elsősorban a bortfogyasztás és a termelési potenciál alakulásának összefüggésében. A világ bortfogyasztását tekintve a hosszú távú adatsorok alapján több periódus különböztethető meg (4. melléklet M/10-11. ábra):

- 1975-ig bortfogyasztás növekedés, köszönhetően az európai közösséget alkotó országok közti piacnyitásnak;
- 1975-1985: stagnálás, amikor a világ bortfogyasztása 290 millió hl-es szintet ért el;
- 1985-1995: a bortfogyasztás csökkenésének 10 éves periódusa, amikor a világ bortfogyasztása 220 millió hl-en állt meg (vagyis ez idő alatt 20%-kal csökkent);
- 1995 óta lassú növekedést, illetve újabb stabilizálódást tapasztalunk a világ bortfogyasztásában. Jelenleg 235 millió hl-re tehető a világ bortfogyasztása az OIV becslése szerint a 2003-2005. közötti időszakban (OIV, 2006).

A hagyományos bortfogyasztó országokban lényegesen lecsökkent. Franciaország kiváló példa az említett országokban lezajlott fogyasztói-magatartás változásra, ahol a bortfogyasztás változását a rendszeres és az alkalmi bortfogyasztók valamint a bort egyáltalán nem fogyasztók arányának megváltozása magyarázza. Egy rendszeres bortfogyasztó 2000-ben kb. ötször több bort fogyasztott (190 liter/év), mint egy alkalmi fogyasztó (35 liter/év). Az alkalmi bortfogyasztók pedig főként minőségi bort isznak, aminek fogyasztása 25 év alatt megduplázódott. Ugyanakkor ez a piac is telítődött: az AOC borkínálat egy része értékét veszítette és közvetlen konkurenciát jelent a tájborok feltörekvő része, különösen a fajtaborok.

A hagyományos bortermelő és bortfogyasztó országokban a kínálat a termelés alapján szegmentálódik, összhangban a közös borpiaci szabályozással: meghatározott termőhelyről

származó minőségi borok, védett eredetű borok, tájborok és asztali borok kategóriája szerint, ahol az olcsó borok fogyasztási szintje viszonylag magas (pl. 2003-ban Franciaországban az otthoni borfogyasztásra vásárolt borok több mint 60%-a 2,5 €/liter és kb. 20%-a 1 €/liter átlagárú volt). Az újvilági borok jelenléte marginális ezeken a piacokon.

A többi országban, ahol nem rendelkeznek nagy szőlőtermesztő kultúrával, más italok fogyasztása jellemző, az ipari úton előállítható termékek dominálnak (szeszesital, sör, üdítő). A bor elsősorban a külkereskedelemnek köszönhetően nyert teret és versenyez a piacon a többi itallal. Ugyanakkor a borfogyasztás fejlődése az új borfogyasztó országokban nem mindig tudja kompenzálni a tradicionális borfogyasztó országokban bekövetkező csökkenést.

Ebben a csoportban az egyik legdinamikusabban fejlődő, mennyiségben is számottevő piacot Nagy-Britannia jelenti, ami Magyarország számára is fontos piac, ahol a borfogyasztás 2005-ben megközelítette a 12 millió hl-t (10 év alatt megduplázódott, az egy főre jutó borfogyasztás pedig elérte az évi 20 literes mennyiséget).

A brit és az amerikai piac az, ahol a világ borkínálatának legszélesebb választéka található. Így mindkét piacot a bor indikátor piacának tekintjük. Az USA piaca szintén dinamikus fejlődést mutat, az előrejelzések szerint 2008-ra a világ legnagyobb borfogyasztó országa lesz.

Az új borfogyasztó országokban a bor egyrészt divatos ital, másrészt pedig a társadalmi megkülönböztetés megtestesítője. A bor elsősorban az 1995-ös GATT/WTO megállapodás óta vált divattá, aminek fejlődése (és kialakulása) nagy teljesítményű és hatékony iparágnak köszönhető, ami elsősorban az újvilágban alakult ki, a szőlőtermesztéstől a keresletre alapuló marketingig (könnyen elérhető borok, márkák, fajták stb. bevezetésével) megvalósuló integráción keresztül. Olyan prémium borokról van szó, amelyek ára a jövedéki adó mértékétől függően alakul ki: pl. Nagy-Britanniában az újvilági borok átlagára 3 £-tól kezdődik, ami kb. 5 €-nak felel meg. Az új borfogyasztó országokban általában elmondható, hogy a borfogyasztás növekedésével a bor átlagára csökkenő tendenciát mutat (pl. az ausztrál borok szignifikáns export árcsökkenése 10 év alatt -18% (forrás: AWBC²¹, 2007). Ezek azok a termékek, amelyekkel a magyar termékeknek is versenyezniük kell az adott piacon.

Az EU közép-kelet európai új tagállamai között szintén találunk tradicionális bortermelő és borfogyasztó országokat (Magyarország, Szlovénia, Románia, Bulgária), ahol, különösen Szlovéniában és Magyarországon, viszonylag magas, az EU átlaghoz közeli a borfogyasztás (Szlovénia 42 liter/fő/év, Magyarország 32 liter/fő/év). Magyarországon a

²¹ AWBC : Australian Wine and Brandy Corporation

rendszerváltás óta jelentős növekedést mutat az egy főre jutó borfogyasztás (+40% 1988-2005 között). Csehország, ami tradicionálisan sörfogyasztó ország, szintén növekvő keresletet mutat a bor iránt (17 liter/fő/év), itt a borpiac 1999 óta megháromszorozódott. Lengyelországban, ahol a borfogyasztás viszonylag alacsony szinten áll, szintén jelentős előrelépést tapasztalunk 1999 óta. A közép-kelet európai országokban a rendszerváltás óta divattá vált a minőségi borfogyasztás. Ezek azok a piacok, amelyek a magyar bor számára lehetőséget jelentenek.

4.1.1.4. A borexport

A világ 10 legnagyobb borexportáló országa között (amelyek az export mennyiségének 87%-át teszik ki), Franciaország, Olaszország és Spanyolország az első három helyen, ők adják a világ borexportjának 2/3-át. Az elmúlt 10 év egyik legszembetűnőbb jelensége, hogy Spanyolország megduplázta borkivitelét, ezzel elérte Olaszország és Franciaország 2004. évi borkivitelének szintjét. A másik jelentős tényező pedig az, hogy az újvilági országok rendkívüli exportnövekedést értek el ez idő alatt: Ausztrália meghatszorozta, Chile és az USA megötszörözte a borexportját (4. melléklet M/12-19. ábra) Jelenleg a világ borexportja 80 millió hl (2005). Az Újvilág mennyiség tekintetében a világ borexportjának 23%-át teszik ki (szemben a korábbi időszakok piaci részesedésével: 1998-ban 14%-os, 1991-1995 között 8%-os 1986-1990 3%-os piaci részesedéssel).

Az EU új tagországai közül **Magyarország** az egyik legnagyobb borexportőr (Bulgária 900 000 hl-es exportjával megelőzi Magyarországot, Románia viszont 400 000 hl-es borexportjával Magyarország mögött marad). A többi bortermelő új tagország alapvetően a belső piac igényeit elégíti ki, az export marginális marad és számukra csak korlátozott piaci csatornát jelent, ami inkább a specialitásoknak és a „niche”-termékeknek jelent eladási lehetőséget.

Magyarország éves bortermelésének mintegy 20-25%-át exportálják²², de tendenciáját tekintve 1998 óta jelentős borkivitel csökkenést regisztráltunk. 2005-ben a magyar borexport elérte mélypontját, az 589 000 hl-es kivitellel, ami az 1998. évi borkivitel (1,2 millió hl) felét jelenti és a rendszer váltás időszakának mélypontját is alulmúlja. Az előrejelzések szerint a 2006. év borkivitele erősödést mutat, kb. 750 000 hl-re tehető, ami megközelíti a 2003. év mennyiségi adatait. A rendszerváltás előtt Magyarország még a jelentősebb exportőrök közé

²² Az exporton az összes kivitelt értjük, nemcsak az EU-n kívüli, harmadik országokba irányuló borkivitelt.

tartozott, a világ borkivitelének 5%-át adta. Mára a világpiacon egyre erősödő verseny eltávolította ettől a csoporttól.

Az 1990-es években, a gazdasági és politikai változások következtében Magyarország elvesztette a keleti piacok nagy részét, így rövid idő alatt 2,2 millió hl-es borkivitel 667 000 hl-re zsugorodott. Gyakorlatilag 3 év alatt (1989-1992 között) Magyarország elvesztette piacainak 70%-át, így új piacokat kellett keresni, mivel borfelesleg jelentkezett a belső piacon. Tekintettel a rendszerváltás előtt is létező nyugati kapcsolatokra, illetve a német piachoz fűződő tradicionális kereskedelmi kapcsolatokra, Magyarország az EU piacain, különösen Németországban talált eladási lehetőséget. A kivitel az is segítette, hogy Magyarország 1993-ban megkötötte az EU-val a borkereskedelmi megállapodást, aminek keretében vámmentesen lehetett bort cserélni az EU és Magyarország között. (Igaz, hogy az EU-csatlakozásig egyre növekvő vámmentes kvótát sosem tudta Magyarország kihasználni.) Így Németország és Nagy-Britannia lett Magyarország első számú borexport célországa. (4. Melléklet M/20-23. ábra)

A rendszerváltás után különösen a szovjet utódállamokba irányuló export csökkent. A kilencvenes évek elején Ukrajna a harmadik, Oroszország pedig az ötödik helyen állt a célországok tekintetében, 12% illetve 8%-os export piaci részesedéssel. Ezeket a piacokat 2000-re gyakorlatilag elvesztette Magyarország.

Az 1990-es évek elején-közepén újra nőtt a borkivitel, 1992-1997. között jelentős exportnövekedést ért el Magyarország, elsősorban az EU (15)-n kívüli országokba irányuló eladás tekintetében. 1996-ban a magyar borexport meghaladta a 1,5 millió hl-t, a EU(15)-n kívüli, harmadik országokba irányuló export támogatásnak köszönhetően. Magyarország 1990-től különböző (egyre csökkenő) mértékű és típusú exporttámogatást nyújtott a borkivitel ösztönzése érdekében (6. táblázat). Ez a támogatási rendszer 1999-ben megszűnt a WTO előírások következtében.

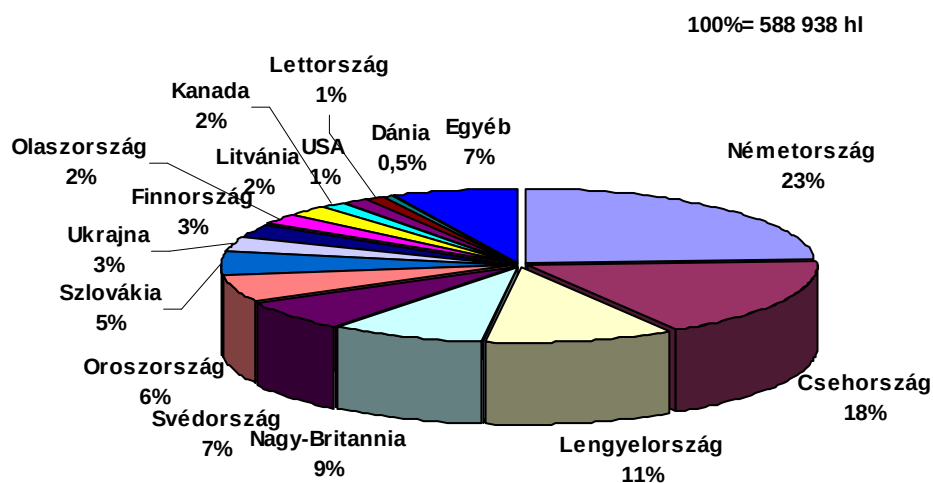
8. táblázat : Az export támogatások szintje az 1990-es években Magyarországon

Év	Export támogatás típusa
1991	A bor értékének 25%-a
1992	A palackos bor értékének 30%-a, a folyóbor értékének 25%-a
1994	A bor értékének 26%-a
1995	A bor értékének 21%-a
1996	A bor értékének 16%-a
1997	A bor értékének 8%-a
1998	20 Ft/liter pezsgők és 25 Ft/liter borok esetében

Forrás : FVM

A biztató borexport növekedés az utóbbi 9 évben újabb erőteljes csökkenésbe fordult át. Magyarország borexportja 50%-kal csökkent, így 2005-ben 589 000 hl-re olvadt, ami az 1991-es mélypont alá süllyedt. Ez alatt az időszak alatt az export szerkezete is gyökeresen átalakult. Magyarország újra elvesztette keleti piacait, különösen a szovjet utódállamok piacait (Oroszország, Ukrajna, Belorusszia felé irányuló kivitel), ami 1996-ban még meghaladta a 400 000 hl-t, 9 év alatt 46 000 hl-re zsugorodott (ami 88%-os csökkenésnek felel meg). Így a már kibővült EU lett Magyarország legfontosabb exportpartnere. A magyar borkivitel 80%-át a többi tagállamban adják el.

A magyar borkivitel összetétele célországokként 2005-ben



Forrás: KSH, HNT, 2005

11. ábra: Magyarország borkivitele célországokként 2005-ben

Ugyanakkor az elmúlt 3 évben is gyors változásnak lehettünk tanúi. Egyrészt 3 év alatt 20%-kal csökkent a magyar borkivitel. Másrészt jelentős változás következett be a célországok tekintetében. 2003-ban Németország, Nagy-Britannia, Csehország, Szlovákia és Lengyelország voltak sorrendben a legfontosabb célországok. 2005-ben Németország továbbra is megőrizte első helyét a magyar borkivitelben, de szignifikáns mennyiségi visszaeséssel (-27%), Nagy-Britannia a negyedik helyre csúszott vissza (47%-os kiviteli visszaeséssel), míg Csehország „feljött” a második helyre 28%-os mennyiségi növekedéssel, Lengyelország pedig a harmadik helyet foglalja el, viszonylag stabil borkiviteli mennyiséggel. Ez a tendencia egyértelműen azt mutatja, hogy Magyarország nem tud profitálni az új

borfogyasztó országokban tapasztalható fogyasztásnövekedésből és piacbővülésből, így az EU csatlakozásból adódó potenciális piacnövekedés eddig kihasználatlan maradt.

A mennyiségi csökkenéssel párhuzamosan a bor kiviteli értéke is jelentősen csökkent: 1996 és 2001 között a felére esett vissza, 130 millió \$-ról 64 millió \$-ra, majd kismértékű javulás tapasztalható, 2003-ban 67 millió \$-ra nőtt. Az utóbbi két évben újabb szignifikáns visszaesést szenvedett el a magyar borexport értéke (2005-ben 56,5 millió €-t tett ki). Az 1990-es évek végén a borok export átlagára 0,75 \$/literre csökkent, ami 2003-ra kismértékben emelkedett, de még így is 1 \$/liter alatt maradt, 2005-ben 0,96 €/liter volt.

A célországok közül Nagy-Britanniában és a skandináv országokban az átlagnál kicsit magasabb áron pozícionáltak a magyar termékek (1,5 €/liter), míg Németországba, Csehországba és Lengyelországba az átlagnál jóval alacsonyabb áron viszik ki a borokat (0,5-0,75 €/liter). Így a magyar borok a „basic wine” kategóriában maradnak. Természetesen meg kell említeni, hogy vannak olyan magyar specialitások, különösen a Tokaji borkülönlegességek, valamint számos Egri és Villányi magas minőségű bor, ami szuper-prémium és ikon kategóriában adják el, de ezek a termékek az összes kivitelhez képest csak csekély részt tesznek ki. Jelenleg a magyar borkivitelnek csak 5%-át viszik ki 3 €/liter átlagnál magasabb áron, míg a borok 95%-a 3 €/liter, illetve 75%-át 1 €/liter-nél alacsonyabb áron exportálják.

A borászati termékek kivitelének összetétele magában foglalja a folyóbor, a palackos bor, a pezsgő, a must és mustsűrítmény, valamint a vermut termékkategóriákat. A folyóborok mindig is uralták a magyar borkivitelt (jelenleg 48% az export részesedése), arányuk 2000 óta tartó növekedési tendenciája az utóbbi két évben azonban megfordult és kismértékű csökkenés tapasztalható. Ugyanakkor a palackos borok esetében enyhe aránynövekedés figyelhető meg, 2005-ben a borkivitel 43%-át tették ki, míg a must és a sűrítmény kivitel lényegesen csökkent a feldolgozott, magasabb hozzáadott értékű termékek javára.

4.1.1.5. A borimport

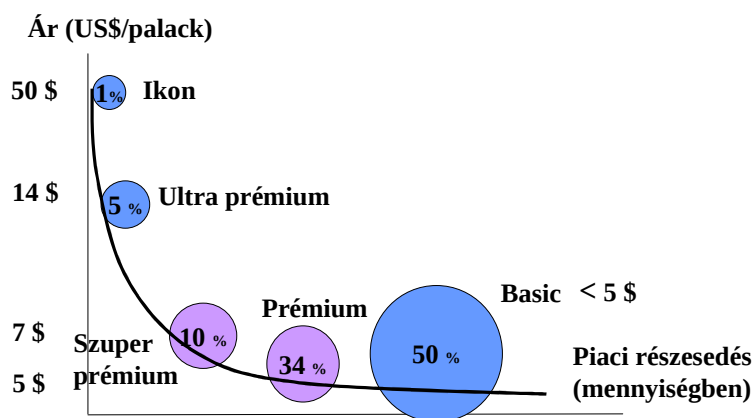
A borimport struktúrájának megértéséhez, ki kell emelni azt, hogy a világ négy legnagyobb borimportáló országa közül három egyben bortermelő ország is. Ez a tény a piacok nyitottságával magyarázható, aminek következtében lehetőség nyílik az adott ország bortermeléséből származó kínálat kiegészítésére: így pl. a nagy minőségű francia borok jelen vannak az amerikai piacon, a vörös borok a német fehérbor kínálatot egészítik ki, vagy pl. Franciaországban az asztali borkínálat olasz és spanyol asztali borokkal egészül ki, hiszen

ezekben az országokban a saját bortermelés nem tudja teljes mértékben kielégíteni a keresletet.

A világ borimportjának alakulása erőteljesen korrelál az EU borimport tendenciájával és az export tendenciákat követi (4. melléklet M/25-26. ábra). A világ legnagyobb borimportőre Németország, de közvetlenül a nyomában találjuk Nagy-Britanniát, ami egy-két éven belül az első helyre kerülhet, tekintettel az igen erőteljes borfogyasztás növekedés mértékére (ami 2003-ban és 2004-ben is 10%-os volt). Az USA szintén erőteljesen növeli borimportját, 1999-2004 között 57%-kal nőtt, ezzel a világon a harmadik helyet foglalja el. A negyedik helyen Franciaországot találjuk, mivel a minőségi bortermelésre történő áttérés következtében az asztali bortermelés drasztikus csökkentése stratégiai döntés volt, így a francia piacon egyébként meglévő asztali bor iránti kereslet egy részét más dél-európai tagországok asztali boraival elégítik ki (spanyol, olasz asztali borok). Az ötödik helyen álló Oroszország szintén jelentős fejlődést mutat az import tekintetében. A makrogazdasági válság miatt bekövetkező drasztikus import csökkenés után Oroszország borimportja 1999 óta megötszöröződött, így már Belgiumot is megelőzte.

Mivel Magyarország számára a legnagyobb borimportőrök jelentik a legfontosabb piacokat, ezért a 4. számú mellékletben röviden ismertetjük az egyes piacok jellemzőit, valamint az újvilág, különösen az USA borpiacának jellemzőit, különösen kemelve a borok árpozícionálását.

A borpiac szegmentációját tekintve ma már Európában is elfogadott az angol-amerikai modell, ami a piaci kategóriákat az ár alapján határozza meg és nem a jogszabály szerinti minőségi kategóriák szerint (12. ábra). A modell részletes bemutatása a 4. számú melléklet 6.1. pontjában található.



12. ábra: A borpiac szegmentációjának modellje (Forrás: Ernst&Young, 2001)

Összességében elmondható a piaci szereplők árstratégiáját tekintve, hogy Európa két piaci szegmensre koncentrál az alacsonyabb árú Popular prémiumra és a magas minőségű és magas áron értékesíthető borokat magába foglaló Ultra prémiumra, az újvilági országok pedig a Szuper prémium kategóriára összpontosítanak. Ugyanakkor az Újvilág a piaci kínálat kiszélesítésének stratégiáját választotta és ezzel a magasabb minőségű és magasabb árú borok felé bővíti kínálatát. Így az újvilági borok már a nagyobb vásárlóerővel rendelkező fogyasztókat is megcélazzák, akik gyakran magasabb követelményeket támasztanak a borok minőségével szemben, általában borértők és jól ismerik, milyen a termőhely hatása a bor egyedi tulajdonságaira.

Ezzel szemben a Közép-Kelet Európából származó borok megítélése az EU piacán, nem mondható túl jónak, az alacsony ár kivételével más előnyt nem hoznak fel ezekkel a borokkal kapcsolatban. Például az észak-európai borfogyasztó országok régebben relatíve sok kelet-európai bort vásároltak elsősorban az alacsony ár miatt. Ugyanakkor úgy ítélik meg, hogy hiányzik a kelet-európai borok imázsa, ami nem teszi így lehetővé azt, hogy az imázs hozzáadott értéként jelenjen meg, mint ahogy az megjelenik pl. a dél-afrikai boroknál, amit rögtön Mandela-val hoznak összefüggésbe, vagy az ausztrál borok esetében, ahol Crocodile Dundee-ra és a kengurukra asszociálnak a fogyasztók.

Sajnos a magyar borok többségéről is ez a kép alakult ki és a legfontosabb feladat az, hogy ezt megváltoztassuk, megismertessük Magyarországot és a magyar borokat a fogyasztókkal a nemzetközi piacon. Természetesen vannak kivételek, ugyanis jó néhány olyan magyar bort találunk a nemzetközi piacon, amelyek 5-7\$-ért (3,5-5£) kelnek el, a borkülönlegességeink, különleges minőségű boraink pedig ennél magasabb árat érnek el. Azzal, hogy az Újvilág egyre magasabb árkategóriában pozicionálja termékeit és kivonul az alacsonyabb árkategóriából, ezzel a közép-kelet európai, köztük a magyar borok számára, engedi át a helyet. Ugyanakkor a magyar borok esetében meg kell említenünk, hogy minőségükhöz képest árban sokszor igen alulértékelték a termékek.

Magyarország borimportja mindig marginális volt. A belső piacához, és a hazai bortermeléshez képest a borimport mindig viszonylag kis mennyiséget tett ki: 30 000 - 100 000 hl között mozgott az elmúlt 6 év során.

2005-ben a borbehozatalunk 66 058 hl-t és 8,4 millió €-t tett ki (1,27 €/liter átlagáron érkeztek a borok), ami 10%-os nevedést jelent 2004-hez képest. Ugyanakkor az EU csatlakozás után jelentős import szerkezeti átalakulásnak lehetünk tanúi. Míg korábban igen erőteljesen dominált a folyóbor behozatal, addig 2004. és 2005. évi adatok alapján

megállapítható, hogy egyre növekszik a palackos bor és pezsgő behozatal. A három kategória a mennyiség tekintetében kezd kiegyenlítődni. A palackos borbehozatal 24 %-kal, a pezsgő behozatal pedig 8%-kal nőtt 2004-hez képest. Ez azért érdekes, mert a fogyasztók nem házastva találkoznak a boltok polcain a közös piacról (Olaszországból, Ausztriából, Németországból, Spanyolországból) behozott folyóborokkal, hanem a palackban kiszerelt végtermékkel, ami közvetlenül versenyez a hazai termelésű palackos borokkal. Ráadásul a palackos import borokat igen versenyképes áron, 1,5-3,8 €/liter (1,8 €/liter) átlagáron hozzák be.

Az újvilági bortermelő országok behozatala egyelőre csekély, 986 hl- tesz ki (Argentína, Chile, USA, Dél-Afrika, Ausztrália összesen). Ezek a borok is szinte kizárólag palackos kiszerelésben érkeztek Magyarországra 1,6-6,4 €/l (3,7 €/liter) átlagáron.

Előrejelzések szerint azonban a 2006. évi borimport szignifikáns növekedést mutat és meghaladja a 110 000 hl-t, ami nemcsak a verseny fokozódásának, hanem bizonyos mértékű alapanyag hiánynak is a jele.

4.1.2. A hazai borpiac elemzése és a magyar borok pozícionálása a belföldi piacon

A magyar piac elemzésénél a belső piac méretére, minőség szerinti megoszlására valamint a disztribúciós csatornák szerepére térünk ki. Mivel rendszeres kutatás és hosszú távú adatsor hiányában viszonylag kevés információ áll rendelkezésre a disztribúciós csatornákról, ezért részben saját vizsgálatok keretében gyűjtöttünk adatot a jelenleg legnagyobb súllyal szereplő elosztási csatornáról, az élelmiszerüzletekről (a hiper- és szupermarketekről)²³. A borfogyasztásra és a fogyasztói szokásokra terjedelmi okok miatt nem térünk ki, illetve nem áll rendelkezésre rendszeres alapkutatás és adatfelvételezés, amire támaszkodva a hazai borfogyasztási trendeket ki lehetne értékelni. Ezen túlmenően a doktori disszertációnak nem volt célja a borfogyasztás és a fogyasztói magatartás vizsgálata. A magyar borfogyasztásra vonatkozó általános jellemzők a 4.1. fejezetben kerültek bemutatásra és értékelésre. Ezért a borpiac jellemzőit a rendelkezésre álló adatok és a kiegészítő vizsgálatok alapján a kínálati oldal értékelésére alapozzuk, ami viszonylag jól szemlélteti a magyar borok pozícionálását a hazai piacon.

A HNT adatai alapján a hazai borpiac mérete kb. 3 millió hl (5. számú melléklet 1. táblázat, M5/1-2. ábra). A belső borpiacot a termelésnek megfelelően a fehér borok uralják

²³ Az adatok gyűjtését a HNT 2004-ben végzett célvizsgálata tette lehetővé, amelynek eredményeiről 2005-ben a Borászati Füzetekben (2005/1. szám) elemzést jelentettünk meg: Kisari I., Sidlovits D.:A magyar élelmiszer kereskedelem bor- és pezsgőválasztéka címmel

74%-os piaci részesedéssel, a vörös és rosé borok aránya 26% (2005). A minőség tekintetében még mindig az asztali borok vannak túlsúlyban, a szűk értelemben vett asztali borok és a tájborok 31-31%-ot képviselnek, míg a minőségi borok 36%-ot. Az EU csatlakozás óta eltelt időszakban a tájborok aránya 18%-ról 31%-ra nőtt az asztali borok rovására. Ennek elsősorban az az oka, hogy az asztali bortermelésben is egyfajta megkülönböztetési igény lép fel, ami a minőségjavítás terén szintén előrelépéssel járhat. Az is hozzájárulhat a tájborok arányának növekedéséhez, hogy a különböző borvidékekről származó tételek összeházasításakor 15%-nál nagyobb arányban jelen lévő másik borvidékről származó bor esetében a jelölési szabályok értelmében a bor nem viselheti a többségben lévő bor származásának földrajzi jelölését (753/2002 EK rendelet), ezért csak tájborként hozható forgalomba. Ugyanakkor a minőség kiegyenlítése, az állandó minőség biztosítása és ezzel a meglévő piacok megtartása érdekében több, főként az export orientált cégek alkalmazzák ezt a technikát. Ebben az esetben a földrajzi jelölés helyett a márkanévre helyezik a hangsúlyt. Ezek a termékek, nemcsak az export piacon, hanem a hazai piacon is megtalálhatóak. Attól függetlenül, hogy az ilyen termékek a szabályozás értelmében nem számítanak minőségi bornak, tehát nem lehetnek m.t. minőségi borok, beltartalmi értéküket és így az észlelt minőségüket tekintve nem maradnak el a minőségi borok jellemzőitől (pl. a Danubiana Graf Karoly sorozata). Hasonló a helyzet az interspecifikus fajtákból készült borokkal, amelyekből az EU csatlakozás óta nem készíthető minőségi bor (1493/1999 EK Tanácsi rendelet 19. cikke értelmében). Ez elsősorban a Bianca fajtát érinti, amiből biobor is készül, és elsősorban az export piacokon adják el.

Visszatérve a hazai piac elemzéséhez, a minőségi kategóriák közti átrendeződéshez hasonló változás tapasztalható a borok kiszerelésében is:

- 2004-ben a folyóborként történő kiszerelés a 70%-os piaci részesedésével még jóval felülmúlta a palackos kiszerelésben történő értékesítést (30%),
- 2005-ben már a két kiszerelési típus elég erősen közelített egymáshoz: a folyóborként történő eladás 55%-ot tesz ki, a palackos eladás pedig 45%-ot. Ez nem jelenti azt, hogy a palackos kiszerelés miatt lényeges minőségi változás is bekövetkezett. A jelenség inkább a műanyag palackok (PET) elterjedésével magyarázható. Ugyanis az asztali és tájborok egy részének folyóborként történő kiszerelését felváltja a műanyagpalackos, főként 2 literes ürtartalmi kiszerelésben történő eladás, ami a hiper- és supermarketek térnyerésével is erősödik, hiszen az említett termékek egy része beterelődik a legális élelmiszer kiskereskedelmi forgalomba.

4.1.2.1. A borkínálat és a borok piaci pozícionálásának elemzése a hazai piacon

Ahhoz, hogy átfogó képet kapjunk a magyar borkínálatról az egyes disztribúciós csatornáknak elhelyezett termékeket kellene elemeznünk, így a hiper- és szupermarketek, a HORECA, a borszaküzletek, borkimérések valamint a direkt boreladás kínálatát kellene megvizsgálnunk. Mivel ezen a területen sem állnak rendelkezésre panelek, rendszeres felmérések és rendszeresen közzétett statisztikai adatok, illetve a doktori kutatás forrásai nem tették lehetővé, hogy az ide kapcsolódó panel vizsgálatokat megrendelhessük piackutató cégektől (pl. AC Nielsen megrendelésre készít felmérést és polctükröt a termékekről), ezért a HNT által elvéggeztetett, az élelmiszerüzletek kínálatára irányuló vizsgálatok adataira támaszkodhatunk (amelynek kiértékelésében és elemzésében közreműködünk). Tekintettel arra, hogy a becslések szerint a hiper- és szupermarketek borkínálata és részesedése a hazai boreladásból meghaladja az 50%-ot, viszonylag jól reprezentálja a magyar borkínálatot, ugyanakkor csak egy elosztási csatornára szűkül, amelynek jellemzői nem terjeszthetők ki más piaci csatornákra, tehát a jövőben azok megismerése is elengedhetetlenné válik ahhoz, hogy pontos képet kapjunk a hazai borkínálatról. Azt is hiányossággként kell elkönyvelnünk, hogy az élelmiszer kiskereskedelem borforgalmi adatait nem tudtuk elemezni, mivel ezek az adatok nem publikusak és nem tudtunk hozzáférni (szintén pluszforrást igényelt volna az adatok megvásárlása). Így a borkínálat adatait azzal a fenntartással kell kezelni, hogy a polcon látható kínálat és az egyes termékek részesedése nem egyezik meg a ténylegesen eladott bormennyiségekkel. A borpiac pontos megismeréséhez, a stratégiai tervezéshez és a borászati termékek piaci pozícionáláshoz a disztribúciós csatornák eladási adatainak ismerete szintén elengedhetetlen.

Az élelmiszer kiskereskedelemben folytatott vizsgálatunk célja az volt, hogy Magyarország EU-csatlakozása után felmérjük a bor és pezsgőválasztékot, valamint a borárakat és a piaci szereplők jelenlétét a legjelentősebb bor disztribúciós csatornában, tehát átfogó képet kapjunk a borok pozícionálásáról a hazai élelmiszer kiskereskedelmi üzletekben.

Magyarország borkereskedelme az elmúlt 10 évben gyökeres változásokon ment keresztül. Itt is érvényes az az európai tendencia, hogy a borkereskedelemben a legjelentősebb disztribúciós csatornát a hiper- és szupermarketek jelentik. A nagy bortermelő és borfogyasztó tagállamok borpiacán az összes disztribúciós csatorna közül a hiper- és szupermarketek 75-80%-os részesedéssel rendelkeznek (pl. Franciaország, Németország). Magyarországon a '90-es évek közepén jelentek meg a multinacionális élelmiszer

kiskereskedelmi láncok, a Metro, Tesco, Auchan, amelyek átvették a korábban döntő szerepet játszó ital nagykereskedések helyét, így ez utóbbiak borforgalma minimálisra csökkent. A magyar élelmiszer kiskereskedelem – kivédendő az ellehetetlenülést – szintén láncokba tömörült. Jó példa erre a főleg vidéki kis településeket ellátó ÁFÉSZ hálózat, ami ma COOP-Hungary Rt. néven működik. Egységes választékkal, országos szerződésekkel ma is biztosítják a vidék áruellátását. Hasonló feladatot teljesít az országos lefedettségű CBA és Reál Rt. is.

A multinacionális cégek rendkívül erőszakos üzletpolitikájukkal ma hatalmas vonzerőt jelentenek a vásárlók számára. A hiper- és szupermarketek óriási területigényük miatt elsősorban a nagyvárosokban, ezek peremén épülnek, a fő közlekedési utak és csomópontok közelében. Ezért a fővárosban az agglomeráció vásárlóerejét is megcélozzák, a vidéki nagyvárosokban pedig 30-60 km-es körzetből vonzzák a vevőket. Attraktív árak, folyamatos akciók, vonzó nyitvatartási idő (pl. egész hétfégen nyitva tartó üzletek, 24 órás nyitva tartás) jellemzi a kereskedelem-politikájukat.

Ma hazánkban szinte családi program a hétfégi bevásárlás. Természetesen ezen a programon belül a választék és az akciók hatására pluszvásárlás is megvalósul. Nagyon erős a reklám szerepe, ami további vásárlásra ösztönöz.

Jellemző, hogy a multinacionális cégek speciális elvárásokat támasztanak a beszállítóikkal szemben. A bor esetében a termelők árjegyzéki árának 39-54%-át kérik el különböző jogcímenek. Ugyanakkor a fogyasztói árat csak az úgynevezett alapárrés (15-24%) és az esetenkénti akciós árrés (10-12%) befolyásolja. A többi elvonás pl. a fix forgalmi bonusz 4-8%, a progresszív bonusz 2-5%, marketing hozzájárulás 6-12%, hálózatfejlesztés 2-3%, nincs hatással a fogyasztói árakra. Nagyon súlyos terhet jelent a borászatok számára a belistázási díj és a polcpénz, illetve az új áruházak nyitásához történő hozzájárulás.

A hiper és szupermarketek dominanciája valamint a hard diskont áruházak megjelenése üzletpolitikájuk miatt egyre nagyobb versenyt jelentenek a bortermelők számára, ráadásul az elérhető árrés is szűkül. Ezzel párhuzamosan pedig a minőségi elvárások is változnak. A nyugat-európai hiper és szupermarketekben egyre magasabb minőségi előírásokat és követelményeket támasztanak a bortermelőkkel és beszállítókkal szemben, különösen a sajátmárkás borok esetében, ami a teljes vertikumra nézve hatással van, így kihat a borászatok alapanyag beszerzési politikájára és irányítási strukturájuk alakulására is. A beszállítókkal szemben támasztott minőségi előírások szigorítása Magyarországon is megfigyelhető. Ugyanakkor sok esetben találkozunk az alacsony ár stratégiával magas minőséget jelölő címkéjű bor esetében is, ahol már megkérdőjelezhető a palackban lévő bor

tényleges minősége (ld. 999 Ft-os 5 puttonyos Tokaji aszú vagy a 360 Ft-os Egri Bikavér), ami az adott termék imázsrombolásához, a negatív árspirál kialakulásához és beszállítók kiszorításához is vezet.

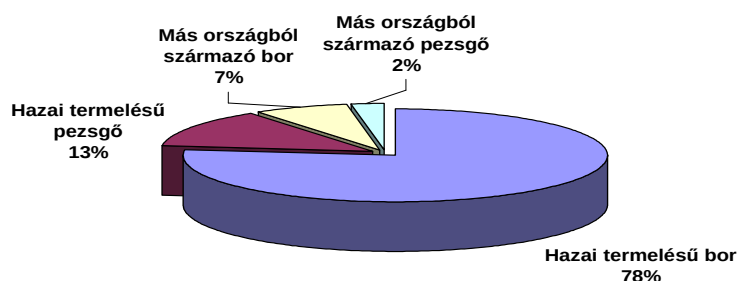
4.1.2.2. A borok polcképe

A borokat származásuk (import vagy hazai), minőségi kategóriájuk, áruk, a borvidéki megjelenés, színük, cukortartalmuk, a választék nagysága és a beszállítók szerint vizsgáltuk. Itt az első négy tényezőt mutatjuk be, az elemzés többi része a 5. számú mellékletben található.

a) Hazai és más országból származó borok aránya

A bor választékon belül az import borok aránya 0-17% között mozog. A teljes bor és pezsgőválasztékból együtt átlagban a behozatalból származó borok 7%-ot, a pezsgők pedig 2%-ot tesznek ki. Egyértelmű, hogy az ágazat problémái nem az import választékban keresendők. A felmérésünk időpontjában azt tapasztaltuk, hogy az import színesíti a választékot, de aránya és fogyása marginális marad a hazai borokhoz képest. Így a borválasztékban döntő a hazai termékek aránya, ami az EU-csatlakozásunkat követően nem változott érdemben. Mivel az elmúlt években a kereskedelem nem használta ki a vámmentes import kontingest, ez érthető is. Ugyanakkor több cég a felmérésünk idején vizsgálta az import ajánlatokat és változásokat terveztek az évvégére, aminek eredménye tapasztalható volt 2004. decemberében, hiszen jó néhány spanyol, olasz illetve újvilági bort lehetett látni a hiper- és supermarketek polcain, nagyon jó minőség/ár arányban. 2004-ben azt állapítottuk meg, hogy az import aránya nem zavarja jelentősen a hazai termelők lehetőségeit, de a későbbiekben számolni kell azzal, hogy még nem megjósolható mértékben, de várható az import bővülése. Ezt az is előrevetíti, hogy a hard diszkontok megjelenésével (ld. Lidl) átrendeződni látszik a behozatalból származó borkínálat (2005-ben a hard diszkontok piaci részesedése 16% az AC Nielsen adatai alapján). Ez az előrejelzésünk a 2006-os import előrejelzések alapján be is igazolódott. A külföldi borok, elsősorban más EU tagországból származó, főként palackos borok kínálata bővült. Az összes borimport az előrejelzések szerint 180 000 hl volt 2006-ban, aminek 80%-a Olaszországból érkezik. A Lidl számos (88) üzletet nyitott Magyarországon és az Aldi is tervezi a magyar piacon történő üzletnyitást. A hard diszkontoknak egészen eltérő a stratégiájuk, más hiper- supermarket láncokhoz képest. Az Aldi pedig még a hard diszkontokon belül is külön kategóriát képez (Németországban pl. az

Aldi esetében külön közlik a statisztikai adatokat). A leginkább szembetűnő tényező az árelőny, ami 50%-ot is elérhet a többi élelmiszer kiskereskedelmi lánchoz képest, de a gyors terjeszkedés magyarázatában szerepet kap a fogyasztók és vásárlók szociológiai változása, bizalom a diszkont választéka és a termékek minősége iránt, valamint a bolthálózat sűrűsége és elérhetősége, tehát sok tekintetben a régi sarki boltokra hasonlítanak (AC Nielsen, 2005). A borkínálat esetében főleg az import borokat részesítik előnyben, kiváló minőség/ár arányú termékeket találunk a polcaikon, az újvilági boroktól kezdve az EU más tagországaiból származó borokig. A bolthálózat terjeszkedése igen dinamikus: a Lidl hetente 6, az Aldi 5 új üzletet nyit Európában (AC Nielsen, 2005).



13. ábra: A magyarországi hiper- és szupermarketek kínálatának megoszlása származás szerint, (Forrás: Kuti Bt., HNT)

b) A borválaszték minőségi kategória szerint

Megállapítható, hogy az asztali borok aránya a hiper- és szupermarketek kínálatában viszonylag kicsi, 3-18% közöttire tehető (átlagosan 5%). Egyes üzletláncokban csak marginális szerepet tölt be ez a kategória a választékban (Metro, Cora, Tesco), viszont nagyobb arányban találhatók meg a viszonylag szűk választékú egységekben (pl. Penny, Plus, Real üzletek). Sajnos pontos forgalmi adatok nem állnak rendelkezésre, de feltételezzük, hogy a mennyiségi fogyás ebben a kategóriában jelentős mértékű. A tájborok aránya a kínálatban szintén kicsi, 10% körül mozog, magasabb arányban a Penny, Plus és Coop üzletekben találhatók meg.

A hiper- és szupermarketek polcain döntő többségben minőségi borokat találunk (86%). A termelők és a szállítók törekvése is a minőségi borok forgalmazását helyezi előtérbe. Valószínűleg a magyarázatot az adja, hogy az asztali és a tájbor kategóriában a

minőség szórása még a kategórián belül is nagyobb a minőségi borokéhoz képest. Ezért a magasabb igényű fogyasztók már nem kockáztatnak, nem vásárolnak tájbort, inkább a minőségi borokat helyezik előtérbe. (A vásárlást befolyásoló tényezők vizsgálata egyébként újabb kutatást igényelne.) Természetesen ehhez alkalmazkodik a hiper- és szupermarketek kínálata is.

A bikavér borok és a Tokaji borkülönlegességeket külön elemeztük. Az összes borkínálatból a bikavér 4%-ot tesz ki, a vörösborok kategóriájában pedig 9%-kal részesedik. Az, hogy a bikavérek aránya magas, megfelelő-e vagy sem, elég nehéz megítélni, tekintettel arra, hogy a termék imázsa erőteljesen megkopott a rendszerváltás előtti időszakban. Ugyanakkor az Egri bikavér védett eredetűvé tétele erőteljesen a minőségjavítás irányában hat. Feltételezhető, hogy a HORECA-ban (gasztronómiában) ma lényegesen nagyobb arányban részesedik a bikavér a kínálatból, mint a hiper- és szupermarketekben. Ezt nagyban segítik a borvidéki törekvések és a bikavér minőségjavítása érdekében tett erőfeszítések. Ugyanakkor igen nagy problémát jelent, hogy Egri bikavért szinte minden árszegmensben találunk 350 Ft-tól kezdődően.

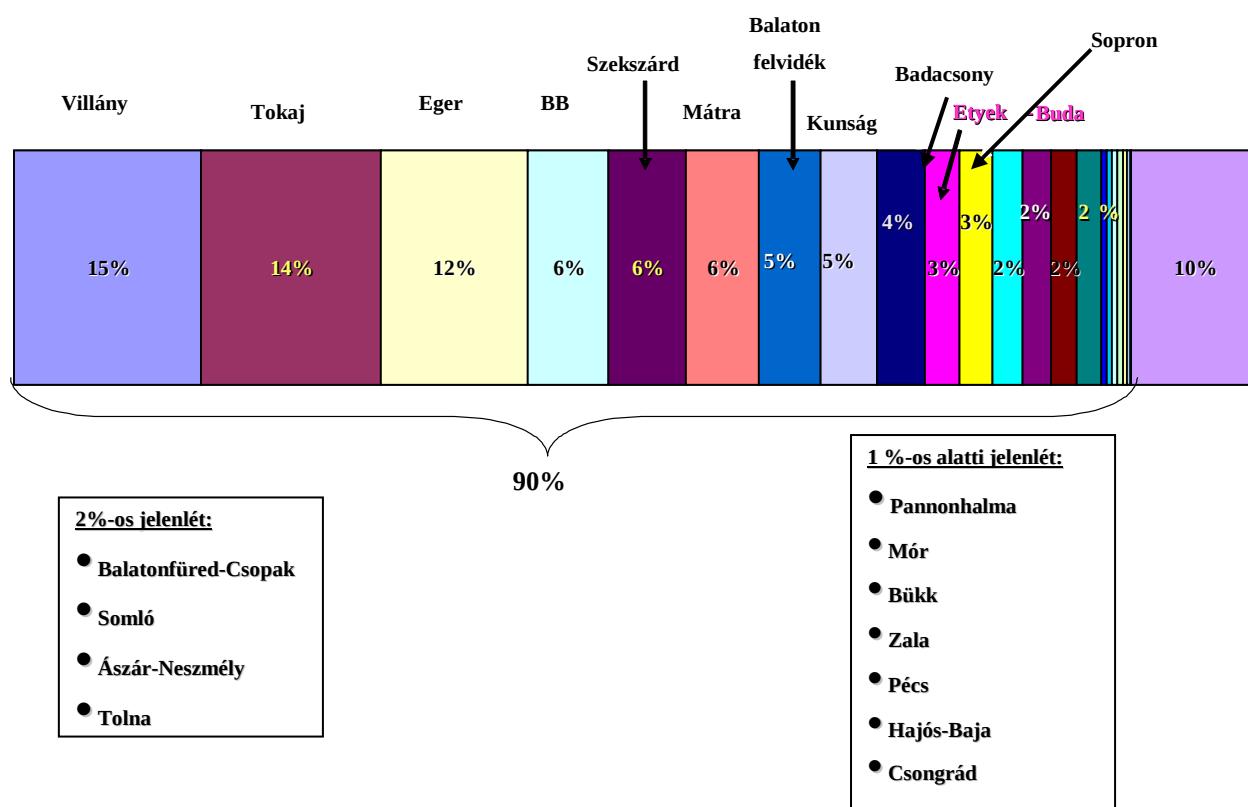
A Tokaji borkülönlegességek megjelenése széles tartományban mozog 2-50 referencia között található meg a polcokon. Az összes borkínálatot tekintve 8%-os aránnyal jelennek meg. Sajnálatos módon csak a borkülönlegességeket találjuk meg nagy arányban az üzletek polcain, ugyanakkor más Tokaji minőségi bor háttérbe szorul, ami a gasztronómia kínálatára is igaz.

c) A borvidéki megjelenés a hiper- és szupermarketek polcain

A borvidéki megjelöléssel forgalomba hozott borok a kínálat 90%-át teszik ki, a borvidéki megjelölés nélküli termékek pedig a kínálat 10%-át adják. A teljes kínálatból a Villányi Borvidékről származó referenciákat találjuk meg a legnagyobb számban az üzletek polcain, ami 40-80 referenciaszám között mozog. Ez az eredmény kemelkedőnek számít a Villányi borvidék méretéhez képest (mennyiségben a bortermelésünk 2,7 %-át adja). Arányuk a teljes borkínálatban 15%. Ezt követik a Tokaji Borvidék borai (a borkülönlegességek és az m.t. minőségi borok együtt) 20-87 referenciával és 14%-os részesedéssel, valamint az Egri Borvidék borai 20-65 referenciával, 12%-os részesedéssel. Gyakorlatilag ez a 3 borvidék részesedik a legnagyobb arányban a kínálatból. A többi borvidék jóval lemarad Villány, Tokaj és Eger hármás mögött. A Balatonboglári, Szekszárdi, Mátrai Borvidék 6-6%-ot, A

Balatonfelvidéki és a Kunsági Borvidék 5-5%-ot, a Badacsonyi Borvidék 4%-ot, az Etyek-Budai és a Soproni Borvidék 3-3%-ot tesz ki a borkínálatból.

A 2%-os részesedéssel rendelkező csoportban 4 borvidéket találunk: Balatonfüred-Csopak, Ászár-Neszmély, Somló és Tolna. Az 1% alatti részesedéssel rendelkező borvidékek csoportjában pedig 7 borvidéket találunk. Meglepő módon Csongrád és Hajós-Baja csak elenyésző arányban van jelen a hiper- és supermarketekben. Itt ki kell emelnünk az Ászár-Neszmélyi és a Somlói Borvidék jelenlétét, ami a két borvidék bortermelésben való részesedéshez képest jelentősnek mondható. A többiek esetében viszont más disztribúciós csatornáknak történő eladás is jellemző, így az éttermek, a pincénél történő direkt eladás is nagy jelentőséggel bír. Ugyanakkor azt is meg kell említenünk, hogy más borvidékek felvásárlói jelentős mennyiségű szőlőt vásárolnak fel a nagyobb jelentőségű borvidékekről, és házasítanak össze más termőhelyről származó szőlővel, ahol már a borvidék név nem kerül feltüntetésre és márkanev, vagy fajtanév alatt kerül forgalomba a bor.



14. ábra: Borvidéki megjelenés a hiper- és supermarketek polcain (Forrás: Kuti Bt., HNT)

d) A fogyasztói árak vizsgálata

Ma Magyarországon a fogyasztók igen érzékenyek, a polcon feltüntetett ár túlzottan befolyásolja a vásárlást. Ez főleg az asztali és a tájborok kategóriájában igaz. Ez az a

kategória, ahol az ár számít, alapvetően az ár alapján döntenek a vásárlók: az a termék fog a legjobban, amelyik a legkedvezőbb áron található az üzletek polcán. Viszont érdekes, hogy ebben a kategóriában a legnagyobb arányú a csak OBI azonosítószámmal jelölt termékek mennyisége (tehát ahol a termelő cég nevét nem tüntetik fel a címkén, csak a kódszámát). Úgy tűnik, mintha a termelő nem vállalná nevének feltüntetését az ilyen minőségi kategóriájú termékeken. Holott a palackozó nevének feltüntetése kötelező jelölés a hatályos EU jogszabályok értelmében.

A jobb összehasonlíthatóság kedvéért a fogyasztói árakat literre vetítettük. Négy árkatagóriát alakítottunk ki.

- A 300 Ft/liter alatti árkatagória (<1,2 €/liter): 5%-ot tesz ki a borkínálatban, itt az alföldi termelők vannak túlsúlyban, de más borvidékek termelői is szerepelnek ebben az árkatagóriában. Az eladás tekintetében az AC Nielsen felmérése alapján (2007) ez a kategória 32%-os piaci részesedéssel rendelkezik.
- A következő árkatagória a 300-800 Ft/liter (1,2-3,5 €/liter) viszonylag nagy aránnyal, 33%-kal jelenik meg az üzletek polcain. Az eladás tekintetében ez az árkatagória tölt be domináns szerepet: 58%-os piaci részesedéssel rendelkezik (Kiss, AC Nielsen, 2007).
- A legnépesebb kategória a 800-2000 Ft/liter (3,6-8 €/liter) közti árkatagória, itt pozícionálják a borkínálat 44%-át.
- 2000 Ft/liter feletti (>8 €/liter), a legmagasabb árkatagória adja a választék közel 20%-át. Ugyanakkor az eladás tekintetében a 800 Ft feletti kategória piaci részesedése csak 10%.

A magasabb árkatagóriában főleg a Villányi, Szekszárdi és Egri Borvidék termelői pozícionálják termékeiket. Természetes, hogy az „Év Borásza” cím kitüntetettjei magasabb áron forgalmazzák boraikat.

A fogyasztói árak alakulásánál azt is meg kell említenünk, hogy 2004. óta eltelt időszakban két olyan intézkedést is bevezettek, ami a magyar borok versenyképességének javítását célozta (2006. január 1-től):

- a borok ÁFÁ-jának 25%-ról 20%-ra történő csökkenése,
- a bor 8 Ft/liter jövedéki adójának eltörlése,
- 8 Ft/liter forgalomba hozatali járulék (tényleges bevezetése 2007. augusztus 1.) megfizetése.

Ez a két intézkedés a borok fogyasztói árának változására nem volt hatással. A szereplők azt várták, hogy az árak csökkenni fognak, ehhez képest pont ugyanazon a szinten maradtak 2006. január 1. után, mint az azt megelőző időszakban. Ezt a jelenséget jól szemlélteti az AKII által végzett árfigyelés is (5. melléklet M5/9-13. ábra)

Összefoglalásképpen megállapítható, hogy a Magyarországon lévő hiper- és szupermarketek borkínálata igen színes képet mutat. Az üzletekben a hazai termelésű borok dominálnak. A választékot a minőségi és a száraz borok uralják, ami viszont nem esik feltétlenül egybe a borfogyasztási szokásokkal. Mindenesetre igen pozitívan értékelhető a minőség irányába történő eltolódás, ami egyfajta minőségi fogyasztói igényt is tükröz. Ez azért az árakban is visszatükröződik, ugyanis a közepes áron pozícionált borok nagy arányban jelennek meg a borkínálatban: 800 – 2 000 Ft/l (3,2-8 €/liter, ami az angolszász piaci kategóriák alapján a „Premier premium” és „Premium” boroknak felel meg). Ugyanakkor összehasonlítva a kínálatot a ténylegesen eladott mennyiséggel, az eladásban továbbra is az alacsony árkategóriájú borok dominálnak. Végül az elemzésünk rámutat arra, hogy a hazai piacon néhány nagy borászat tölt be domináns szerepet, és igen széles választékkal jelenik meg a hiper- és szupermarketekben.

4.2. Az irányítási struktúrák a szőlő- és borágazatban – A vertikális koordinációk elemzése

A világ borpiacán a minőségi bortermelés két egymástól jól megkülönböztethető szervezésének megfelelően (európai modell versus újvilági modell), a minőség kérdése és a termelés összehangolása a különböző piac szegmensekkel eltérő módon történik (Saulpic, Tanguy, 2002).

Az Újvilág esetében a borászatok alapanyag-ellátása az integráción alapszik vagy a beszállítók kiválasztása a termékhez szükséges alapanyagoknak megfelelően történik. A bor minőségét a márkanev reprezentálja, illetve a minőség szorosan kapcsolódik a piaci szegmenshez. A márkanev azoknak a cégeknek a tulajdonát képezi, akik a bort készítik, érlelik, palackozzák és piacra juttatják. A szőlőtermesztést és a szőlő minőségét teljes mértékben ellenőrzi a borászati cég anélkül, hogy jövedelemtöbbletet biztosítana a szőlőtermelőknek. Az értékes termőhelyeken (földrajzi eredet érvényesítése esetén), a borászati cégek igyekeznek saját tulajdonú ültetvényeket létrehozni és ezáltal biztosítani a bortermelésükhöz szükséges alapanyag-termelést. Ezek a cégek a borok igen széles termékcsaládját készítik és igyekeznek a piac minden szegmensében pozícionálni boraikat

különösen az export piacokon jelentős marketing beruházásokkal megtámogatva. Ez a stratégia hatékonynak tűnik, hiszen a világ legjelentősebb bor márkanevei az újvilági borászati cégekhez köthetők, ami óriási kihívást jelent Európa tradicionális bortermelői számára (a brit piacon az első tizenöt legnagyobb márka közül tizennégy újvilági borászati cég tulajdonában van, [César, 2002], Intangible Business, 2007).

Az európai földrajzi jelölések rendszerében, ahol a szőlő vagy bortermelők és felvásárló vagy kereskedő cégek egymástól függő egyéni stratégiája a kollektív márkanevként funkcionáló földrajzi nevek számos problémát vetnek fel, mivel az adott földrajzi hely szőlőtermő területe a szőlőtermelők tulajdonában van. Ezzel a minőségi bortermelési szervezési formával kapcsolatban Giraud-Héraud et al (1998) szerint az alábbi problémák merülnek fel:

- Free-riding vagy potyautas probléma a termőhely kollektív hírnevéhez kapcsolódóan: mivel a szőlőtermelőknek nincs felelősségük a végtermék piacra juttatását illetően, ezért csökkentik a minőségi termelésre fordított erőfeszítéseiket, és a termőhely jó hírnevéből próbálnak haszonra szert tenni, így gyengébb minőségű alapanyag előállítsa esetén is magasabb eladási árat elérni. Ennek az a következménye, hogy behatárolt lesz a termőhelyről megfelelő minőségű alapanyaghoz jutni, és veszélybe sodorja a kollektív márka (a földrajzi jelölés) hírnevét, megítélését.
- A felvásárló-kereskedő nem végez elegendő és megfelelő beruházást olyan minőségi (földrajzi) jelölésekkel kapcsolatban a piacra juttatásba, a promócióba, a disztribúcióba és a kereskedelmi kapcsolatokba, aminek nem tulajdonosa. Mivel a termelők a direkteladásait fejlesztik kihasználva a felvásárló/borkereskedő által tett kereskedelemi erőfeszítéseket, konkurencia alakul ki a termelők direkt eladása és a felvásárlók marketing tevékenysége között, ami negatívan hat a felvásárló-kereskedő borászati cégek további marketing beruházásaira is.
- Nem megfelelő beruházás a minőségi szőlőültetvényekbe és a szőlőtermesztésbe. Ennek az a következménye, hogy a szerződéses kapcsolatok felbontásra kerülnek, a kétoldalú szerződéseket a minőségi bor vagy szőlő spot piacon történő beszerzése váltja fel. A termelő elveszti a motivációt a költségesebb stratégiában való kötelezettségvállaláshoz (pl. terméskorlátozás alkalmazása terén), mivel ők nem foglalkoznak a végtermék piacra juttatásával.

A szőlőtermelők és a felvásárlók kapcsolatában felmerülő minőségi és az opportunizmus okozta problémák elkerülésére, valamint a minőségi termelés ösztönzésére az új intézményi közgazdaságtan elméleti alapjaira támaszkodó hibrid formák – közép és hosszú távú szerződések – hatékony megoldást jelenthetnek. Számos, közelmúltban megjelent publikáció foglalkozik a szerződéses kapcsolatok kérdéseivel az élelmiszeriparban és különösen a szőlő-borágazatban. Ezek a cikkek rávilágítanak arra, hogy a borágazatban egyre nagyobb arányban találhatók hosszú távú szerződések. Az újvilági borászatok az alapanyag beszerzésére irányuló erőfeszítések csökkentése érdekében a hosszabb időre szóló együttműködésekkel alkalmazzák a tranzakciós költségek csökkentésére, és a szorosabb kapcsolatból származó előnyökből (pl. növekvő minőség, technikai segítségnyújtás) tesznek szert nyereségre. A termelők és felvásárlók közti szerződések tipikusan több évre szólnak, és olyan tevékenységeket ösztönöznek, ami a minőséget és a stabilitást biztosítja. A felvásárlási árak változása a regionális szüreti jelentések függvénye lehet. A felek a szerződéseket automatikusan hosszabbítják meg anélkül, hogy azok a kikötések törlésre vagy újratárgyalásra kerülnének. A terület alapú szerződések esetében a borászatnak több ellenőrzést kell végrehajtania a szőlészetben hozott döntéseket illetően (Atkin, Affonso, 2004).

A lehatárolt termőhelyek (m.t. minőségi borok, eredetmegjelöléssel ellátott borok) esetében számos tanulmány foglalkozik a minőség ösztönzésének problémájával a hosszú távú szerződések esetében (Gaucher, Soler, Tanguy, 2001, Giraud-Héraud, Sauler, Tanguy 2002). A kidolgozott modell rávilágít a szerződések jelentőségére és hatékonyságára a beruházások ösztönzésében: a hosszú távú szerződések pozitívan hatnak a felvásárlói oldalon a marketinget, a termelői oldalon pedig a szőlőültetvényt érintő beruházásokra. Ezen túlmenően több publikáció fókuszál a minőségfejlesztésre az élelmiszer iparban jellemző vertikális kapcsolatok esetében (Hollander et al., 1999; Goodhue et al., 2000), illetve kezeli a minőségi bortermelés kérdését (Giraud-Héraud et al., 1999, Montaigne, Sidlovits, 2003, Martin, 2003, Rousset, 2004). Ezeknek a kutatásoknak a középpontjában a piac és a vertikális integráció közti választás, illetve az alternatív koordinációs formák állnak. A tranzakciós költségek okozta problémák megoldására a közép és hosszú távú szerződéseket javasolják, ahol az alapanyag (folyóbor, must vagy szőlő) felvásárlási árának meghatározása egyrészt a piaci ár alapján, másrészt pedig a palackozott végtermék ára alapján indexeléssel kerül kialakításra. Ennek következtében a kockázat (a nyereség és a veszteség is) megoszlik a borászat és az alapanyag beszállítók (termelők) között (Thomas et al, 2004). Így a szerződésben meghatározott árak magasabbak, mint a spot piaci árak, valamilyen mértékben

követi a piaci árak ingadozását, de annál sokkal kiegyenlítettebbek, ugyanakkor a kettő közti különbség fedezi a minőségi bor előállításához szükséges plusz ráfordításokat.

A szerződéses kapcsolatok esetén a minőségi bortermelés ösztönzésével kapcsolatban felmerülő kérdések a közép-kelet európai országokban sokkal érzékenyebbek, ugyanis ezekben az országokban az opportunizmus problémája a tulajdonviszonyok alakulása, a tőkehiány, a bizalomhiány és a spot piaci spekuláció következtében sokkal hangsúlyosabban jelentkezik (Zacharieva et al, 2001), mint az újvilági vagy más európai bortermelő országban. Beckmann és Boger (2002) szintén jelentős eltérést talált a szerződéses együttműködések gyakorlatában a közép-kelet európai országokban a fejlett piacgazdasággal rendelkező országokhoz képest, különös tekintettel a szerződések betartása és betarthatósága tekintetében. Rávilágítottak arra, hogy a közép-kelet európai országokban a termelők hajlamosak – a szerződésben vállalt kötelezettségek be nem tartásából eredő – magasabb veszteségeket is elviselni.

Magyarországon a vertikális koordinációk kialakulását befolyásoló tényezők közül ki kell emelnünk a tulajdonjogot: a szőlőültetvények, a termőhely, a feldolgozó kapacitás, a kereskedelmi kapcsolatok és a védjegyek tulajdonjogát. Magyarországon a szőlő és borágazatban a privatizáció következtében viszonylag rövid idő alatt radikálisan átalakultak a tulajdonviszonyok (Lakner, Hajdu, 2002). 1995-ben a borászati cégek jegyzett tőkéjét tekintve még 42% állami tulajdonban volt, 58% pedig magántulajdonban, addig 2000-re az állami tulajdon a jegyzett tőke 8%-át tette ki. Gyakorlatilag 2000-re befejeződött az ágazat privatizációja. Jelenleg egy borászati cég van még állami tulajdonban: a Tokaj Kereskedőház Rt., amelynek privatizációját többször megkísérelte a magyar állam, de eddig nem került sor az egyik legnagyobb borászati cég eladására.

A privatizáció során a borászati üzemek egy részét külföldi (a cégek jegyzett tőkéjének 12%-át tették ki 2000-ben), de nagyrészt inkább hazai befektetők vásárolták meg (a borászati cégek jegyzett tőkéjének 80%-a magyar tulajdonban van), más részük viszont tönkre ment vagy feldarabolódott. Radócné, Györe (2006) elemzése szerint a külföldi tőke kevés érdeklődést mutatott a hazai boripar iránt (a pezsgőgyártás kivételével, amelynek 90%-a német befektető tulajdonába került). 2004-ben 71 külföldi érdekeltségű borászat működött Magyarországon, ami számárányát tekintve viszonylag magas a többi élelmiszeripari ágazathoz képest (17,6%), ugyanakkor a boriparban jegyzett külföldi tőke csak 2,5 százaléka az élelmiszeriparban jegyzett külföldi tőke összegének (a teljes boripar részesedése az élelmiszeripar jegyzett tőkéjéből 7,5 százalék volt 2004-ben). A külföldi tőkebefektetések elmaradásának indoka egyrészt az, hogy a külföldiek nem lehetnek tulajdonosai a

termőföldnek, valamint az ágazatba való belépés igen nagy befektetést igényel az ültetvénytelepítés (felújítás), a borászati technológia és a piacépítés tekintetében, másrészt a befektetők figyelme a privatizáció időszakában az Újvilág felé fordult. Hiszen az újvilági országok vonzóbb gazdasági körülményekkel rendelkeznek a szőlő és bortermelés számára (nagy mennyiségben rendelkezésre álló, szőlőtermesztésre alkalmas terület, alacsony termelési költségek, alacsony munkabérek stb.).

A rendszerváltás előtt 30 állami gazdaság és mintegy 50 szövetkezet biztosította a magyar bortermelést, ami jellemzően integrált termelési struktúrát takart (a szőlőtermesztéstől, sőt sokszor az oltvány előállításától a boreladásig, minden technológiai lépést magában foglalt). Jelenleg közel 13 000 üzemben folyik szőlőfeldolgozás és borkészítés (9. táblázat).

9. táblázat: a borászati üzemméret megoszlása a szőlőfeldolgozás és a borkészítés mennyisége alapján 2002-ben

Üzemméret (szőlőfeldolgozás és borkészítés)	2002
< 80 hl	10 462
80-500 hl	2 111
501-1 000 hl	156
1 001 -10 000 hl	199
10 001 – 20 000 hl	18
20 000 hl <	17
Összesen	12 962

Forrás: VPOP, 2003

A föld és a szőlőültetvények nagy része magánszemélyek tulajdonában, illetve a szőlőtermelők használatában van. A vállalkozások nem vásárolhatnak földet, illetve csak néhány nagy borászat rendelkezik saját tulajdonú szőlőültetvénnyel és tudja teljes mértékben ellenőrizni az alapanyag termelés minőségét. Azok a vállalkozások, amelyek saját ültetvénnyel rendelkeznek vagy a spontán privatizációs időszakban (1989-1992) jutottak szőlőültetvényhez, vagy az állami tulajdonban lévő földterületen lévő szőlőültetvény a privatizáció során lett a vállalkozás tulajdona, az állammal pedig, hosszútávra kötött földbérleti szerződést. A saját alapanyag termelés biztosításának másik módja, hogy a borászati vállalkozás tulajdonosai rendelkeznek saját földterülettel, és azt bocsátják a vállalkozás rendelkezésére a szőlőtermesztéshez, így megvalósul a minőség teljes mértékű kontrolálása. A privatizáció következményei illetve a földtulajdonra vonatkozó megkötések (mint intézményi, szabályozásbeli megkötések) hozzájárulnak ahhoz, hogy sajátos termelési (irányítási) struktúra alakuljon ki a magyar borágazatban. A szőlőtermelők a feldolgozó és

borászati kapacitásnak csak mindössze 20%-ával rendelkeznek, addig a borászati cégek a feldolgozó kapacitás 80%-át birtokolják. Ennek következtében a szőlőtermesztési oldal és a borkészítési oldal igen erőteljesen egymásra utalt (kivételt azok az esetek képeznek, ahol a borászat saját ültetvényekkel rendelkezik).

A privatizáció kritikájaként leginkább az fogalmazódik meg, hogy a kis szőlőtermelők a privatizáció során nem juthattak közösen borászati üzemhez, tehát nem jöttek létre pinceszövetkezetek. Ilyen elaprózódott birtokstruktúra mellett természetes lenne, hogy pinceszövetkezetek jöjjenek létre, ahogy ez az EU más bortermelő tagállamaiban jellemző (pl. Franciaország, Olaszország, Ausztria). A magyar borágazatban hivatalosan csak 29 termelői csoportot, ami nem jelent minden esetben valódi működő szövetkezetet. Ennek következtében a szőlőtermelők és a borbeszállítók koncentrációja igen gyenge a magyar borágazatban, illetve hagyományos európai uniós bortermelőkhöz valamint az újvilágiakhoz viszonyítva. Az ágazatban működő termelői csoportok közel 1700 tagot és 5 200 ha szőlőterületet, ami jelentősnek nem mondható, mivel Magyarország összes szőlőtermő területének csak 6%-át teszi ki. Szemben ezzel Franciaországban sokkal nagyobb szerep jut a szövetkezeteknek: a szőlőterület 45%-át koordinálják, a minőségi bortermelés 37%-át, a tájbortermelés 70%-át és az asztali bortermelés 62%-át a szövetkezeteket adják (Viniflor Stats, 2006). Így jól látható, hogy a magyar szőlőtermelők tárgyalóereje és érdekérvényesítő képessége a felvásárlókkal szemben igen gyenge, ami magas tárgyalási költségeket eredményez.

A szőlőtermesztés jövedelmezősége, illetve a szövetkezetekhez, a közös tulajdonhoz fűződő rossz tapasztalatok, a termelők egymás iránti bizalmatlansága egyáltalán nem kedveztek az új típusú szövetkezetek és termelői csoportok kialakulásának. Ezen a téren áttörés az EU csatlakozás után sem történt. Holott az EU-ban a termelői csoportok létrehozása, és a termelői csoportok által végrehajtott beruházások prioritást élveznek, abból az okból kifolyólag, hogy biztosítani tudják a termelés megszervezését és a kereslethez történő igazítását (minőség és mennyiség tekintetében); koncentrálnak a kínálatot, és elő tudják segíteni a termékek forgalomba hozatalát; csökkenteni tudják a termelési költségeket és stabilizálni tudják a termelői árakat; valamint ösztönözni tudják a környezetkímélő technológiák elterjesztését. Ennek megfelelően stratégiai szövetségeknek tekinthetők a termelői csoportok, ahol a telepítést, a szőlőültetvények szerkezetátalakítását, a technológiai és marketing beruházásokat is a piaci igényeknek megfelelő termék előállításához igazítják, amiről a tagok közösen hoznak döntést.

A termelői csoportokban rejlő lehetőségek ellenére az EU csatlakozás után Magyarországon nem indult el a pinceszövetkezet alakítási hullám, aminek alapvetően az az

oka, hogy a termelői csoportok számára a támogatások igénybevételéhez olyan követelményeket támasztanak a hazai előírások, amit a borágazatban igen nehéz teljesíteni. Ugyanis a vidékfejlesztési támogatások (ld. AVOP) igénybevételéhez az szükséges, hogy a bevétel legalább 50%-a a mezőgazdasági tevékenységből származzon. A szőlőtermesztés korábban említett jövedelmezőségi szintje mellett, könnyen belátható, hogy a szőlőtermesztésből lényegesen 50% alatt marad a bevételi szint, a borkészítés pedig nem számít mezőgazdasági tevékenységnek, hiszen a bor már feldolgozott termék.

4.2.1. A hazai borászatok tipológiája az alapanyag-beszerzés tekintetében

Vizsgálataink alapján (a borászatokkal valamint a szakmai szervezetekkel készített mélyinterjúkra támaszkodva) a borászatok szőlővel történő ellátása tekintetében több modellt különböztethetünk meg:

1. csoport: szőlőültetvény tulajdonosok és márkáépítők

Ebben a csoportban azokat a borászati nagy vállalkozásokat találjuk, amelyek saját szőlőültetvénnyel rendelkeznek (a privatizáció során szőlőültetvényhez is jutottak) vagy olyan befektetőkből álló csoport hozta létre a borászati vállalkozást, akik saját földterülettel is rendelkeznek. Az említett nagyvállalatok csoportjába tartozik pl. a Törley Kft, a Danubiana Bt, a Disznókő Rt., Hétszőlő Rt., Orémus, Csányi Pince, Varga Kft, Hilltop-Neszmély Rt. Ezek a cégek a magyar borelőállítás nagy vállalatai közé tartoznak. Számos közülük külföldi tőkével működik (német, francia, spanyol tőkével), más részük hazai befektetőcsoportok tulajdonában van.

A cégek jellemzője, hogy az általuk feldolgozott szőlő nagy részét saját ültetvényükön termelik meg (50-90%-ban), így a borkészítésükhöz szükséges alapanyag-ellátást nagyrészt biztosítani tudják, valamint a minőséget ezen a területen teljes mértékben ellenőrizni tudják. A cégekre jellemző, hogy saját márkanevet hoznak létre, amit a termőhely neve mellett tüntetnek fel a címkén. Sőt sok esetben a márkanév sokkal hangsúlyosabban jelenik meg a bor címkéjén, a termőhely viszont csak másodlagos szerepet tölt be. Ez alól Tokaj, Villány, Eger kivételt képeznek.

Néhány esetben a szőlőművelést a cégek kiszervezik, tehát saját alkalmazottaik helyett külső szőlőművelőkkel kötnek szerződést a cég tulajdonában lévő ültetvény művelésére és a termés leszüretelésére. Ebben az esetben műveltetési szerződésről van szó, ahol a szőlőművelők az elvégzett munkáért kapnak juttatást. A szőlőtermés ugyanakkor továbbra is a

cég tulajdonában marad, illetve minden a szőlőültetvényre és művelésre vonatkozó döntést (telepítés, kivágás, fajtaváltás, művelésmód váltás stb.) a cég hozza meg.

Az ide tartozó cégek több borvidéken rendelkeznek ültetvénnyel (a saját ültetvény mérete 20-900 ha között mozog), amivel az alapanyag-ellátásuk nagy részét biztosítani tudják, mind mennyiségben, mind minőségben. A fennmaradó mennyiségre vagy közép és hosszú távú megállapodást kötnek a borvidék termelőivel, vagy a spot piacon vásárolják fel a szőlőt. Tekintettel a potenciális beszállítók nagy számára és az időnként jelentkező szőlőtúltermelésre, a borászatok a legjobb kínálatot és a legjobb, legmegbízhatóbb beszállítót tudják kiválasztani a minőség/ár arány tekintetében. Az említett cégek közül számos, több borvidéken a legjelentősebb felvásárlónak számít, és jellemző, hogy általában egyoldalúan hirdetik meg a szüretet megelőzően a szőlőfelvásárlási árakat. Ezek a cégek egyre inkább az önellátásra törekszenek az alapanyag tekintetében, így egyre kevesebb szőlőt vásárolnak fel, ezzel kiküszöbölve a beszállítók által teljesített ingadozó minőséget.

A nagy borászatok széles termékskálát állítanak elő: az asztali boroktól vagy a premier prémium boroktól a magas minőségű borokig minden megtalálható a kínálatukban. Az ő esetükben jellemző a jelentős és rendszeres beruházás a szőlőültetvényekbe (új telepítések létrehozása, szőlőrekonstrukció), a minőségfejlesztésbe, a technológiai modernizációba és a bor piacra juttatásába, a disztribúcióba, ami lehetővé teszi számukra a viszonylag állandó és magas minőségű borok előállítását viszonylag nagy mennyiségben, illetve a termelési rendszerük piaci kereslethez és a különböző piaci szegmensekhez történő igazítását. Az utóbbi időszakban a beruházások sok esetben EU támogatás segítségével jönnek létre (SAPARD, AVOP, 2007-től EMVA).

A nagy borászatok jelen vannak az összes disztribúciós csatorna típusban, ahol a legfontosabbak a hiper- és szupermarketek, mivel ez lett a legjelentősebb disztribúciós csatorna a bor esetében. Néhány nagy cég az élelmiszerlánc sajátmárkás termékeinek is beszállítója (a sajátmárkás borok 10-15%-ot tesznek ki az élelmiszer kiskereskedelem borforgalmában). A hiper-szupermarket jelenlét mellett igen fontos a többi disztribúciós csatorna is: az éttermek, vendéglők, borkimérések, borszaküzletek. A borexport szintén fontos eladási csatornát jelent a nagy borászatok számára, amelyek egyben a legnagyobb exportőr cégek, akik a német, brit, skandináv, közép-kelet európai és orosz piacot célozzák meg. Ezek a nagy borászatok viszonylag jól szervezett disztribúciós hálózattal rendelkeznek mind a hazai, mind a nemzetközi piacon.

2. csoport: a felvásárló koordinátorok és szövetkezetek

A borászatok második nagy csoportjába azok a vállalkozások tartoznak, amelyek nem rendelkeznek elegendő területtel, szőlőültetvénnyel ahhoz, hogy alapanyag szükségletüket fedezni tudják, ugyanakkor a privatizáció illetve a beruházások következtében viszonylag nagy feldolgozó kapacitással, borászati kapacitással, és palackozóval rendelkeznek. Mivel saját szőlőterületet nem tudnak vásárolni, ezért azoktól a szőlőtermelőktől kénytelenek alapanyagot felvenni a borvidékekről, akik a szőlőterülettel rendelkeznek. Ezek a cégek általában nagy és közepes méretű vállalkozások (pl. ide tartozik az Egervin Rt., Szőlőskert Rt., Sopvin, Tokaj Kereskedőház Rt., Weinhouse, Ker-Coop, Kecel-Borker, Szigetvin, Boranal, Balatonboglári Pincegazdaság [ma már Törley] stb.), akik nagyon fontos szerepet töltenek be a szőlőtermelők koordinációjában akár több borvidéken. A koordináció közép vagy hosszú távú szerződések keretében valósul meg, ahol a beszállítók köre viszonylag stabil csoportot jelent. Ezek a vállalkozások főként hazai, kisebb mértékben külföldi tőkével működnek.

Ezt a csoportot **három alcsoportra oszthatjuk** a termelés szervezés és stratégiájuk alapján:

1. alcsoport: az ide tartozó cégek nagyban hasonlítanak az 1. csoporthoz, széles termékskálával rendelkeznek az asztali boroktól a magas minőségi borokig, szintén megtalálhatók a jelentős mértékű folyamatosan végrehajtott beruházások a bor minőségének javítása érdekében, a technológia, a kereskedelmi kapcsolatok és a marketing területén. Ezek a cégek is létrehoznak saját márkanévet, amit szintén a termőhely mellett tüntetnek fel a bor jelölése esetén. Ezeket a cégeket is a legnagyobb bortermelő és borkereskedő cégek között találjuk meg a hazai és a nemzetközi piacon. Kereskedelemszervezésüket és disztribúciójukat tekintve mind a hazai mind a nemzetközi piacon, hasonlítanak az 1. csoportban található borászati cégekre. A legnagyobb különbség a két csoport között, hogy az utóbbiak alapvetően felvásárlásból, szerződéses koordináción keresztül valósítják meg az alapanyag-ellátásukat, ahol a minőségi alapanyag biztosítása érdekében igen szoros koordináció, kvázi-integráció valósul meg a szőlőtermelők és a felvásárló között, ami különösen kiterjed a növényvédelmi munkák elvégzésére. Ebbe a csoportba olyan cégek tartoznak, mint pl. a Szőlőskert Rt. vagy az Egervin Rt.

2. alcsoport: ebbe a csoportba olyan átalakult régi szövetkezetek, állami vállalatok feldarabolt utódegységei tartoznak, amelyek főként menedzsment vagy dolgozói privatizációs program keretében adták el, és amelyek egyelőre még nem rendelkeznek elegendő tőkével a rendszeres technológiai fejlesztéshez, pénzügyi helyzetük elég kockázatos, ugyanakkor

nagyon fontos koordináló szerepet töltenek be több borvidék szőlőtermelőinek körében. Különösen érvényes ez a Kunsági és a Csongrádi Borvidékre. Ezek a borászatok jelentősebb mértékben állítanak elő asztali és tájborokat, kisebb mértékben minőségi borokat.

3. alcsoport: a szövetkezeti pincéket jelenti (kis számuk ellenére), amelyek fontos szerepet töltenek be bizonyos borvidékeken (pl. a Kunsági, a Csongrádi, az Egri, a Szekszárdi borvidéken) a szőlő és bortermelés szervezésében. Ugyan az elaprózódott ültetvényszerkezet miatt eddig nem nagyon jöttek létre pinceszövetkezetek, de az EU csatlakozás után a szőlőárak drasztikus csökkenésével és a szőlő iránti kereslet visszaesésével a termelők egyre inkább felismerik az együttműködés és az összefogás szükségességét, aminek következtében pinceszövetkezetek és termelői csoportok jöhetnek létre. Ennek szép példája a Helibor termelői csoport 2006-ban történt megalakulása, ami gyakorlatilag három szövetkezet közös szőlőfeldolgozását, borkészítését és eladását teszi lehetővé, 800 termelőt és 2 500 ha szőlőültetvényt fog össze. A pinceszövetkezetek és termelői csoportok esetében a feldolgozás, a borászati gépek, az eszközök, a bor eladása és a marketing óriási beruházásokat igényel, ahol sokszor az EU támogatás lehetőségének ellenére, a hiányzó pénzügyi források, a hiányzó önrész hiúsítja meg a szervezés sikerét.

Magyarországon néhány szövetkezet esetében a működés kritikájaként az fogalmazható meg, hogy nem működnek igazán stratégiai szövetségként. Azon túl, hogy a termelők szőlőjét vagy borát átveszik és megpróbálják az így összehozott kínálatot közösen eladni, a termelés szervezésben, minőségjavításban nem találunk összehangolt politikát, nincs közös döntés arra vonatkozóan pl. hogy mekkora terület alakítanak át a tagok szerkezetátalakítási támogatás keretében, milyen fajtaváltást hozzanak létre, hogyan igazítsák a kínálatot a kereslethez. A tagok egyéni döntés keretében (és nem összehangoltan) döntenek a szőlőültetvényt érintő beruházásokról. Így a szövetkezet nem annyira a keresletet helyezi előtérbe, inkább a meglévő kínálatnak próbál piacot találni, ami értelemszerűen kevésbé hatékony, mint egy kereslethez igazított, tudatos termelészervezés.

3. csoport: kis és közép borászatok ("függetlenek")

Ebben a csoportban olyan – magukat függetleneknek nevező – kis és középvállalkozásokat, családi borászatokot találunk, amelyek az 1990-es évek elejétől kezdve lépésről lépésre fejlesztették borászataikat és jutottak el egy magas minőséget adó bortermelési szintre. Ezek a vállalkozások a saját tulajdonban lévő szőlőterületre alapozzák termelésüket, ahol a földterülethez a privatizáció és a kárpótlás útján jutottak a tulajdonosok vagy a családtagok, vagy a korábbi háztáji gazdaságból alakultak ki, illetve szőlőtermesztésre

kiválóan alkalmas területet vásároltak és hozták létre új telepítéssel a saját ültetvényeiket. Az üzemméretük néhány hektártól akár 120 ha-ig terjed. Ezek a vállalkozások szinte teljes mértékben megőrzik függetlenségüket az alapanyag-termelés tekintetében, és arra törekednek, hogy minél kevesebb szőlőt kelljen felvásárolniuk külső beszállítótól. Egyre kevésbé vásárolnak fel szőlőt kistermelőktől, és egyre inkább kivonulnak a koordinációs szerepből, annak érdekében, hogy az alapanyag minőségével kapcsolatban felmerülő problémákat a saját ellenőrzésű és saját tulajdonban lévő szőlőültetvényekkel oldják meg.

A bortermelési kapacitásuk igen változó és széles intervallumban mozog 50-10 000 hl között. Modern borkészítési technológiával dolgoznak, és rendszeres beruházást hajtanak végre a minőségfejlesztés érdekében. Mivel a források elég szűkösen állnak rendelkezésre a beruházáshoz, ezért a modernizáció, a technológiai fejlesztéseket csak lépésről lépésre valósítják meg, pl. egyik évben a pneumatikus présbe, utána az inox tartályokba, aztán a palackozó gépsorba és így tovább, invesztálnak a tulajdonosok. Gyakran a beruházások EU támogatással jönnek létre (a csatlakozás előtt erre szolgált a SAPARD program, utána az AVOP, 2007-től pedig az EMVA keretében lehet fejlesztési támogatáshoz jutni).

Ezek a vállalkozások elsősorban a magas minőségű borokra specializálódtak, egy-egy termőhely speciális jellegét hangsúlyozzák (igazi „terroir” termékek), sokszor a „niche” és luxustermékek kategóriáját célozzák meg. A tulajdonos neve általában márkanévként is megjelenik (Champagne-i családi pezsgőházakhoz hasonlóan), pl. Bock, Feind, Figula, Frittmann, Gál, Gere, Jásdi, Polgár, Thummerer, Vincze stb. Ezeket a termékeket főként a gasztronómiában, borszaküzletekben találhatók meg, de az említett vállalkozások termékei jelen vannak a hiper- és szupermarketekben is, mivel ez a disztribúciós csatorna mára elengedhetetlenné vált. Néhány vállalkozás exportálással is foglalkozik, de ez csak kis mennyiséget tesz ki (az üzemméretből adódóan nehezen tudnak egy-egy disztribúciós csatornát megtölteni a termékeikkel), ezért a hazai piac marad számukra a legfontosabb. Ki kell emelnünk a pincénél történő direkt eladást, ami szintén jelentős eladást képvisel a kis és közepes borászatok számára. Hiszen ezek a pincék sokszor borutak részét képezik, nyitott pincék programokban vesznek részt, vendégfogadással, borturizmussal foglalkoznak, pincelátogatást és borkóstoltatást szerveznek. A pince mellett gyakran panziót és éttermet is találunk. Így a vendégfogadás a bortermelés mellett fontos kiegészítő tevékenységként és boreladási lehetőségként jelenik meg.

Sok esetben a családi típusú borászat fejlődése már meghaladja a családi méreteket, túlnő a feladat az egy személyben borász és/vagy szőlész, és menedzseri feladatokat ellátó tulajdonoson (és családtagjain). Ilyenkor válik szükségessé egy jól szervezett hierarchia

felállítása a kis és közép vállalkozási méreteket öltő borászatban, illetve esetlegesen külső finanszírozási forrás bevonása a további növekedéshez.

Az itt felvázolt három csoportba kb. 400 borászati cég tartozik, ugyanakkor van még az ágazatban több ezer olyan bortermelő, akik csak kis mennyiségben állítanak elő bort, eléggé hektikus technológiai feltételek mellett, igen változó minőségben. A borok főként saját fogyasztásra, illetve kisebb mennyiségben folyóborként adják el: direkt értékesítésben vagy a nagyobb borászatok számára adják el. Igaz ez utóbbi eladási csatornák egyre inkább szűkülnek, mivel a nagyobb borászatok is inkább a saját termelésű vagy az erőteljesen koordinált, közép és hosszú távú szerződéses kapcsolatok keretében biztosított alapanyag ellátásra törekszenek. A folyóborként történő felvásárlás viszont rengeteg minőségi problémával jár (ellenőrizhetetlen a szőlőtermesztési munkák megfelelő elvégzése, a szőlő minősége, a borkészítési technológia, a borkészítés minősége, a bor tárolása stb.), amit a minőségi borok esetében igyekeznek elkerülni a borászatok.

4.3. A szőlőfelvásárlási szerződések elemzése a borágazatban

Mivel az irányítási struktúrák központi elemét jelentik a szerződések, illetve a vertikális koordinációk esetében a hibrid formák, ezért itt francia és hazai példákat szeretnénk bemutatni saját vizsgálataink keretében.

4.3.1. A francia együttműködési szerződések elemzése

Meg kell jegyeznünk, hogy a hosszú távú termékértékesítési szerződések Franciaországban sem terjedtek el széles körben (olyan széles körben, mint az Újvilágban), hiszen ott alapvetően folyóbor piacról beszélünk, mint alapanyag piacról és nem szőlőpiacról. Ez alól két nagy borvidék kivétel: az egyik Champagne, ahol a termelési struktúra miatt az alapanyag-beszerezés hagyományosan a szőlőre irányul, a felvásárlói keretszerződést pedig a szakmaközi szervezet határozza meg, tehát szőlőtermelők és felvásárlók konszenzusán alapul. A másik Languedoc-Roussillon, ahol főként a fajtaborként forgalomba hozott tájborok alapanyag beszerzéséhez kapcsolódnak a termékértékesítési szerződések, ami irányulhat szőlő, must vagy folyóbor beszerzésére. Ugyanakkor azt is ki kell emelni, hogy mivel a szövetkezeti bortermelés, és így közvetve a termelő tulajdonában álló szőlőfeldolgozás igen jelentős súlyt képvisel Franciaországban, így ott inkább a beszállítói szerződések terjedtek el.

Míg Champagne-ban a pezsgők hírnevére tekintettel és az ehhez szükséges magas minőségű alapanyag biztosítása érdekében a hosszú távú termékértékesítési szerződés félévszázados múltra tekint vissza, addig Languedoc-ban az utóbbi két évtizedben alakult ki a termelők és felvásárlók közti szerződéses kapcsolat. Ez annak köszönhető, hogy Dél-Franciaországban az 1970-es évektől kezdve jelentős minőségi fejlődés következett be a fajtaváltások, és az asztali bor helyett a tájbortermelés ösztönzésével.

2000-re Franciaország borágazat politikusai is ráébredtek a hosszú távú szerződések előnyeire az Újvilág előretörésével. Felismerték az újvilági bortermelők és kereskedők koordinációs kapacitásából származó előnyöket, összehasonlítva a francia bortermelés koordinációjával, ami a borstratégia megfogalmazásánál is hangsúlyosan jelenik meg²⁴. Így Franciaországon belül is egyre jobban felértékelődnek a már működő hosszú távú együttműködési modellek.

4.3.1.1. Champagne-i borvidék vertikális koordinációja

A Champagne-i borágazat két fő piaci szereplő köré szerveződik :

- **a pezsgőházak/kereskedők (negociants)**, ebben a csoportban találjuk a legnagyobb pezsgőházakat, akik a Champagne-i pezsgő márkákkal, védjegyekkel rendelkeznek (Moët&Chandon, Pommery, Mumm, Laurent Perrier etc.) ;
- **a szőlőtermelők**, akik a védett eredetű termőhely szőlőültetvényeinek nagy részét birtokolják, és ők adják a Champagne-i pezsgő alapborához a szőlőt.

A Champagne-i pezsgő speciális termék, alapbora különböző fajták, és évjáratok házasításával készül. A pezsgőházak (felvásárlók/kereskedők) nevéhez fűződik a pezsgőmárkák kialakítása, amihez egyedi és állandó jellemzők társíthatók, ami nagyban hozzájárul a termék és a borvidék hírnevének kialakításához. Éppen ezért a hosszú távú szerződéseknek nagy hagyománya van a borpiaci szereplők két csoportja között.

Ebben az együttműködésben a pezsgőházak az alapanyag-ellátásuk biztosítására törekednek, hiszen óriási beruházásokat hajtottak és hajtanak végre a kereskedelmi

²⁴ „A termelés erőteljesen integrált tulajdonsága lehetővé teszi a szereplők számára, hogy megfelelően koordinálják a termelést – a szőlőtermelést és a borkészítést – ezzel együtt garantálják az alapanyag-ellátás biztonságát” (César, 2002, p. 46. fordítás). A CAP 2010 tanulmány megállapítja, hogy igen gyenge a kapcsolat szőlőtermelők és a borászatok/borkereskedők között a francia borvidékek esetében. Ennek megfelelően javasolják a termelésszervezés újragondolását a termelők és kereskedők között létrejövő hosszú távú megállapodások keretében: „...tudatában vagyunk annak, hogy csakis a szilárd szerződéspolitikai, a borkereskedelmi vállalkozások borvidéken történő tényleges és hatékony beilleszkedésével párosulva teszi lehetővé, hogy felvegyük a versenyt az újviláginak nevezett modellel” (Aguilas et al., 2002, p. 13, fordítás)

kapcsolatok kialakításába, annak érdekében, hogy az általuk kialakított márkát érvényesíteni tudják a piacon. A másik oldalon a szőlőtermelők érdeke, hogy ellássák alapanyaggal a pezsgőházakat, ugyanis ők azok, akik lehetővé teszik a jövedelmezőbb piacok elérését. Ez viszont ahhoz is hozzájárul, hogy az alapanyag felvásárlási ára is lényegesen magasabb legyen. Ugyanakkor a szőlőtermelők törekednek arra, hogy megtartsák tárgyalóerejüket úgy, hogy fenntartják a saját nevük alatt forgalomba hozott pezsgő készítésének lehetőségét (termelői pezsgő).

Ebben az összefüggésben a Champagne-i borvidék Szakmaközi Szervezete (Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne – CIVC), ami magában foglalja a szőlőtermelők és a felvásárlók képviselőit 50-50%-ban, határozza meg a szőlőtermelők és a pezsgőházak közti kapcsolat megszervezésének kereteit. A CIVC volt a francia borágazat első szakmaközi szervezete, amit 1941-ben alapítottak, azzal a céllal, hogy a borvidék közös gazdasági érdekeit előmozdítsák.

A CIVC által kidolgozott szabályozás – ami két nagy piaci szereplő tárgyalásának és a közöttük kialakult konszenzus eredménye – lehetővé teszi a szereplők számára, hogy gazdasági céljaikat meg tudják valósítani, és közös stratégiát tudjanak kidolgozni a borvidék részére. A borvidék piacának közös szervezése érdekében az elmúlt 50 évben többféle szerződést próbáltak ki a szereplők (Giraud-Héraud, Soler, Tanguy, 1998). 1996-tól vezették be a legújabb típusú keretszerződést a szőlőtermelők és a felvásárlók kapcsolatában, amihez a szakmaközi szervezet dolgozza ki a szabályzatot az alábbi területeken :

- a maximálisan termelhető/szüretelhető hektáronkénti szőlőtermést (13 000 – 15 500 kg/ha között mozoghat, évente határozza meg a szakmaközi szervezet),
- a szőlő felvásárlás ajánlott árát (pl. 2006-ban 4,95 €/kg),
- több évre a szőlőtermés arányát, amit a termelőnek át kell adnia a felvásárló részére (10 400 kg/ha),
- a pezsgőházak által tartalékolt készletet (minőségi tartalék)

határozzák meg.

Mivel szakmaközi döntésről van szó, mind a termelőkre, mind a felvásárlókra nézve kötelező érvényűek a CIVC döntései és a szabályozásban rögzített előírások.

A Champagne-i stratégia stratégia, aminek eszköze CIVC szabályzata, alapvetően a borvidéki szőlő- és borpiac működésének javítására koncentrál a termelők és a felvásárlók közötti együttműködés szervezésének koordinálásakor. A szőlőpiac kb. 20 000 szőlőtermelőt (eladót) foglal magában, akik a Champagne-i borvidék területének 85%-át birtokolják,

valamint 200 pezsgőházat (felvásárlót/kereskedőt), akik a késztermék, a pezsgő 70%-át hozzák forgalomba.

Ezzel a megállapodással előre, több évre rögzítik az éves alapanyag kínálatot, ami lehetővé teszi a szőlőkínálat és a becsült pezsgőkereslet közti egyensúly fenntartását. A megállapodás célja kettős:

- megkönnyíteni a pezsgőházak kereskedelmi stratégiájának kidolgozását, annak érdekében, hogy a lehető legjobban tudják érvényesíteni a minőségi termékeket, és ezzel hozzájárulni ahhoz, hogy növekedjen a nagy pezsgő márkák piaci részesedése az általánosabb (és egyben alacsonyabb áron értékesített) kategóriát jelentő termelői pezsgőhöz képest;
- csökkenteni az alacsony áron értékesített pezsgők mennyiségét azzal, hogy a korábbi évekhez képest magasabb áron megállapították meg az ajánlott szőlőfelvásárlási árat. Így a szakmaközi megállapodás előnyös feltételeket teremt a Champagne-i pezsgők értéknövekedéséhez, ami a pezsgő átlagárának növekedésén alapszik (a nagy márkák felfelé, az általános kategóriájú termékek pedig lefelé húzzák az árat).

Mivel szőlőtermelő és felvásárló kölcsönösen egymásra utalt helyzetben van, ezért a Champagne-i piaci szereplők közös gazdasági célokat fogalmaznak meg. Champagne-ban már nem a hozzáadott érték megosztása okozza az együttműködések problémáját, hanem a globális gazdasági érték teremtése (vagy újra teremtése), illetve növelése a cél, így :

- a Champagne-i pezsgők hírnevének tiszteletben tartása,
- a fogyasztók érdekeinek figyelembe vétele,
- a piac ismeretének biztosítása,
- a szőlőtermelők, mint a felvásárlók alapanyag ellátói által termelt szőlő levezetésének elősegítése,
- a kereslet és a kínálat összehangolása,
- a szerződéses kapcsolatok harmonizálása a piaci szereplők két csoportja között,
- a minőségi tartalék kialakítása, ami elengedhetetlen a megfelelő termékminőség eléréshez és biztosításához,
- a mennyiség szabályozása, annak érdekében, hogy az időjárás-változás hatásai, és a termésingadozás hatása kiküszöbölhető legyen, egy olyan rendszer bevezetésével, ami készletek befagyasztásán és felszabadításán alapul.

Annak érdekében, hogy a közös stratégia működjön, és az árcsökkenés ne fenyegetse a pezsgőházakat, a szőlő felvásárlási ár emelésével a hosszú távú termékértékesítési

szerződésben a szőlőtermelő kötelezettségvállalását is növelni kell (a szerződött termőfelület arányát tekintve). Másik problémát a stratégia megvalósulásában a rövidtávú pénzügyi nehézségek jelenthetik, amik adódhatnak pl. a földterület feldarabolásával járó illetékterhekből vagy a készletek finanszírozásából, ami a készletek idő előtti és alacsonyabb áron történő felszabadításához vezethet.

Így a stratégia fenntartásához gazdasági megfigyelőrendszer felállítására volt szükség. Minden ágazati szereplő köteles adatot szolgáltatni a szakmaközi szervezet részére, ami lehetővé teszi a szőlő, félkész pezsgő és a pezsgő eladását, útjának követését a különböző ágazati szereplők (szőlőtermelő/pezsgőház, szőlőtermelő/kereskedő, kereskedő/kereskedő) között, valamint a szereplők és a piac (pezsgőház/export, kereskedő/hiper-szupermarket stb.) között. Ez az adatbázis lehetővé teszi a szereplők számára az átláthatóságot, és egyben számukra biztosítékot is jelent, a szakmaközi szerződés érvényességének értékelését, valamint a termés hozam és az eladható termésmennyiség piaci viszonyokhoz történő igazítását.

A szakmaközi megállapodás és a CIVC szabályzata adja az egyénileg kötött hosszú távú szerződések keretét. Ugyanakkor a szőlő átruházásának részletes feltételeit minden felvásárló egyedileg határozza meg és tárgyalja meg a szőlőtermelőkkel, de minden egyes hosszú távú szerződésnél, ami a termelők (szőlőtermelők, szövetkezetek vagy préselő központok) és a pezsgőházak között létrejön, figyelembe kell venni a fent leírt közös célokat annak érdekében, hogy stabilizálni tudják az együttműködést, illetve megteremti a lehetőségét annak, hogy az egyes kapcsolatok egyedi jelleget is hordozzanak. Mindez hozzájárul ahhoz, hogy előre láthatóan és kiszámíthatóan alakuljon az együttműködés mindkét fél számára, ami azt is biztosítja, hogy nyerő-nyerő kapcsolat alakuljon ki a felek között.

A felek rögzítik a szerződés tartalmát, ami az alábbiakat érinti :

- a szőlő, a must és a bor mennyiségét,
- a szerződés időtartamát (ami általában négy év),
- a tranzakció gyakorlati elemeit, ami az adott szürethez kapcsolódik,
- az eladó által vállalt szolgáltatásokat: mikor, milyen formában és hogyan adja át a meghatározott alapanyag mennyiséget a felvásárlónak,
- fizetési biztosíték,
- a szőlő felvásárlási árát nem rögzítik a szerződésben, mivel a felvásárlási ajánlott árat a CIVC állapítják meg a piaci viszonyok függvényében, amit a szereplők általában be is tartanak. (A felvásárlási ár egyébként jelentős ingadozást nem mutat, inkább stagnál, vagy növekvő tendenciát mutat a kereslet és a pezsgő eladás függvényében. A francia

átlag szőlőfelvásárlási árnál négyszer-ötször magasabb a Champagne-i szőlő felvásárlási ára).

Részletesen meghatározzák az eladó és a felvásárló kötelezettségeit hosszú távú szerződésekben :

- **Az eladó** kötelezettséget vállal arra, hogy leszállítja a szerződésben meghatározott árért, meghatározott időpontban és meghatározott feltételekkel az AOC Champagne minősítésű alapanyag egy bizonyos mennyiségét (arányát). Meghatározhatják azt is, hogy melyik cru-ból vagy mekkora lehatárolt területről származik a termés, és milyen a parcella fajtaösszetétele (attól függően, hogy milyen terméket állít elő a pezsgőház, mihez keres alapanyagot : blanc de blanc, grand cru, premier cru stb. elnevezésű termékhez).
- **A felvásárló** kötelezettséget vállal arra, hogy az alapanyagot átveszi és kifizeti érte a szerződésben meghatározott árat, a szerződésben meghatározott határidőre és feltételekkel.

Abban az esetben, ha a szerződő felek között nézeteltérés jelentkezik, a szakmaközi szervezet ajánl megoldást és közvetít a felek között. Ha ezt a megoldást az egyik fél nem fogadja el és nem sikerül egyezsége jutni, a jogvitát a bíróság elé vihetik.

A szerződések nem teljes szerződések, hiszen nem határozzák meg pontosan a szerződés minden elemét, ami az újratárgyalás, az adaptáció lehetőségét is megteremti a felek számára.

Champagne-ban a hosszú távú szerződések általános alapelveit és keretét a szakmaközi szervezet határozza meg, ami vezérfonalat jelent a szőlőtermelők és felvásárlók között létrejövő egyedi szerződésekhez. Ez a keret teszi lehetővé az alapanyag-ellátás biztosítását, a minőségi alapanyag-termelést és a piaci szereplők ösztönzését.

4.3.1.2. „Vins de Pays des Sables du Golfe du Lion” tájbor esettanulmánya

Saját vizsgálat keretében elemeztük a Dél-Franciaországban található VDP des Sables du Golfe du Lion (*továbbiakban: Vins des Sables*) tájbor termeléséhez kapcsolódó vertikális kapcsolatokat és az alapanyag felvásárlásra vonatkozó hosszú távú szerződéseket a Vins des Sables borvidéki körzetben. Vizsgálatunk során kitértünk a borvidéki körzet piaci struktúrájának és a szereplők vertikális kapcsolatainak elemzésére, a felvásárlási szerződések ex-post elemzésére, két irányítási struktúra – a hibrid formák és a spot piac – összehasonlítására.

A borvidéki körzet piaci struktúrája eléggé egyedi, Stackelberg-féle duopóliummal írható le a felvásárlói oldal (Gabszewicz, 1987). A piacvezető vagy „leader” szerepet betöltő borászat (a Vins des Sables termékeket tekintve 85%-os piaci részesedéssel bír) specializálódott, a bortermeléstől a főként hiper- és szupermarketek számára történő eladásig foglalja magában a tevékenységeket. A borászat (Domaine Listel) saját szőlőtermesztéséből előállított bora a borvidéki körzet bortermelésének 43%-át teszi ki. Ezen kívül hosszú távú szerződéses kapcsolatban áll a mustfelvásárlásra vonatkozóan a borvidéki körzet szövetkezeteivel (28%-ot tesz ki a piaci részesedésből) valamint a friss szőlőre vonatkozóan a szőlőtermelőkkel (10%). A követő vagy „follower” borászat, hagyományos regionális borkereskedő, aki folyóbor felvásárlásra köt szerződést a bortermelők egyesületével. A borkereskedő cég 2000-ben vásárolt üzemet a borvidéki körzetben (2%).

A duopolisztikus piacfelépítés igen nagy jelentőséggel bír a szerződéses megállapodások létrejöttében. Jól látható, hogy a két együttműködés stratégiája igen eltér egymástól. A „leader” cég vezette be először a hosszú távú szerződést a borvidéken, annak érdekében, hogy növelje a „vins gris” specifikus rosé bor piaci részesedését és jelentős márkapolitikát alakítson ki. A termelőkkel, illetve a kereskedelemmel kialakított vertikális kapcsolat esetében megállapítható, hogy a felvásárlót jellemző monopóliumra törekvő pozíció rátelepedhet az árakra, és a hozzáadott érték egyenlőtlen elosztásához vezethet a partnerek között. A Vins de Sables borvidék esetében viszont a „leader” cég a borvidék legnagyobb borászata (a Vins de Sables borok 43%-át termeli) és nem tervezi, hogy kivonul a területről. Így az az előny, ami a költségek csökkentéséből adódik (a mérethatékonyság következtében), valamint a kereskedelemben kialakított piaci erő, ami abból adódik, hogy a borászat a piac nagyobb részét kontrolálja, csökkentti annak a kockázatát, hogy a termelők felé fennálló vertikális kapcsolat és együttműködés megszakadjon. Ezt egyrészt a márkaépítésre fordított hosszú távú beruházások is igazolják, másrészt pedig a felvásárlási ár meghatározására egy speciális árindexelési formula alkalmazása iránt tett kötelezettség vállalás is igazol.

A „follower” borászat és a kisborászatok egyesületének vertikális kapcsolata az előzőtől eltérő logika alapján működik. Mivel a piacvezető cég és a kisborászatok között a bizalom elég gyenge volt, ezért az utóbbiak úgy határoztak, hogy fenntartják a versenyt. Így a másik nagy felvásárló/borkereskedő céggel alakítottak ki vertikális kapcsolatot, profitálva abból a lehetőségből, hogy a Vins de Sable borok viszonylag magas árat értek el a piacon (ugyan tájbor kategóriájú rosé borról van szó, de az ára több AOC, azaz védett eredetű rosé borét meghaladja), anélkül, hogy különösebben nagy összeget kellett volna a márkaépítésbe vagy a hirdetésbe fektetni. A Vins des Sables borok értékteremtése így adott. A felvásárló

elfogadta az együttműködés feltételeit, ami nagyban hasonlít a borászatok korábbi, a „leader” céggel kötött megállapodásához, valamint elfogadta a felvásárlási ár meghatározásához alkalmazott árindexelési formulát. Ugyanakkor vertikális kapcsolatban a „follower” cég kötelezettség vállalásai lényegesen gyengébbek a beszállítókkal, mint a „leader” cég esetében. Egyrészt a szőlőtermesztésben nem különösebben, vagy csak igen kismértékben kötelezte el magát (illetve csak néhány évvel ezelőtt vásárolt egy kisebb birtokot) és viszonylag könnyen ki tud vonulni a borászatokkal kötött megállapodásból. Éppen ezért a hosszú távú szerződés megújításakor a második esetben mindig nagyobb nyomás jelentkezik, mint a „leader” cég és partnerei között, így a partnerkapcsolat felbontásának veszélye is sokkal nagyobb ebben az esetben. Ezért a kis bortermelők számára az jelenthet megoldást, ha kivonulnak ebből a kapcsolatból és egy harmadik felvásárlót keresnek.

Összességében a hosszú távú szerződés újratárgyalásának feltétele, és a szerződés felmondásának kockázata összefüggésben áll azzal, hogy mennyire elkötelezett a felvásárló a szőlőtermelésben és a specifikus termék piacra juttatásában és marketingjében. Így a tranzakciós költségek elméletével összhangban az eszközök specifikusságától (a szőlőültetvény tulajdonjoga és a marketing beruházásoktól) függ a vertikális kapcsolat fenntartása.

4.3.1.2.1. A szerződések jellemzői

A hosszú távú szerződés számos, a tranzakció feltételeit meghatározó kikötést tartalmaz. A szerződésben vállalt kötelezettségek betartására vonatkozóan a szerződés jellemzőit Brousseau (1993) és Ménard (2002b) szempontjai alapján vizsgáljuk.

1. A felek az együttműködés **stratégiai koordinációját** jól körülírják. Az együttműködés célja a közös értékteremtés, olyan különleges rosébor előállítás, ami az általános kategóriájú tájbornál magasabb áron történő pozícionálást tesz lehetővé. Ehhez alkalmazkodik mindkét fél a beruházásain keresztül (14. ábra). A szerződés elemei újratárgyalhatóak, ami lehetővé teszi a kölcsönös alkalmazkodást, mind a tranzakció szervezésében, mind a működéshez szükséges eszközök tekintetében. Ilyen például a szőlőtermelők fajtaszerkezetének a borászat piacához történő igazítása, vagy a termelők részéről a marketing hozzájárulás fizetése, amit az együttműködés kezdetén még nem tartalmazott a szerződés, de a körülmények alakulásával közösen változtattak meg. Így a stratégiai koordináció a decentralizált tekintély elvén valósul meg. Tehát **nem teljes szerződésről** (*incomplet contract*) van szó, de a szerződések tartalmazzak kikötést arra az

esetre, ha valamelyik fél nem tartja be kötelezettségeit (kártalanítást fizet). Erre szolgál a biztosíték rendszer

2. Fontos kérdés a **partnerek száma** a szerződéses kapcsolatban. A Vin de Sables borvidéken multilaterális kapcsolat figyelhető meg a felvásárló/borkereskedő cégek és a termelők között. A Listel borászat hosszú távú szerződéses kapcsolata egyrészt a szőlőtermelők szövetkezetével (Sabledoc) a mustfelvásárlásra terjed ki, másrészt az egyéni szőlőtermelőkkel automatikusan meghosszabbításra kerülő szerződések keretében a friss szőlő felvásárlására terjed ki. Ezek a vertikális koordinációk sokkal összetettebbek, mint a kétoldalú kapcsolatok, illetve a partnerek egymástól való függősége is viszonylag nagy, ami alapvetően a kölcsönösen egymásra épülő speciális beruházásokból adódik. Egyrészt a felvásárló/borkereskedő cég a borkészítési technológiákba és gépekbe ruházott be a borminőség növelése érdekében, a borkereskedelmi kapcsolatokba a hiper- és szupermarketekkel, valamint a márkanév kialakításába, másrészt a szőlőtermelők és a szövetkezet is beruházásokat hajtott végre a szőlőültetvényben, a megfelelő fajtaszerkezet kialakításába, a termesztéstechnológiába és a szőlő musttá történő feldolgozásába (10. táblázat)

10. táblázat A szerződéses partnerek által létrehozott beruházások

Szőlőtermelők szövetkezete	Felvásárló/borkereskedő borászat (Listel)
Fajtaváltás, új fajták telepítése (Grenache, Merlot, Cabernet sauvignon), ültetvénymodernizáció (1990-2000 közötti időszakban), a termőfelület 1000 ha történő növelése	Borászati gépek és palackozó modernizálása
Szőlőművelő gépek vásárlása	Márkanév kialakítás
Préselőüzem építése és új prések vásárlása	Kereskedelmi kapcsolatok kiépítése a disztribúciós csatornákkal
Hozzájárulás a Vins de Sables borok promóciójához	Promóció kialakítása és beruházás a promóciós kampányokba

3. A **felügyeleti rendszer** tekintetében ki kell emelni a **tranzakcióra vonatkozó részletes követelményrendszer** jelentőségét. A szerződés első cikke a teljes megtermelt alapanyag (must és folyóbor esetében) átadásáról szól, a piaci kontrol (duopólium) céljaival összhangban, annak érdekében, hogy a piaci szereplők profitálni tudjanak ebből a versenyelőnyből. Így a felvásárlók nemcsak olyan mustot és folyóbort vásárolnak fel, ami „Vins de Pays des Sables du Golfe du Lion” jelölésű bor készítésére alkalmas, hanem más minőségű termék előállításának megfelelő alapanyagot is, így Vins de Pays d’Oc (Languedoc-i tájbor) vagy asztali bor alapanyagot is. Az eltérő minőségű termékhez természetesen differenciált felvásárlási ármeghatározás tartozik. Csak egy kis mennyiségű termék nem

képezi a tranzakció részét, ami saját fogyasztásra vagy a pincénél a fogyasztóknak történő direkt eladásra szolgál. Ez a mennyiség a borvidék összes bortermelésének nem haladja meg az 5%-át.

A szerződés kikötéseinek másik nagy csoportja a tranzakció tárgyát képező alapanyagok minőségére utal, így részletes kikötést tartalmaz a szőlő egészségi állapotára, fajtatisztaságra, potenciális alkoholtartalomra, valamint a hektáronkénti maximális terméshozamra vonatkozóan. A Listel cég esetében a nem megfelelő alapanyag átvétele teljes egészében visszautasítható, vagy a Vins de Sable áránál lényegesen alacsonyabb áron veszik át. A Jeanjean borászat esetében, ahol a szerződés a folyóborra vonatkozik, a borok borbírálata alapján állapítják meg a termék technológiai határértékeit (analitikai és organoleptikus jellemzők), ami mint követelményrendszer a szerződésben is előírásra kerül. A minőség ellenőrzésével vagy harmadik személyt, külső szakértőt bíznak meg (bíráló bizottság, független borász), vagy a felvásárló borászat végzi a szőlő, vagy a must minőségellenőrzését. A minőséget meghatározó kertszerződés a felvásárló/borkereskedő cégek kereskedelem politikája szempontjából igen előnyös, mivel a minőség növekedése a termék növekvő értékében jut kifejezésre, ami mindkét fél, mind a termelő, mind a felvásárló/borkereskedő számára előnyös. A szerződésnek ez az egyik olyan cikke, ami arra ösztönzi a feleket, hogy a tranzakcióhoz kötődve specifikus beruházásokat hozzanak létre, illetve csökkenti a felek opportunistá magatartását.

A szerződések kétoldalú **garanciát** tartalmaznak a szerződésben vállalt kötelezettség be nem tartása esetén. Illetve az előre nem látható, nem várt események bekövetkezésével kapcsolatban (pl. a borfogyasztás struktúrájának megváltozása, a felek gazdasági ellehetetlenülése), a szerződés meghatározza, hogy a felek tárgyalást kezdeményeznek arra vonatkozóan, hogy új pénzügyi egyensúlyhelyzetet találjanak az együttműködésükben, különösen a jövedelem-elosztást (az árindex formula kiinduló árának és az indexelés módosítását) illetően.

A kikötések harmadik csoportja a partnerek között esetlegesen kialakuló viták gyakorlati kezelésére és azok eljárásrendjére utal. A felek ilyenkor választott bírósághoz fordulnak. (11. táblázat)

4. A szerződés kikötéseinek talán legfontosabb eleme a **jövedelem elosztás és kockázatvállalásra** irányuló pontja. Illetve ebben a tekintetben is a felek egymáshoz való alkalmazkodására vonatkozó cikkek és **az ármeghatározás**. Ide tartozik a hosszú távú szerződés újratárgyalhatósága, ami lehetővé teszi, hogy a tranzakcióban a felek az újonnan kialakult helyzetekben egymással összhangban tudjanak alkalmazkodni, és így kölcsönösen

előnyös helyzetbe kerüljenek. A Vins de Sables borvidéken ötévente kerül sor a szerződések újratárgyalására, mielőtt meghosszabbításra kerülne a szerződés. A felek az előző időszak expost információi alapján értékelik a szerződéses kapcsolat hatékonyságát és legitimálják a szükséges változtatásokat. Ebből a szempontból a szerződés legfontosabb eleme a felvásárlási ármeghatározás, amit index formula segítségével alakítanak ki. A kockázat megosztást közösségi alapon vállalják, az alapján, hogy ki mennyivel járul hozzá a jövedelemtermeléshez, hiszen az ármeghatározásnál figyelembe veszik mind a szőlőtermeléshez szükséges költségeket, mind az értékesített bor eladási árát.

5. A szerződés szintén fontos pontja az, hogy a megállapodás **milyen időtartamra szól**, mivel szoros kapcsolat figyelhető meg a szerződés időtartama és a koordináció intenzitása között (Dyer 1996, 1997 cit. In Ménard, 2002). A vállalkozások között létrejövő vertikális kapcsolat hossza nagyban függ a tranzakcióhoz kapcsolódó specifikus eszközöktől, mivel a szerződő partnerek által végrehajtott a beruházások csak hosszú távú, folyamatos együttműködéssel hoznak eredményt (Saussier, 1999). A Vins de Sables borvidék esetében 1992 óta hosszú távú felvásárlási szerződés formájában hibrid irányítási struktúra működik, amit ötévenként újratárgyalnak a szerződő felek, különösen a felvásárlási ár meghatározására vonatkozó árindex formulát (Montaigne, 1992). Ugyanakkor meg kell azt is említeni, hogy a Listel borászat és a termelők között régebb óta, 30 éve áll fent kapcsolat, de 1992 előtt rövid távú, de ismétlődő szerződések határozták meg a tranzakciót, a felvásárlási árakat pedig évente tárgyalással állapították meg. A több évtizede tartó együttműködés és a hosszú távú szerződéses kapcsolattal lehetővé teszi, hogy az idő folyamán termelők és felvásárlók alkalmazkodjanak egymáshoz, különösen a beruházásaik tekintetében.

A szerződés egy másik pontja a Vins des Sables borok promóciós kérdéseivel foglalkozik. A szőlőtermelők szövetkezete promóciós hozzájárulást fizet a Listel cégnek, ezzel részt vesz a reklám és promóciós költségekben is, hiszen a Listel nemcsak a márkanév kialakításával teremt többlet értéket, hanem a borvidék hírnevének növeléséhez, annak promóciójához is hozzájárul. Így ebben a tranzakcióban más kiegészítő biztonsági elem nincs beépítve, az együttműködés bizonyos tekintetben informális a specifikus beruházásokra vonatkozóan (tehát a szerződés nem írja elő konkrétan, pl. hogy melyik fél, milyen beruházást mikor és milyen feltételekkel végez el). Ebben az együttműködésben, de hasonlóan más nem teljes szerződés alkalmazása esetén, a felek hírneve, a partnerek egymás iránti kölcsönös bizalma játszik fontos szerepet, ami a vizsgált esetben a több mint 30 éve működő tranzakció biztosítéka.

11. táblázat: A szerződések jellemzői a felvásárló /borkereskedő cégek és a termelők között a Vins des Sables borvidéken

Szerződéses kapcsolatok a VPSGL (Vins des Sables) borvidéken			
A szerződés kikötései	Szőlőtermelők szövetkezete – LISTEL	Egyéni szőlőtermelők – LISTEL	Borászatok – JEANJEAN
Tárgya	Alapanyag beszállítás	Alapanyag beszállítás	Boreladás
Termék	Friss szőlőmust	Friss szőlő	Folyóbor
Mennyiség	A friss szőlőmust teljes mennyisége	A megállapodástól függően és a szőlőtermelők saját fogyasztási szükségletének megfelelően	Évenként kerül meghatározásra, attól függően, hogy mennyi felel meg a VPSGL minőségi követelményeknek
Minőség	• egészségi állapot • tisztaság • potenciális alkoholtartalom • préselési módszer • szőlőfajta • származás (parcella) • maximális átlag termés hozam minőségi kategóriáinként - VPSGL vörös: 80 hl/ha - VPSGL fehér, rosé, gris: 90 hl/ha - egyéb: 100 hl/ha	• egészségi állapot • tisztaság • potenciális alkoholtartalom • borszőlőfajta kategóriák • származás (parcella) • a szüret módszere • maximális átlag termés hozam minőségi kategóriáinként	Vakkóstolással történő megállapítás és az analitikai eljárás részletes leírása a szerződésben: - kostolóbizottság - az eredmények elemzése - az analitikai paraméterek határértékeinek megállapítása
Minőség-ellenőrzés	Listel végzi	A Listel végzi, a szőlőművelés feltételeinek részletes leírása a szerződésben (technológiai követelmények)	Borbíráló bizottság végzi, tagjai: a Jeanjean borászat delegáltjai és független borász
Felvásárlási ár	Differenciált a VPSGL borok minőségi kategóriája szerint: árindex formula alkalmazása	Fajtánként és a VPSGL minőségi kategóriáinként differenciált: árindex formula alkalmazása	A szerződésben meghatározott, évenként újratárgyalásra kerül
Időtartam	5 év	3 év	3 év
Megújítás	Újratárgyalás után	Hallgatólagos meghosszabbítás	Újratárgyalás után
Garancia	- a követelmények be nem tartása esetén: kártalanítás - előre nem látható események bekövetkezése: tárgyalás a felek között annak érdekében, hogy új pénzügyi egyensúly alakuljon ki - Vis major	- a követelmények be nem tartása esetén: kártalanítás - előre nem látható események bekövetkezése: tárgyalás a felek között annak érdekében, hogy új pénzügyi egyensúly alakuljon ki - Vis major	- előre nem látható események bekövetkezése: tárgyalás a felek között annak érdekében, hogy új pénzügyi egyensúly alakuljon ki - Vis major
Választott bíróság	Részletes leírás arra az esetre, ha a felek nem tudnak egymás között megegyezni (Választott Bíróság)	Részletes leírás arra az esetre, ha a felek nem tudnak egymás között megegyezni (Választott Bíróság)	Ha a felek nem tudnak egymás között megegyezni (Kereskedelmi Bíróság)

Összességében tehát a megvizsgált szerződések kedvező helyzetet teremtenek mindkét fél számára a minőségi termelés stratégiáját és a növekvő piaci pozíciójukat tekintve. Lehetővé teszi szőlőtermelő és felvásárló számára is az értékteremtést. A szerződések számos olyan elemet tartalmaznak, amelyek a minőségi termelés fenntartását ösztönzik, mint pl. prémium fizetése a tájbor szabályozásban meghatározott minőségű alapanyag előállításáért, vagy a termesztett szőlőfajták elismertsége és keresettsége a piacon. Így a termelés, amit a felvásárlási szerződés garantál, hozzájárul ahhoz, hogy mindkét fél, termelő és felvásárló egyaránt, megfelelő beruházásokat hajtson végre a tranzakció teljesülése és a minőség javítása érdekében, ami a felek számára nyerő-nyerő pozíciót teremt.

4.3.1.2.2. A felvásárlási árindex formula értékelése

A vizsgált szerződés központi eleme az alapanyag (must) felvásárlási árának meghatározása, ami árindex formulán, egyenleten keresztül valósul meg. Az együttműködésben a jövedelem meghatározásának módja óriási szerepet játszik a felek opportunist magatartásának kiküszöbölésében, illetve a szerződés teljesülésére vonatkozó garancia rendszer részét képezi (Brousseau, 2000). 1992 óta a rosé borok „szerződésben meghatározott árának” elemzése és összehasonlítása a spot piaci borárakkal lehetővé teszi számunkra, hogy értékeljük a hibrid irányítási struktúra hatékonyságát az adott borvidék tekintetében. Ezen túlmenően, ez az értékelés ahhoz is hozzájárul, hogy azonosítsuk az együttműködésből származó többletjövedelmet és annak megosztását, így tehát a partnerek által végrehajtott speciális és kiegészítő beruházások eredményéből származó elvárt kvázi-jövedelemet.

Az ármeghatározás alapjául szolgáló egyenlet, árindex formula a következő elemeket tartalmazza:

$$P = P_0 \times [C_1 + C_2(F/F_0) + C_3(S/S_0) + C_4(M/M_0) + C_5(V/V_0)] \text{ ahol}$$

- C_1, C_2, C_3, C_4, C_5 = konstans, ami az egyes indexek súlyát jelenti ($\sum C_{1-5}=1$)
- P = a VPSGL kategóriának megfelelő must felvásárlási ára az n . évben (F/hl)
- P_0 = a must alapára, kiinduló árszint
- F = a mezőgazdasági termeléshez szükséges ipari termékek árindexe (IPAMPA), az $n-1$ év 12 havi indexének átlaga
- F_0 = a mezőgazdasági termeléshez szükséges ipari termékek átlagos értéke (IPAMPA) a kiinduló évben
- S = a Megyei (Gard megye) Szőlőtermesztési Konvenció által közzétett szőlőművelők átlagos munkabére az n . évben

- S_0 = a Megyei (Gard megye) Szőlőtermesztési Konvenció által közzétett szőlőművelők átlagos munkabére a kiinduló évben
- M = a Listel gris borok átlagos nettó palack ára az $n-1$ évben
- M_0 = a Listel gris borok átlagos nettó palack ára a kiinduló évben
- V = a vörös és rosé asztali és tájborok (folyóborok) értékesítési átlagára (F/hl) Franciaországban az $n-1$ évben (spot piaci árak)
- V_0 = a vörös és rosé asztali és tájborok (folyóborok) értékesítési átlagára (F/hl) Franciaországban a kiinduló évben (spot piaci árak)

A felvásárlási árat meghatározó egyenlet elemeinek részletes elemzése (6. melléklet . M6/1. ábra) alapján megállapítható, hogy az árindex formula mindkét fél számára előnyös. Az ex-ante értékelés során a szerződő felek úgy ítélték meg az egyes tényezők bevezetését, hogy azok hozzájárulnak a felvásárlási árak stabilizálásához, valamint védelmet nyújtanak a jelentős mértékű ingadozásokkal szemben mind az input költségek esetében, mind a bor piaci áringadozását tekintve. Jól látható, hogy az egyes tényezők közül a munkabér, valamint a vörös és rosé asztali és tájborok átlagára (illetve árindexe) felfelé, míg a Listel gris borok nettó eladási ára és a mezőgazdasági termékek előállításához szükséges ipari termékek árindexe lefelé korrigálja a Vins des Sables must felvásárlási árát (illetve árindexét). Így viszonylag kiegyenlített, a spot piaci áraknál magasabb árszint alakul ki. Ezzel a felvásárló nemcsak azt honorálja, hogy a végterméket magasabb áron tudja értékesíteni, magasabb árat tud elérni az átlag vörös és rosé asztali és tájboroknál, hanem a felmerülő alapanyag előállítási költségeket is fedezi a felvásárlási ár. A végtermék árának bevonása az alapanyag felvásárlási árának meghatározásába pedig ahhoz járul hozzá, hogy mindkét fél osztozik a felvásárló/borkereskedő cég piaci sikereiben és kudarcaiban egyaránt.

Az egyes tényezők súlyozása nem tartozik a lényeges kérdések közé, de a tárgyalás során általában ez az a pont ahol a felek engedményt tesznek. A szerződés újratárgyalásakor a legfontosabb kérdés mindig a kiindulópont, tehát a kiindulási árszint meghatározása, hiszen ettől jelentős mértékben függ a következő öt év során a must felvásárlási árának alakulása. Hosszútávon az árindex formula nem vezet egyensúlytalansághoz a felek között a hozzáadott érték megosztását illetően. A felvásárlási ár ingadozásának relatív mértéke (az index számítás alapján, de a kiinduló ár figyelmen kívül hagyásával) a vizsgált tíz éves időszakban az indexeléssel meghatározott ár és a spot piaci ár közti különbség alapján, a fluktuáció kisebb volt, mint 2,5% (6. melléklet M6/2. ábra). Végül azt is meg kell állapítanunk, hogy a felvásárlási ár meghatározásának módja és az árindex formula kialakítása több, mint egy egyszerű tárgyalási folyamat eredménye, a bizalom és a több éves, évtizedes együttműködés

eredményeként fogható fel, ami egyben biztosítja a hozzáadott érték megosztását is a felek között.

4.3.1.2.3. Az ágazat szereplőinek stratégiai döntése

A felek a szerződést rendszeresen újratárgyalják. Ötévente új referencia árat, mint kiindulási árat határoznak meg, valamint az egyes indexek súlyozásában történik változás. A tárgyalás igazi célja az egyensúly érzetének fenntartása a felek között, úgy hogy figyelembe veszik az előző időszak eredményeit, a piaci tendenciákat, az utóbbi időszak minőségfejlesztéseit és a beruházási kilátásokat. Abban az esetben, ha az aktuális helyzetben kevésbé tűnik kiegyensúlyozottnak a felek szerepvállalása az együttműködésben, úgy új elemeket vezetnek be, ilyen volt pl. a szőlőtermelők marketing költségeihez történő hozzájárulásának beépítése a szerződésbe, vagy az egyéb (nem VPSGL) termékek mennyiségének növelése esetében alacsonyabb felvásárlási ár meghatározása. **A szerződés igen fontos szerepet játszik egyrészt az árszint kialakításában és a hozzáadott érték megosztása szempontjából, másrészt pedig a költségek csökkentésében és a bevétel kialakításában.**

A mindkét fél számára kölcsönösen előnyös és hatékony szerződés megújításakor célszerűnek látszik az eredeti feltételek fenntartása. Ugyanakkor előfordul, hogy a szereplők bizonyos magatartása kapcsán a szerződés meghosszabbítása nehézkessé válik. A vizsgált esetben ez leginkább abban nyilvánult meg, hogy a szőlőtermelőknél **csökkent a felvásárló iránti bizalom**. Egyrészt azért, mert a leader borászat a tárgyalás megkezdésekor nyomást gyakorol a partnerekre azzal, hogy korlátozni szeretné az árszintet hivatkozva arra, hogy piaci nehézségek jelentkeztek, új versenytársak vannak a piacon, jelentősebb marketing beruházásokra van szükség, amivel gyengébb tárgyaló pozícióba hozza a szőlőtermelőket. Ebben az esetben alapvetően az információ aszimmetria problémájával találkozunk, ugyanis a szőlőtermelők viszonylag gyengén informáltak a termék piaci helyzetét tekintve, mivel sem a szövetkezetnél sem a bortermelők szövetségénél nem áll rendelkezésre humán erőforrás a végtermék piaci helyzetének elemzésére. Ugyanakkor a felvásárló/borászatok számos speciális rosé és vörös borra vonatkozó panelt vásárolnak, és borpiaci elemzéseket készítenek, anélkül, hogy a stratégiai információkat megosztanák a beszállítóikkal. A tárgyalás csak akkor folytatódik eredményesen, ha a szereplők helyzete újra egyensúlyba kerül, vagy azáltal, hogy a termelők külső tanácsadó segítségét kérik a háttér tanulmányok elvégzéséhez, vagy úgy hogy a felek az új információkat megosztják egymás között az érveik alátámasztása érdekében.

Ugyanakkor a termelők sokszor tartanak attól a lehetőségtől, hogy kizárja őket a felvásárló a beszállításból, amiatt hogy egyre erősödik a verseny és csökken a piaci részesedés, ami a beszállítókat is hátrányosan érinti, illetve attól, hogy a leader cég fokozatosan egyre nagyobb részt integrál a borvidék szőlőterületéből és inkább a szőlőterületet vásárolja meg tőlük, ahelyett, hogy az együttműködést tartaná fent.

A follower cég esetében, a bortermelők amiatt érzik fenyegetettnek az együttműködés folytatását, hogy a felvásárló nem folytatja tovább tevékenységét és kivonul a borvidékről, mivel ott nem tölt be stratégiai szerepet. Ez leginkább abban nyilvánul meg, hogy a felvásárló csökkenti a VPSGL kategóriájú folyóbor átvételi mennyiségét; nyomást gyakorol a termelőkre a felvásárlási ár csökkentésével; növeli az alacsonyabb áron értékesíthető általánosabb termék (pl. a „Vins de pays d’Oc”) készítésére alkalmas folyóbor felvásárlását, természetesen a Vins des Sables-nál alacsonyabb áron; egyes marketing eszközök alkalmazása a hard discount áruházakban szintén lényegesen csökkentik az árakat, ami a termelőkben bizalmatlanságot vált ki. Így a szerződés megújítása nagyban függ az együttműködés objektív előnyeitől, valamint az információ megosztásának növelésétől. Különösen a duopólium jelent kockázatot a szőlőtermelők számára, éppen ezért nekik állandóan szükségük van arra, hogy olyan jelek érkezzenek a partnertől, ami a bizalmat erősíti.

Összefoglalásképpen elmondható, hogy a Languedoc régióban vizsgált esettanulmány rávilágít a hibrid irányítási struktúra előnyeire a tranzakciós költségek csökkentésén keresztül és hatékony működésére a borágazatban, különösen a minőségi alapanyag-termelés ösztönzése tekintetében. Rávilágítottunk arra, is hogy ez az irányítási struktúra nemcsak a szűk értelemben vett egyedi és magas minőségű termékeknél hatékony (ld. Champagne), hanem a tájbor kategóriában is eredményesen működik, ha a termék a maga nemében speciális és az átlagnál jobban pozícionálható a piacon. A jól kialakított árindex formula alkalmazása előnyösen hat az együttműködés kialakulására és az opportunistá magatartás kiküszöbölésére, ami növeli az együttműködés összértéket és a szereplők jövedelmét. Ez a hosszú távú szerződéses kapcsolat egyrészt hozzájárul a termék előállításához és eladásához szükséges beruházási költségek megosztásához, valamint a speciális beruházásokból származó nyereség megosztásához. Az együttműködést a felek úgy tudják fenntartani, hogy a szerződést rendszeresen hozzáigazítják a megváltozott körülményekhez és növelik egymás között az információ megosztását annak érdekében, hogy erősítsék a bizalmat, és ezáltal csökkentsék az együttműködés felbontásának lehetőségét. Végül az elemzésünk rávilágít arra, hogy ez a szerződéses kapcsolat anélkül is működőképes lehet, hogy a szereplők elveszítenék

önállóságukat, különösen olyan körülmények között, hogy a vizsgált borvidéken termelt tájbor minősége egyre inkább eléri a védett eredetű AOC borok minőségét, illetve a márkaépítés egyre fontosabbá válik a borpiacon és az egyre intenzívebb nemzetközi verseny is arra készíti a francia borászokat, hogy új, hatékonyabb stratégiát dolgozzanak ki.

4.3.2. A magyar együttműködési szerződések elemzése

A francia esettanulmányhoz hasonlóan elemeztük Magyarországon a szőlő- és borágazatra jellemző irányítási struktúrákat, valamint a szerződések tartalmát 12 olyan borászat esetében, amelyek egy vagy akár több borvidéken is fontos szerepet töltenek be a szőlőtermelők koordinálásában. A megvizsgált vállalkozások között nyolc nagy borászat valamint négy borászati kis és középvállalkozás található, amelyek közép vagy hosszú távú szerződéseket alkalmaznak az alapanyag-ellátásuk biztosítása érdekében.

Az írott szerződés elsősorban a nagyborászatoknál figyelhető meg, hiszen nekik van kapacitásuk arra, hogy ügyvéddel megfogalmaztassák a szerződést. A kis- és középvállalkozások esetében inkább a szóbeli megállapodás jellemző, bár ezen a területen változás is megfigyelhető, a vállalkozás méretének növekedésével, a szóbeli szerződést egyes esetekben felváltja az írásbeli szerződés.

A Magyarországon alkalmazott szerződések esetében is megnéztük a szerződés legfontosabb jellemzőit:

1. Az együttműködés céljának meghatározása tekintetében, konkrét stratégiai elemeket ritkán fedezünk fel, hiszen a hazai szőlőfelvásárlási szerződések leginkább csak az együttműködés szándékát jelölik meg célként. Sok esetben még minőségi borokat adó szőlő felvásárlásánál sem találkozunk azzal, hogy az együttműködés milyen hozzáadott értékkel rendelkezik, milyen végső termék előállítására a cél. Ez alól viszont a borkülönlegességeket adó szőlő, vagy egyes fajták kivételt képeznek pl. késői szüretelésű szőlő, aszúszem, bikavér alapanyag stb. valamint az integrátori szerződések esetében is jól definiált a stratégiai, a szervezési és működési koordináció. Tekintettel arra, hogy az együttműködési szándéknyilatkozathoz évenként megkötött „beszállítási” szerződés is tartozik, ami alapvetően a mennyiségre, minőségre és a beszállítás feltételeire korlátozódik. Ezért az együttműködés sokszor a rutinra és a centralizált tekintélyre épül. Általában a felvásárló borászat határozza meg ezeket az elemeket, a másik fél pedig elfogadja. Amikor változik a felek célja a szerződést felbontják. Ez jellemző a borászatok beszállítói körének változására is. Így ott,

ahol hosszú távú együttműködési szerződéssel dolgoznak, az induláshoz képest 5-20%-os lemorzsolódás tapasztalható, mire kialakul a viszonylag állandó beszállítói kör.

Az utóbbi években tapasztaltunk olyan jelenséget is, hogy nem a szőlőtermelő morzsolódik le, hanem a felvásárló borászat vonul ki a felvásárlásból. Így máshonnan szerzi be az alapanyagot (pl. 2007-ben az Alföldön néhány addig jelentős felvásárlói szerepet betöltő borászat a magas szőlőárak miatt nem a helyi termelőktől, hanem olasz importból biztosította az alapanyagot), vagy saját szőlőinek termőre fordulásával a teljes integrációra tér át, ami a szőlőtermelő számára jelentősen megnöveli a tranzakciós költséget, különösen a partner keresés tekintetében.

2. Az együttműködésben **résztevő partnerek száma**: tekintettel arra, hogy Magyarországon igen elaprózódott a szőlőbirtok struktúra és a szőlőtermesztés, mind a nagy borászatok mind a kis- és középvállalkozások számos szereplővel kötnek szerződést az alapanyag-ellátás biztosítása érdekében. A nagy borászatok esetében az együttműködő partnerek száma több száz, de akár ezres nagyságrendű is lehet (pl. Tokaj Kereskedőház Rt. 2800 termelővel köt szerződést a Tokaji borvidéken), akik általában kistermelők vagy ritkábban szövetkezetek. A kis- és középvállalkozások 30-100 szőlőtermelőt koordinálnak az együttműködésük keretében.

A vertikális koordináció nehézségei ebben az esetben abból származnak, hogy a nagyszámú kistermelők nem elég jól szervezettek (nem tömörülnek sem szövetkezetbe, sem egyesületbe vagy szövetségbe), **így a tárgyalóerejük viszonylag gyenge a felvásárló borászattal szemben.** Így a tranzakció magas tárgyalási költségekkel jár. Az aszimmetrikus piaci súly miatt a szerződések újratárgyalásakor, de általában a tranzakció során gyakran kiszolgáltatott helyzetbe kerülnek a termelők a domináns szerepet betöltő felvásárlóval szemben, különös tekintettel a felvásárlási árak meghatározásakor, aminek elvileg az együttműködés központi elemének kellene lenni, és a minőségi alapanyag termelés ösztönzésének lenne a legfontosabb eszköze.

A felvásárlói oldal pedig sok esetben arról panaszodik, hogy a szőlőtermelők nem elég hatékonyak, alacsony terméshozamokat teljesítenek, nem tudnak magas terméshozammal viszonylag alacsony (versenyképes) áron szőlőt termeszteni, ami pedig számukra növeli meg a tranzakció költségeit.

3. A biztosíték rendszert illetően a közép és hosszú távú együttműködések szerződések, főleg az integrátori szerződések, a vállalt kötelezettségek betartásának biztosítására számos kikötés vonatkozik. Így pl. kártérítés arra az esetre, ha valamelyik fél nem teljesíti a kötelezettségeit, ha nem várt vagy előre nem látható esemény következik be, a

felek hogyan járnak el stb. Magyarországon a megvizsgált szerződések esetében csak a három éves szerződésekben találtunk erre vonatkozóan kikötéseket (ld. Szőlőskert Rt., Egervin Rt.). Ugyanakkor azoknál az együttműködéseknel, amelyek egyéves szerződésekre épülnek **nem találtunk kikötést a biztosíték és a garanciarendszerre vonatkozóan, ami nagyban növeli az együttműködéssel kapcsolatos bizonytalanságot. Ezek a szerződések és vertikális kapcsolatok sokkal inkább a spot piachoz állnak közel, mint a hibrid irányítási struktúrákhoz.**

4. A felügyeleti rendszer és az ellenőrzés joga tekintetében a szerződés fontos eleme a **részletes követelményrendszer** leírása az alapanyagra és az együttműködésre vonatkozóan. Az első szembetűnő különbség a magyar szerződésekben a francia vagy az újkövület országokban alkalmazott példákhoz képest az, hogy a szerződés főként általános elemeket tartalmaz, túl sok konkrétumot az alapanyag minőségi követelményére vonatkozóan nem fogalmaznak meg a felek, így inkább csak keretet adnak az együttműködésnek. Tulajdonképpen ezek a megállapodások nem tekinthetők a tranzakciós költségek elmélete szempontjából igazi közép vagy hosszú távú szerződéseknek, mint amivel Franciaországban (Champagne-ban, Bourgogne-ban vagy Languedoc-ban) találkozunk, inkább együttműködési szándéknyilatkozatokról van szó a szőlőtermelő és a felvásárló között, amelyekben a vertikális koordináció bizonyos elemei felfedezhetőek. A 6. számú melléklet M6/1. táblázat foglaljuk össze a magyar borágazatban található irányítási struktúrák típusához tartozó eseteket, ahol részletezzük az együttműködés jellemzőit, illetve a szerződések kikötéseit.

Minden évben egyéves szőlőfelvásárlási szerződés egészíti ki a középtávú együttműködési megállapodásokat, ami meghatározza az adott évben beszállításra kerülő szőlő mennyiségét, minőségét és felvásárlási árát. A középtávú szerződések így csak az általános követelményeket tartalmazzák a szőlő egészségi állapotára, tisztaságára vonatkozóan, valamint a magyar szabályozásban (bortörvény, végrehajtási rendeletek) által meghatározott minőségi követelmények betartását illetően, ami alapvetően csak a minimum követelményeket tartalmazza a minőségi borok tekintetében. Megállapítható, hogy a szerződések nem tartalmaznak szigorúbb követelményeket az általános magyar szabályozásnál, nincsenek speciális technológiai előírások, vagy terméskorlátozás néhány igazán speciális termék kivételével mint pl. a késői szüretelésű szőlőből készült borok, a bikavér vagy az aszú esetében. Ugyanakkor a nagy borászatok és felvásárlók szolgáltatás formájában szőlőtermesztés technológiai segítséget nyújtanak a szőlőtermesztőknek, annak érdekében, hogy a szükségletüknek megfelelő tisztaságú, egészségi állapotú és minőségű alapanyag kerüljön beszállításra a szüretkor.

Mivel alapvetően a borászat határozza meg évről évre a megállapodás legfontosabb elemeit: a beszállításra kerülő mennyiséget, a minőséget és az árat, gyakorlatilag ezek a tényezők nem jelezhetők előre, így az együttműködés is viszonylag sok bizonytalanságot hordoz magában. A beszállított mennyiség nagyban függ az évjárattól, és erőteljesen befolyásolja az időjárás változás, valamint a túltermelési problémák (bár az elmúlt két évben, 2005-ben és 2006-ban inkább a szőlőhiány volt a jellemző). Túltermelés esetén a szőlőtermelő nem lehet biztos abban, hogy az általa megtermelt összes (a minőségi követelményeknek is megfelelő) mennyiséget átveszi a felvásárló. Alacsony mennyiségű termés esetén pedig a felvásárló nem látja biztosítva az alapanyag-ellátását. Az átvételre kerülő szőlő minőségi kategóriáinak meghatározása évente történik, néhány héttel a szüret előtt az évjárat jellemzői (a mennyiség és a minőség megállapítása termésbecslés és próbaszüret) alapján. A parcellaszelektált termékek esetében (pl. Szőlőskert és Egervin Rt. esetében) a minőség-ellenőrzést a szőlőre specializálódott növényvédő szakmérnökök végzik egyrészt a termesztés során, másrészt pedig a szüret alatt illetve a beszállításkor végzett vizsgálatok segítségével, a szőlő tisztaságának, egészségi állapotának, cukortartalmának megállapítása céljából. A bevizsgálás eredménye alapján egyezik bele a borászat a beszállított szőlő felvásárlásába.

5. Jövedelem-elosztás és kockázatvállalás tekintetében a szerződések központi eleme az alapanyag felvásárlási árának meghatározása, hiszen ez az együttműködés fenntartásának legfontosabb motiváló tényezője. Nemzetközi példák alapján (Európában pl. Champagne, Bourgogne, Languedoc, és az újvilági bortermelő országokban Új-Zéland vagy Kalifornia esetében), általában a közép és hosszú távú együttműködések esetében az alapanyag felvásárlási árát a szerződésben valamilyen szinten rögzített, vagy árindex formula segítségével határozzák meg, amelynek következtében az árak alakulása vagy változása jól előre vetíthető (Rousset, 2004). Az áringadozás erőteljesen korlátozott és a speciális vagy az átlagosnál magasabb minőségű termék előállítására alkalmas alapanyag a spot piaci áraknál magasabb árral (20-30%-kal) honorált. Így a piaci ár és a szerződés alapján fizetett ár különbsége fedezi a magasabb minőségű alapanyag előállításával járó megnövekedett költségeket.

Magyarországon az árindex formula alkalmazása nem jellemző a felvásárlási ár meghatározásánál. A felvásárlási árat, annak ellenére, hogy általában középtávú együttműködésekről van szó, évente állapítják meg a szőlőfajta, a szín és a cukortartalom szerint meghatározott minőség alapján, illetve a szüreti előrejelzés, és a piaci feltételek, tehát a borkészletek nagysága, a túltermelés vagy az alapanyag hiány, illetve a végtermék eladási ára befolyásolja a felvásárló által meghirdetett szőlőfelvásárlási árakat. Mivel a borvidékeken

sokszor csak egy-két (általában igen korlátozott számú) meghatározó felvásárló borászat van jelen, a kisebb, szintén koordináló szerepet betöltő borászatok arra várnak, hogy a nagy cégek meghirdessék felvásárlási áraikat, majd ahhoz igazítják a saját felvásárlási árait kialakítását. A szőlőtermesztők „motiválásaként”, a felvásárlók kissé (kb. 10%-kal) magasabb árat ajánlanak, mint a minőségi borkészítésre alkalmas alapanyagot adó szőlő spot piaci ára. A specialitások, mint pl. a késői szüretelésű szőlő, töppedt szőlő, aszúszem, bikavér alapot adó szőlő, vagy a nemzetközi fajták (Cabernet, Merlot stb.) lényegesen jövedelmezőbbek más m.t. minőségi bort adó szőlőknél, az áruk 50%-kal lehet magasabb, vagy akár tízszerese is lehet (ld. aszúszem) az általános minőséget adó alapfajtánál. A felvásárlási árnál kisebb mértékű differenciálás figyelhető meg a szőlőfajta, a szín és a cukortartalom alapján, de ezzel a differenciálással sem számolhatnak minden évben a termelők, hiszen ezen a téren is jelentős fluktuáció tapasztalható: pl. 2000-2003-as időszakban a vörösbort adó fajták a fehér fajtáknál 30-100%-kal magasabb árat értek el, ugyanakkor 2004-től ez a szignifikáns különbség eltűnt, elsősorban a 2004. évi túltermelés miatt. 2005-ben a kevés, de magas minőségű termés ellenére csak 10%-kal emelkedtek a szőlőfelvásárlási árak az előző évhez képest, majd 2006-ban az újabb átlag alatti termésmennyiségnek (és sok esetben a külföldi, cseh és szlovák felvásárlóknak) köszönhetően a szőlőárak megközelítették a 2003. évi árszintet (6. melléklet, M6/2. táblázat).

A másik nagy különbség a magyar és a francia példákban ismert szőlőfelvásárlási együttműködések között, hogy Magyarországon a felvásárlási ár kialakításánál hiányzik az igazi tárgyalás a felvásárlók és a borvidék szőlőtermelői között. A felvásárló borászat meghirdeti a szüret előtt a felvásárlási árakat, a szőlőtermelő pedig arról hoz döntést, hogy eladja-e a szőlőjét az adott borászatnak vagy sem, illetve megvárja-e más borászatok ajánlatát. Abban az esetben, amikor a borászat beszállítói között nagy a verseny és túltermelés van a szőlőpiacon, a szőlőtermelőnek nincs más választása, minthogy elfogadja az ajánlatot, még akkor is, ha az ár viszonylag alacsony. Ezen a trenden valamelyest változtatott a 2006/2007-es év, amikor a szüret elején megjelentek a szlovák és cseh felvásárlók, akik az előző évi felvásárlási áraknál legalább 50%-kal magasabb áron vették meg a korai fajtákat, azonnali fizetéssel. Értelemszerűen ez a jelenség felfelé nyomta azokat a szőlőfelvásárlási árakat is, amelyeket a borvidék felvásárló borászatai hirdettek meg, illetve az árnövekedéshez az is hozzájárult, hogy jóval az átlag alatti szőlőtermésre lehetett számítani, ami tovább nehezítette a felvásárló borászatok alapanyag beszerzését.

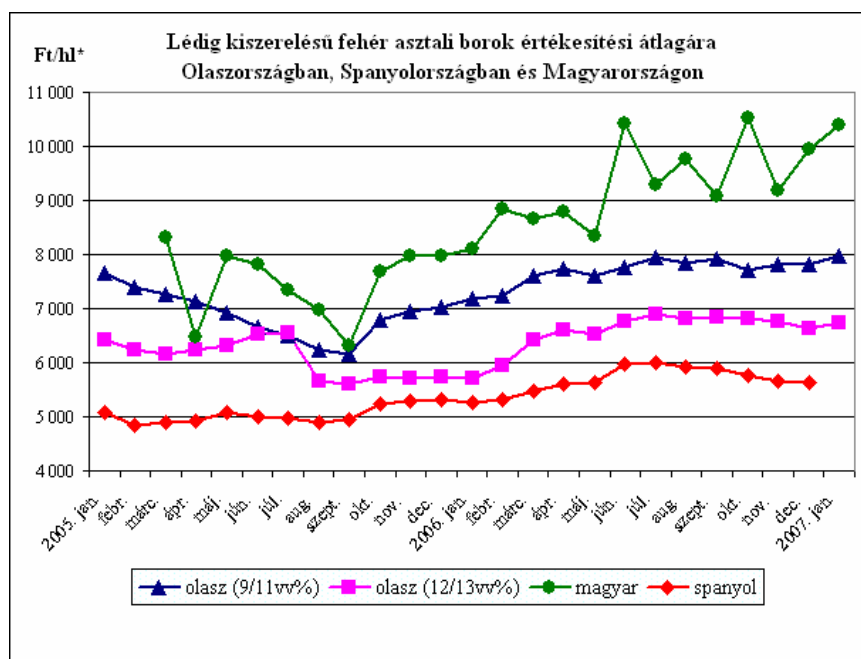
Ugyanakkor a pszichológiai hatást is meg kell említenünk a felvásárlási árak kialakulásánál: a felvásárlók egyre inkább lefelé szeretnék nyomni az árakat, mivel a bor

eladásánál az árres egyre szűkül (gondoljunk a hiper- és szupermarketek stratégiájára és a beszállítóikkal szemben támasztott követelményekre), így érthetően az alapanyag beszerzési árakat is csökkenteni szeretnék. Többször előfordul, hogy a piac egyes szereplői átlagos termés esetén az előrejelzéseknél túlbecsülik a várható termés mennyiségét, vagy az esős időszakok miatt átlag alattinak becsülik a termés minőségét, és ezzel támasztják alá a meghirdetett alacsonyabb felvásárlási árakat. Ennek következtében előfordul, hogy az árak nem fedezik a szőlőtermesztés költségeit.

A másik oldalon ugyanakkor a szőlőtermelők, mivel a tárgyaló pozíciójuk és a hosszú távra szóló együttműködési hajlandóság is viszonylag gyenge, ezért igen nehezen tudják megvédeni az érdekeiket, és nehezen tudnak olyan megállapodást kidolgozni, ami mindkét fél számára előnyös (nyerő-nyerő típusú együttműködések). Másrészt sokszor az is kritikaként fogalmazódik meg, hogy nagyon drágán termelünk Magyarországon alapanyagot, ami adódik az elöregedett, viszonylag nagy tőkehiánnyal rendelkező és alacsony terméshozamú, vagy éppen a nagy tőkehiány miatt túlterhelt ültetvényekből. Ezt kiválóan illusztrálja az olasz, spanyol és magyar asztali borok árának összehasonlítása (forrás: AKII), amiből egyértelműen kiderül, hogy európai viszonylatban lényegesen magasabb a magyar borok termelői ára az olasz és spanyol borokhoz képest. A magyar árszint megközelíti a francia asztali borok árát, ugyanakkor jövedelmezőségben lényegesen elmaradunk attól. Köztudott, hogy az EU-ban a szőlő illetve bortermelés Franciaországban a legjövedelmezőbb még az asztali és tájborok tekintetében is (DG Agri, 2004), az ONIVINS adatai alapján 3800-4200 €/ha (kb. 1 millió Ft/ha).

A Magyarországon alkalmazott árrendszer, ami néhány specialitás kivételével a minőségi borok esetében is gyakorlatilag a spot piaci árakkal egyezik meg, akkor is, ha közép vagy hosszú távú együttműködésről van szó. Így nagy a bizonytalanság a szőlő felvásárlási árak és a minőség tekintetében, aminek következtében a szőlőtermelő sokszor alulmotivált a megfelelő alapanyag-termelésben, inkább az jelent motivációt a szőlőtermelő számára, hogy az együttműködés miatt a termékének megvan a felvevőpiaca (különösen fontos ez telített piac esetén), ha nem is tesz szert mindig nyereségre. Ebből a helyzetből az is következik, hogy a felvásárló számára sem biztosított hosszútávon a megfelelő minőségű és mennyiségű alapanyag a megfelelő áron. Ráadásul különösen veszélyes a helyzet a most zajló borpiaci reform idején, amikor az Európai Bizottság azt tervezi, hogy a jelenlegi támogatási szint – ami egyébként is vonzó a magyar termelők számára – jelentősen támogatná a végleges szőlőültetvény kivágást. Tehát az ilyen típusú együttműködés a hatékonyság szempontjából

nem vezet az optimális megoldáshoz, és igen erőteljesen veszélyezteti a borászatok alapanyag-ellátását.



15. ábra Fehér asztali folyóborok eladási ára Olaszországban, Spanyolországban és Magyarországon (Forrás: AKII, 2007)

A kis és közepes méretű borászatok, amelyek elsősorban a magas minőségű termékekre specializálódtak, valamelyest kivételt képeznek az előbb felvázolt jellemzőktől. Találunk köztük olyan cégeket, amelyek nem kötnek írásbeli szerződést, hanem szóbeli megállapodás alapján dolgoznak együtt a termelőkkel, ahol a bizalomnak óriási szerepe van. Ilyenkor általában a pince vagy a tulajdonos hírnevére épül az együttműködés a szőlőtermelőkkel. A borvidéken belül a legjobb termőhelyeket igyekeznek megtalálni, parcella szelekció segítségével és a legmagasabb minőségű alapanyag felvásárlását tűzik ki célul. Speciális technológiai követelményeket és szigorú terméskorlátozást vezetnek be az alapanyag-termeltetésbe. A magasabb követelményeket és ezzel együtt a magasabb termelési költségeket a spot piacnál szignifikánsan magasabb árral honorálják, kb. 30%-kal magasabb az ár a spot piaci szőlőárnál, valamint prémiumot fizet a felvásárló a termelőnek abban az esetben, ha a következő borpiaci évben is magas minőségű alapanyagot szállít be (a következő évi beszállításkor fizetik ki az előző évi prémiumot, annak érdekében, hogy ösztönözzék a termelőt a folyamatos magas minőségű alapanyag előállítására és az együttműködés fenntartására). Ennek következtében a szőlőfelvásárlási ár minden évben viszonylag stabil marad.

6. A megállapodás **időtartamát** tekintve Magyarországon a szerződések nagy része egy vagy három éves, **inkább a rövid és a középtávú szerződések jellemzőek**. Az 5 éves, vagy annál hosszabb időre szóló szerződések viszonylag ritkák, illetve próbálkozásokkal találkozunk a hosszú távú szerződések alkalmazása tekintetében (a Szőlőskert Rt, az Egervin Rt. és a Szigetvin Kft. alkalmaz hosszú távú szerződéseket), de sokszor sikertelenek és felbontják az együttműködést elsősorban a szőlő mennyiségének, minőségének és felvásárlási árának erőteljes fluktuációja miatt. Az is előfordul, hogy a szőlőtermelők keresnek más partnert, mert a felvásárló alacsony árat ígér, nem teljesíti a felvásárlási ár kifizetését, vagy nagy késéssel fizet. Ilyenkor a szőlőtermelők még az egyébként magas minőségi bort adó szőlőjüket is eladják a borvidéken kívüli felvásárlóknak, ha ők azonnal fizetnek. Ugyanakkor ebben az esetben már csak asztali vagy tájborként hozható forgalomba a bor, ami értelemszerűen árcsökkenést eredményez, és nem kerül forgalomba pl. védett eredetű borként, de a teljes veszteség így elkerülhető.

Ugyanakkor azt is meg kell említenünk, hogy a nagy borászati cégek, amelyek sokszor a korábbi állami vállalatok, vagy szövetkezetek átalakulásával vagy azok helyén jöttek létre (hazai vagy külföldi tőke segítségével), a privatizáció után is megtartották koordináló szerepüket a szőlőtermesztés tekintetében egy vagy akár több borvidék szőlőtermelői körében. Így a szőlőtermelők és a borászati cégek közti együttműködés bizonyos hagyományokra is épül. Ezek a borászatok évtizedeken keresztül viszonylag stabil beszállítói körrel rendelkeztek, ahol csak a rendszerváltás időszakában tapasztaltak némi fluktuációt a magán pincék megalakulásának időszakában de kb. 10-12 éve a nagy borászatok beszállítói köre viszonylag stabilnak tekinthető. Saját vizsgálataink alapján csak kis mértékű változást állapíthatunk meg: a beszállítók kb. 5%-a vált ki az együttműködésből ez idő alatt, ugyanakkor mind a piaci, mind a jogszabályi környezet megváltozott, új minőségi követelményeket támasztva a piac szereplőivel szemben. Ez arra is enged következtetni, hogy a borászati cégek beszállítói, tehát a szőlőtermelői oldal a nagy borászatok esetében valamilyen szinten képes volt alkalmazkodni a megváltozott feltételekhez. Igaz ebben az is sokat segített, hogy lehetőség nyílt állami támogatással új ültetvények létrehozására, illetve a felvásárló borászatok sok esetben maguk végzik a növényvédelmi munkákat, szaktanácsot adnak, illetve egész évben követik a szőlő fejlődését, a megfelelő egészségi állapotú és minőségű alapanyag megtermelése érdekében.

7. A hibrid irányítási struktúrák szerződéseinek negyedik fontos eleme az **alkalmazkodásra irányuló kikötések**, amelyek lehetővé teszik a felek kölcsönös alkalmazkodását, illetve a megváltozott környezethez való alkalmazkodást az együttműködést

biztosító szerződés újratárgyalásakor. Magyarországon az együttműködési megállapodások újratárgyalása inkább egyoldalúnak tekinthető, különösen azok az elemek, amelyek a felvásárlási feltételekre vonatkoznak. Gyakorlatilag tárgyalás nélkül, akár minden évben megváltoztathatja az árakat a felvásárló, ami a kiindulási árhoz képest akár 50%-os csökkenést is eredményezhet egyik évről a másikra. A szőlőtermelők összefogásának és tárgyalóerejének hiánya miatt kerülhetnek ebbe a kiszolgáltatott helyzetbe. Természetesen találunk ettől eltérő példákat is (pl. az Egri vagy a Mátrai borvidéken), ahol a felvásárló borászatok a szőlőtermelők csoportjával (vagy a szőlőtermelők új típusú szövetkezetével, termelői csoportjával) tárgyalnak. Magyarországon az sem jellemző, hogy a közép vagy hosszú távú szerződés meghosszabbítása, újratárgyalása alakmából a szőlőtermelők háttér tanulmányokat készítenének az együttműködés hatékonyságáról, a termékek piacáról, vagy a piaci tendenciákról – ahogy azt a francia példa alapján bemutattuk – annak érdekében, hogy a tárgyalás során az álláspontjukat alá tudják támasztani. Így az információ aszimmetria problémája igen erőteljesen jelen van a magyar együttműködésekben.

A Brousseau (1993) által a szerződéskötések elemzésére és összehasonlítására alkalmazott analitikai módszer alapján, a következő táblázatban (12. táblázat) foglalhatók össze a magyar és a francia borágazatban alkalmazott együttműködési szerződések jellemzői és kikötései:

12. táblázat A magyar és a francia együttműködési szerződések összehasonlítása Brousseau-féle modell alapján

Kikötések	Magyar szőlőfelvásárlás		Francia szőlőfelvásárlás
	<i>Együttműködések (kvázi-integrációk)</i>	<i>Együttműködési szándéknyilatkozatok</i>	<i>Champagne, Vins des Sables</i>
A (stratégia)	Centralizált (az egyik fél határozza meg)	Centralizált (az egyik fél határozza meg)	Decentralizált, újratárgyalható
B (szervezés)	Rutin, centralizált	Rutin, centralizált, újratárgyalás	Újratárgyalás
C (működés)	Pontos kikötés, egyik fél, alkalmazkodás	Pontos kikötés, egyik fél, alkalmazkodás	Alkalmazkodás
D (biztosíték)	Kétoldalú	Nincs garancia	Kétoldalú
E (felügyelet)	Külső (jogsabályok)	Külső (jogsabályok)	Felügyelő v. 3. személy
F (jövedelem meghatározás, kockázatmegosztás)	Egyéni kockázatvállalás, minimális kockázatmegosztás	Egyéni kockázatvállalás, minimális kockázatmegosztás	Közösségi, kibocsátásból származó eredmény (előre meghatározott módszer szerint)
G (időtartam)	Rövid v. hosszú távú	Rövid távú + egyszeri	Hosszú távú

Összességében a magyar közép és hosszú távú együttműködések és a szőlőtermesztést érintő vertikális koordináció jellemzői lényegesen különböznek a francia példákhoz képest. A magyar borágazatban alkalmazott hibrid formákkal kapcsolatban az a kifogás merül fel, hogy

jelenlegi formájukban a tranzakciós költségek problémáját nem oldják meg, az együttműködésekben alkalmazott szerződések nem csökkentik a bizonytalanságot a szerződés betartására vonatkozóan, és nem jelentenek elegendő motivációt a szőlőtermelők számára a minőségi alapanyag-termelés fejlesztéséhez, valamint az ezekhez szükséges beruházások végrehajtásához. Az együttműködések keretében az egyetlen motivációs tényezőt a biztos felvevőpiac, illetve az alapanyaggal történő ellátás jelenti, ugyanakkor az árak és a kifizetés teljesítése igen-igen bizonytalanul alakul.

4.3.3. A magyar borászati vállalkozások teljesítménye

A borászat alapanyag beszerzési politikáját nagyban befolyásolja a cég piaci teljesítménye, melyik piaci szegmensben és piaci csatornában pozicionálja termékeit, milyen áron a hazai és a nemzetközi borpiacon, illetve milyenek a gazdasági eredményei.

Az általunk vizsgált 41 borászat alapján, amelyből tízzel mélyinterjút készítettünk illetve két cégnél kiegészítő információkat gyűjtöttünk a reprezentativitás szempontjából elmondható, hogy ezek a cégek adják a magyar borágazat bevételeinek 70%-át, tehát 52,5 milliárd Ft-ot tesznek ki (209 millió € 2003-ban). Ugyanakkor csak a nagy borászatok kategóriájának jellemzőire lehet következtetni a mintából, hiszen abban olyan cégek szerepelnek, amelyek éves bevétele meghaladja az évi 75 millió Ft-ot (300 000 €-t). Így értelemszerűen a 13 000 szőlőfeldolgozással, borkészítéssel foglalkozó ágazati szereplőket illetően a minta nem tekinthető reprezentatívnak. Ugyanakkor a mintában szereplő borászatok a legjelentősebb koordinátor szerepet töltik be a borvidékek szőlőfelvásárlásában, egy-egy borvidék vagy speciális termék hírnevének megalapozásában. Sokszor éri az a kritika a nagy borászatokat, hogy csak tömeget termelnek, ugyanakkor elvitathatatlan tőlük az, hogy a legjelentősebb képviselői a hazai bortermelésnek és pezsgőkészítésnek, a legfontosabb beszállítói a hiper- és szupermarketeknek, valamint a legnagyobb borexportálók közé tartoznak mint pl. Törley, Tokaj Kereskedőház Rt., Szőlőskert Rt, Hilltop Neszmély Rt, Danubiana Bt., Varga Kft. Egervin Rt. stb. (a mintában szereplő cégek listája a 6. mellékletben található, M6/3. táblázat).

A vizsgált magyar borászatok átlagos bevétele 2,29 milliárd Ft (azaz 9,1 millió €) volt 2003-ban, ami 1997-2003-as időszakban nominálértékét tekintve majdnem megduplázódott, reálértékét tekintve pedig 53%-kal nőtt. Ugyanakkor jövedelmezőségi mutatói csökkentek (6. melléklet M6/4. táblázat)

A borászati cégek exportból származó átlagos bevételeit illetően megállapítható, hogy az export értéke 1997-től 2001-ig fokozatosan csökkent, majd 2002-ben elérte az 1999-es bevételi szintet, ami azóta átlagosan 653 millió Ft (azaz 2,6 millió €) körül stabilizálódik. Ez a tendencia tökéletesen összhangban áll a magyar borexport értéke alakulásának általános tendenciájával és az is megállapítható, hogy a mintában szereplő 41 borászat adja a magyar borexport értékének 77%-át. Általában elmondható, hogy a borászati vállalkozások bevételeinek közel 30%-a származik exportból, de azok a cégek, amelyek erőteljesen export orientáltak, tehát a bevételeik nagyobb része exportból származik (mint pl. Hilltop, Danubiana, Szőlőskert, Weinhouse, Öregbaglas, Eszes Kft, Boranal), az exportból származó bevételeik aránya eléri a 60%-ot.

Összehasonlítva a magyar és a francia borászatokat a bevételeik alapján (1999. és 2000. év adatai alapján, M6/5. táblázat), megállapítható, hogy a francia pinceszövetkezetek átlagos bevétele 45-53%-kal, a francia borászatok (magánpincék, borfelvásárló/kereskedő cégek) bevétele pedig 72-75%-kal haladja meg a magyar borászatok bevételeit. Hasonló különbséget találunk az exportból származó bevétel esetében is, ami visszaigazolódik abból a tényből, hogy a francia borok lényegesen magasabb árat tudnak elérni mind a hazai, mind a nemzetközi piacon. A terméshozamok is magasabbak, különösen az asztali és tájborok esetében, ahol az átlag terméshozam: 79,5 hl/ha, minőségi borok esetében: 55,8 hl/ha, *forrás: (ONIVINS, 2006)*, míg a magyar boroknál az átlag terméshozam: 49,2 hl/ha (*forrás: HNT, 2006*).

A magyar borászatok által átlagosan előállított hozzáadott érték igen erőteljesen ingadozott 2001-ig (a bevétel 9-33%-a között mozgott), majd 2002-2003-ban kis mértékű növekedést mutatott, ami elérte az 534 millió Ft-ot (2,13 millió €-t). A magyar borászatok hozzáadott érték előállításának szintje kissé magasabb (+10%), mint a francia szövetkezeti borászatoké, viszont lényegesen alacsonyabb (-30-64%), mint a magánpincék és felvásárló/borkereskedő cégek hozzáadott érték előállítása.

1997 és 2003 között az eszközök (összesen) megduplázódtak a magyar borászati vállalkozásoknál, ami egyértelműen a beruházások, és fejlesztések erőteljes növekedéséről árulkodik, de még mindig 120 € befektetésére van szükség a bortermeléshez ahhoz, hogy 100 € bevételt állítsanak elő a borászatok és úgy tűnik, hogy ez a befektetés és tőkeigény továbbra is folytatódik. A francia borászati vállalkozásokkal összehasonlítva a magyar borászatok összes eszköze lényegesen elmarad: a francia pinceszövetkezeteknél kb. 50%-kal, a független borászatoknál, felvásárló/borkereskedő cégeknél pedig kb. 70%-kal alacsonyabb az eszközellátottságuk.

A vizsgált időszakban a borászatok mindennapi működéséhez szükséges forgótőke 30%-kal nőtt és a bevételhez képest viszonylag magas az aránya (50-75%), köszönhetően a készletek (a bevétel 40-56%-a) és a követelések magas arányának. Összehasonlítva a francia borászatokkal a magyar borászatokat, megállapítható, hogy a működéshez szükséges forgótőke mértéke a vállalat bevételeinek csak 30%-át teszik ki (Couderc, Remaud, 2004). Ez is azt mutatja, hogy a magyar borászatok lényegesen eladósodottabb helyzetben vannak, illetve a tevékenységük, működésük finanszírozásához sokkal több működő tőkére van szükségük, mint a francia borászatoknak.

A magyar borászatok nyereségének alakulását tekintve, megállapítható, hogy 2000-ig csökkent, majd erőteljes ingadozás mellett növekedett. Mind a nyereséghányad (adózás előtti nyereség/bevétel), mind a rentabilitás 1998. óta fokozatosan csökken a magyar borászatoknál. A nyereséghányad 4 év alatt 12,5%-ról 3,6%-ra olvadt. Hasonlóan felére csökkent négy év alatt a befektetett tőke hozamának mértéke is (return on shareholders' funds), jelenleg 3% körül alakul, ami a viszonylag magas eladósodottsági szint következménye. A francia borászat szereplőivel összehasonlítva a magyar borászatok nyereségre vonatkozó mutatói valamivel jobbak, mint a francia szövetkezetek mutatói, ugyanakkor messze elmaradnak a francia borászati vállalkozások nyereség mutatóitól.

A saját tőke hányada viszonylag magas a magyar borászatoknál, folyamatosan 50% feletti értéket mutat a borászat forrásaihoz viszonyítva. A külső források bevonása kevésbé jellemző, mint a francia borászatok esetében. A pénzügyi kötelezettségek mértéke viszonylag magas, különösen a rövid lejáratú kötelezettségeké, amelyek 30-40%-os arányt tesznek ki a forrásokhoz képest. A vizsgált időszakban a kötelezettségek alakulásáról elmondható, hogy 2001-ig erőteljesen növekvő (1997-2001 között megduplázódott) tendenciát mutattak a rövid távú kötelezettségek, majd 2001. után kismértékű csökkenés tapasztalható (-13%).

Összességében elmondható, hogy a magyar bortermelésben jelentős szerepet betöltő borászati vállalkozások gazdasági helyzete igen törékeny, a jövedelmezőségük viszonylag alacsony és egyre inkább csökkenő tendenciát mutat. A bevételi és jövedelmezőségi mutatóik, pedig messze elmaradnak a francia borpiac szereplőinél tapasztalt mutatóktól. Igaz azt is meg kell jegyeznünk, hogy az EU-ban a bortermelés a tagállamok közül Franciaországban a legjövedelmezőbb (DG Agri, 2004) és azt is figyelembe kell venni, hogy a francia asztali és tájbor termelők bevételeinek évi kb. 15%-a származik az EU piaci intervenciójából (a közös borpiaci szabályozás keretében meghatározott támogatásokból), ami mind a pinceszövetkezeteknél, mind a felvásárló/borkereskedő cégeknél jelentkezik. A hozzáadott érték előállítását tekintetében a magyar borászatok szintén elmaradnak a franciáktól.

Az eladósodottság mértéke és a működéshez szükséges tőke mértéke viszonylag magas a magyar borászatoknál, így a tevékenységük finanszírozása is nehézségekbe ütközik, a gazdasági működésük is sérülékennyé válik. Ennek következtében nem meglepő, hogy a borászatok egyre inkább csökkenteni szeretnék az alapanyag felvásárlási árakat, illetve a termelési költségeiket, ami sokszor ahhoz vezet, hogy a szőlőfelvásárlási árakat lefelé nyomják (minőségi termeléstől függetlenül) és megpróbálnak nagyobb marzsot elérni a végtermék eladásával annak érdekében, hogy működésüket és kötelezettségeiket finanszírozni tudják. Sőt az sem meglepő, hogy a jövedelmezőségi mutatók alapján néhány borászat a felvásárlási árak kifizetésével küszködik.

A borászatok eredményei nem igazolják vissza, hogy az általuk alkalmazott szerződéses vertikális koordinációk hatékonyak lennének. A tranzakció, bár sokszor spot piaci árakat alkalmaznak és látszólag ez tűnik a hatékonyabb megoldásnak a költségek csökkentése szempontjából, számukra is költségesnek bizonyul. Viszont ez a stratégia, inkább rövidtávon hoz megoldást, ugyanakkor az alapanyag-termelésben az alulfinanszírozottsághoz és a beruházások visszafogásához vezet, aminek végül a végtermék tekintetében is negatív hatásai lehetnek, különösen a minőségi szőlőtermesztés hosszú távú fejlesztése területén. A szőlőtermelőkkel közösen teremtett hozzáadott érték ösztönzése jelenthet megoldást, ha a termék a piacon is elismert (ami pedig újabb főként marketing beruházásokat igényel). Persze ehelyett a megoldás sok esetben az, ha a borászat felvásárolja a szőlőterületet a tulajdonosoktól és teljesen integrálja a szőlőtermesztést.

Összefoglalásképpen megállapíthatjuk, hogy a magyar borágazat vertikális koordinációival és a szerződésekkel kapcsolatban az alábbi problémák merülnek fel:

- a termelők tárgyalóerejének nem megfelelő hatékonysága,
- a kölcsönösen előnyös, nyerő-nyerő típusú szerződések hiánya,
- az együttműködésekben a biztosíték és motivációs rendszer hiánya,
- a hozzáadott érték előállításának csökkenése,
- a jelentős bizonytalanság: a kiszámíthatóság hiánya, a mennyiségi és minőségi fluktuáció, a fizetéshez kapcsolódó hold-up probléma,
- a felek egymáshoz való alkalmazkodásának a hiánya,
- a bortermelés jövedelmezőségének csökkenése.

Ezek a szerződések ahelyett, hogy minimalizálnák a borágazatban a tranzakciós költségeket, inkább növelik azokat, amelyek a következő tényezőkből adódnak:

- atomizált szőlőtermesztési struktúra, a termelői csoportok hiánya,

- szőlőtermelők és felvásárlók összehangolt koordinálásának hiánya a magas minőségi bort előállító borvidékeken a közös értékteremtés/értéknövelés érdekében,
- a nem megfelelő termékdifferenciálás és termékpozicionálás,
- a megbízható és előre jelezhető felvásárlói ár kialakítás hiánya,
- a hosszú távú és stabil kötelezettségvállalás hiánya,
- a minőségi bortermelés szabályainak változása az EU csatlakozás után,
- az intézményrendszer (jogszabályok) hiányossága, ami a vállalt kötelezettségek betartatását lehetővé tenné.

Ezek azok a tényezők, amelyek nagyban hozzájárulnak az ágazat versenyképességének csökkenéséhez is.

4.4. A tudományos eredmények összefoglalása

1. A magyar borok piaci környezetének és a versenytársak elemzése során megállapítottuk, hogy a rendszerváltás óta eltelt időszakban tapasztalható óriási minőségi fejlődés és termék differenciálódás ellenére a magyar borok döntő hányada – 75%-a – a „basic wine” kategóriában kerül eladásra a legfontosabb export piacainkon. A magyar borok 20%-a a „popular prémium” és csak 5%-a kerül ennél magasabb, tehát a szuper prémium, az ultraprémium és az ikon kategóriában eladásra. Függetlenül attól, hogy export termékeink fele a jogszabályok értelmében minőségi bor, ezt a nemzetközi piac nem ismeri el, ezeknek a termékeknek a jó részét nem tudjuk a basic wine kategóriánál magasabb értékű kategóriában pozicionálni. Így az említett kategóriában a magyar borok kiváló minőség ár arányt érnek el, de ez egyben azt is jelenti, hogy a minőségből fakadó hozzáadott érték nem érvényesíthető, mivel a piacon a minőségükhöz képest ezek a borok alulpozicionáltak.

2. A nemzetközi piaci tendenciák elemzése rámutat arra, hogy az Újvilág és az Óvilág piaci részesedésért vívott harcban, ahol az Újvilág piaci részesedése folyamatosan nő az Óvilág nagy bortermelőinek piaci részesedése rovására, a legnagyobb vesztesek a közép-kelet európai országok, köztük Magyarország, akinek a piaci részesedése a hagyományos piacokon (Nagy-Britannia, Németország, Oroszország) 1% alá csökkent. Ráadásul az EU-csatlakozással kibővült piaci lehetőségeket és az asztali borokra igénybe vehető export visszatérítési támogatás nyújtotta lehetőségeket sem tudtuk hatékonyan kihasználni. A csatlakozás után szignifikánsan csökkent a borkivitelünk.

3. A borok piaci pozicionálásának vizsgálata rámutat arra, hogy az újvilági és az EU nagy bortermelői egyre inkább kivonulnak a basic és popular prémium kategóriából a

dinamikusan fejlődő és nagy értéket hordozó piacokon (Nagy-Britannia, USA), így ebben a kategóriában találnak helyet a közép-kelet európai országok a minőségi boraik jelentős részének.

4. A nemzetközi összehasonlításból kiderül, hogy Magyarország drágán termel bort. Az asztali borok ára lényegesen magasabb (70%-kal), mint az olasz vagy a spanyol asztali borok átlagára és erőteljesen közelít a francia asztali borok árához. Ugyanakkor a jövedelmezőség tekintetében a magyar bortermelés messze elmarad a franciától. Így a korábban versenyelőnyként számon tartott (vagy inkább hitt) alacsony termelési költségek és olcsó asztali borok, mint versenyképességi tényezők mára eltűntek.

5. A hazai piacon a hiper- és szupermarketek borkínálatának elemzése alapján a következőket állapíthatjuk meg:

- a hazai termelésű borok és pezsgők dominanciája a kínálatban (91%), ugyanakkor a külföldi termékek általában a hazai piachoz képest (ahol 3%-ot tesznek ki a külföldi borok és pezsgők) nagyobb arányban vannak jelen (9%);
- a növekvő vörösbor kereslet miatt a kínálatban a vörös és roséborok aránya (52%) meghaladja a fehérborok arányát (48%), ami teljes átrendeződést jelent a korábbi polcképhez képest;
- a kínálat erőteljes eltolódása a száraz borok felé;
- a minőségi borok (86%) és az eredetmegjelölés (90%) erőteljes dominanciája a kínálatban;
- a magas minőség kialakításában, a termékdifferenciálódásban élen járó borvidékek (a védett eredetű szabályozás úttörői) rendelkeznek a legszélesebb kínálattal: Villány, Tokaj, Eger, így a borvidék méretét tekintve viszonylag kis borvidékünk (3%) áll az élen a borkínálat referenciáit tekintve.
- A borkínálat jelentős részét (62%) 800 Ft/liter átlagár felett pozícionálják, ugyanakkor a boreladást tekintve ez a piaci szegmens csak 10%-ot tesz ki. Ugyanakkor az alacsony, 300 Ft/liter átlagárú termékek a kínálatban csak kevés referenciával rendelkeznek (5%) viszont a boreladásból 32%-kal részesednek. A közép árkategóriás termékek (300-800 Ft/liter) 33%-kal részesednek a kínálatból, ugyanakkor domináns szerepet töltenek be az eladott mennyiségben 58%-os piaci részesedésükkel.
- A borok árpozícionálása nem tükrözi egyértelműen a borok minőségét, a termékminőség és árhierarchia nem alakult még ki egyértelműen, a fogyasztók döntését megnehezíti: az ár alapján nem azonosítható a termék minősége. Hasonló

minőségi kategórián belül is szignifikáns eltérés mutatkozik (5 puttonyos tokaji aszú ugyanabban az üzletben 1000-7500 Ft/palack áron is megtalálható).

6. A bortermelés jogszabályi környezetének változására irányuló vizsgálataink az alábbiakra mutattak rá:

- A közös borpiaci szabályozás keretében nyújtott támogatások közül a szőlőültetvények szerkezetátalakítási támogatása (évi 10 millió €, kb. 2,5 milliárd Ft) az EU-csatlakozás utáni két évben nem járult hozzá hatékonyan a szőlőültetvények minőségi javulásához és a minőségi ültetvények újraterelítésekhez, holott a minőségi bortermelés alapja a megfelelő minőségű ültetvény. Mára a minőségi bortermelés szűk keresztmetszete a szőlőtermő-felület lett. Az EU-csatlakozás után drasztikusan csökkent az új telepítések nagysága, ugyanakkor a végleges kivágás támogatásának megnyitásával tovább csökken Magyarország szőlőtermő felülete.
- Az EU-csatlakozás miatt a minőségi borok szabályozása új alapokra helyeződött, ahol elsődleges lett a termőhely sajátosságaiból adódó minőség elismerése (meghatározott termőhelyről származó minőségi borok, védett eredetű borok fogalmának és egyedi szabályozásának bevezetésével), a korábbi, inkább az analitikai paraméterek alapján megállapított minőség helyett.
- Egyre nagyobb az igény a borok megkülönböztetésére és védett eredetűvé tételére, ugyanakkor a védett eredetű borok szabályozásának egységes modellje nem alakult ki. Nem jellemző más EU-tagországban, hogy borvidékenként eltérő védett eredetű modellt alkalmaznának.
- A piac sok esetben nem ismeri el a védett eredetű borokat. Védett eredetű borok asztali bor áron történő pozícionálása ellentmond annak az alapelvnek, ami alapján a védett eredetű borok létrejönnek: erőteljes terméskorlátozás, magas minőség, mesterséges hiánykeltés, magas hozzáadott érték, magasabb termelési költségek, a magasabb ár kompenzálja a terméskorlátozásból fakadó alacsonyabb termésmennyiséget.

7. A szőlő borágazat vertikális koordinációjának vizsgálata alapján, Magyarországon három csoportot különböztetünk meg: szőlőültetvény tulajdonosok és márkaépítők, koordinátorok és szövetkezetek, kis és középvállalkozások vagy „függetlenek”. A kialakuló vertikális kapcsolatokat alapvetően a szőlőültetvények és a borászati üzemek tulajdonviszonyai, valamint a borászati termékek piaci pozícionálása határozzák meg. Minél

magasabb minőségű terméket, specialitást állít elő egy borászat, vagy erőteljes márkaépítést folytat, annál inkább a szőlőtermesztés teljes integrációjára vagy a kvázi-integrációra törekszik. A borászatok piaci stratégiája egyértelműen meghatározza alapanyag-beszerzési politikájukat.

8. A magyar és a francia borágazatban található vertikális koordinációk és szerződések összehasonlítása alapján a következőket állapíthatjuk meg:

- A tranzakciós költségek elmélete értelmében Franciaországban valódi közép vagy hosszú távú szerződések által keretbe foglalt együttműködésekkel találkozunk, addig Magyarországon néhány eset kivételével leggyakrabban csak együttműködési szándéknyilatkozatokról van szó.
- Magyarországon a vertikális együttműködéseknek több olyan eleme is hiányzik, ami a hibrid irányítási struktúrákra jellemző:
 - ✓ hiányzik a minőségi alapanyag termelés fejlesztéséhez az ösztönző rendszer,
 - ✓ a fő motivációs tényezőt a szőlőtermelők számára, az együttműködésen keresztül biztosnak vélt felvevő piac jelenti,
 - ✓ az esetek többségében hiányzik a szerződésből az ármeghatározás, ami lehetővé tenné azt, hogy az együttműködésből fakadó kvázi-jövedelmet egymás közt megossza a szőlőtermelő és a felvásárló,
 - ✓ az ármeghatározás alapvetően a spot piaci árakat jelenti, ennek következtében az irányítási struktúra a piachoz áll közelebb,
 - ✓ gyakorlatilag hiányzik a szerződésből a vállalt kötelezettségek betartására irányuló garanciarendszer,
 - ✓ hiányzik a szerződés feltételeinek újratárgyalása, különösen az ármeghatározás tekintetében,
- A magyar borágazatban található vertikális együttműködések nem nyerő-nyerő típusúak, mint amire a francia együttműködések törekednek, így nem alakul ki optimális helyzet minőségi alapanyag termelésbe történő beruházások esetében sem, ami hosszútávon a bortermelés minőségére is negatívan hat.
- Magyarországon az együttműködések és a szerződések nem küszöbölik ki az áringadozás kockázatát és a rendelkezésre álló alapanyag mennyiségének fluktuációjából adódó kockázatot, így a felek opportunista magatartásának kockázatát sem, ami az alapvető célja a hibrid irányítási struktúrának.

9. A magyar nagy borászatok gazdasági eredményeinek vizsgálata rámutat arra, hogy a 40 legnagyobb borászat adja a magyar bortermelés értékének 70%-át és a magyar borexport értékének 77%-át. Gazdasági eredményeiket összehasonlítva a francia pinceszövetkezetekével és a francia borfelvásárló/kereskedő cégekével megállapítható, hogy a magyar borászatok teljesítménye a francia pinceszövetkezetekéhez áll közel, ugyanakkor messze elmarad a felvásárló/kereskedőkéitől.

10. Tekintettel a magyar borászatok gazdasági mutatóira (eladósodottság, csökkenő bevételek, magas beruházási igény, magas forgótőke igény az értéktermeléshez, csökkenő rentabilitás stb.), valamint a disztribúciós csatornák által támasztott követelményekre (különösen a hiper- és szupermarketekben, ahol a nagy borászatok a legjelentősebb beszállítók) és a csökkenő árrésre, a borászatok olyan szőlőfelvásárlási politikát alkalmaznak, amivel csökkenteni tudják költségeiket, ami pedig a spot piaci irányítási struktúrához áll közel.

4.5. Az új tudományos eredmények összefoglalása

1. Először került sor magyar szőlő és borágazat vertikális kapcsolatainak vizsgálatára az új intézményi közgazdaságtan módszereivel.
2. A termelési tényezők tulajdonviszonya (szőlőültetvény és borászati kapacitás) alapvetően meghatározza az alkalmazott irányítási struktúrát. A rendszerváltás után kialakult elaprózódott birtok szerkezet, valamint a szőlőtermesztés és feldolgozás különválása miatt a piaci és a hibrid irányítási struktúrák igen nagy jelentőséggel bírnak. Ugyanakkor a szőlőtermesztés jövedelmezőségének csökkenése miatt a tevékenységgel felhagyók szőlőterületeit azok a borászatok vásárolják fel, amelyek a teljes vertikális integrációra törekednek.
3. A beruházások specifikussága szintén befolyásolja a magyar borágazatban kialakuló irányítási struktúrákat. Minél intenzívebb a beruházás a feldolgozás, a borkészítés és a kereskedelem oldalán, annál inkább ellenőrizni szeretné a borászat az alapanyag termelést, annál szorosabb együttműködésre törekszik a szőlőtermelőkkel (kvázi-integráció) vagy teljesen integrálja a szőlőtermesztést (megvásárolja, vagy hosszútávra bérli a szőlőültetvényt).
4. A termeléshez szükséges tényezők specifikussága: különösen a szőlőterület fekvését tekintve jelentős befolyásoló tényező. Egy-egy értékes földrajzi jelzöt jelentő borvidéken (pl. Tokaj, Eger, Villány), vagy jelentős piaci értéket képviselő márka esetében a teljes integráció

vagy a szoros együttműködést jelentő hibrid irányítási struktúrák jellemzőek az alapanyag-termelést illetően.

5. Magyarországon a szabályozási kategóriák értelmében nagyrészt minőségi bort állítunk elő, ugyanakkor ez az arány nem tükröződik vissza a termékek piaci pozicionálásából. Mind a hazai piacon, mind a nemzetközi piacon az eladott mennyiség tekintetében a termékeket többségében az alacsonyabb árú basic wine és popular prémium kategóriában adják el.

6. A termékek piaci pozicionálása egyértelműen meghatározza az alkalmazott irányítási struktúrát. Nem a szabályozási értelemben vett minőségi bor előállítása, mint stratégiai cél, hanem a piacon ténylegesen elismert árkategória alapján megállapítható minőség, illetve a célként kitűzött piaci szegmensben történő pozicionálás határozza meg az alapanyag-előállítás irányítási struktúráját. A borászat minél magasabb áron pozicionálja termékét, ahhoz annál inkább az alapanyag-termesztés teljes integrációját, vagy a lehető legszorosabb együttműködést (kvázi-integrációt) alkalmazza. Abból, hogy egy termék rendelkezik pl. védett eredetű szabályozással nem következik egyértelműen az, hogy integrációt vagy hibrid irányítási struktúrát alkalmaznak a piaci szereplők, ha a terméket egyébként asztali bor áron pozicionálja a felvásárló/kereskedő borászat. Ebben az esetben a piac, mint irányítási struktúra kerül előtérbe.

7. Mivel a magyar borok nagy részét az alacsonyabb árkategóriában adják el (függetlenül attól, hogy ezek jó része a szabályozás értelmében minőségi termék), így magyarázatot kapunk arra, hogy miért alkalmazzák a borászatok az együttműködési szerződések ellenére a piacot, mint irányítási struktúrát.

8. A francia és a magyar borászatban vizsgált szerződések összehasonlítása alapján megállapítottuk, hogy Magyarországon a közép vagy hosszú távú együttműködések érdekében szerződéseket alkalmazó borászatok jelentős részénél a tranzakciós költségek elmélete értelmében a szerződések nem valódi szerződések, inkább együttműködési szándéknyilatkozatok, mivel hiányoznak azok az elemek, amelyek a hibrid irányítási struktúra jellemzői: így a minőségi alapanyag-termelés ösztönzése, a kötelezettségvállalás garanciarendszere, az ármeghatározás, az együttműködés során keletkező kvázi jövedelem megosztása, az újratárgyalás és az adaptáció lehetősége a megváltozott piaci igényekhez.

9. A Magyarországon alkalmazott szerződések nagy része nem küszöböli ki az információ aszimmetriából és a felek opportunistá magatartásából eredő kockázatot. Hatékonyságát tekintve pedig nem nyerő-nyerő típusú szerződésekről van szó. Hosszú távon mindkét fél veszíthet, a borászat azért, mert az együttműködés ellenére és a minőségi borkészítésre és az eladásra fordított beruházások ellenére amennyiben magasabb árat kínáló felvásárló jelenik

meg, a szőlőtermelő annak adja el a szőlőt, tehát nem biztosított az alapanya-ellátás. A szőlőtermesztő pedig, ha nem honorálja a minőségi alapanyag-termelésre irányuló erőfeszítéseit, nem végzi el a megfelelő beruházást vagy terméskorlátozást a megfelelő minőségű szőlő termeléséhez.

10. A magyar nagy borászatok gazdasági helyzetének elemzése alapján kimutattuk, hogy a borászatok nyeresége csökken, ingadozó a hozzáadott érték nagysága, a működéshez szükséges magas forgótőke igény. A csökkenő rentabilitás és ezzel párhuzamosan a csökkenő árrés miatt a borászatok arra törekszenek, hogy a költségeiket csökkentsék, ami hatással van az alapanyag felvásárlásra, és a borászatokat olyan irányítási struktúra felé orientálja, ami sokkal közelebb áll a piachoz, mint a hibrid irányítási struktúrák szerződéséhez.

5. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

5.1. Következtetések a magyar borokra ható nemzetközi trendek elemzéséhez és a magyar borok nemzetközi piacon történő pozicionálásához

A nemzetközi borpiaci tendenciák elemzése rávilágít arra, hogy az európai piacokon egyre növekszik a verseny az Újvilág előretörésével, valamint a hagyományos nagy bortermelő országok piaci részesedésének megtartására irányuló törekvései következtében. Ebből a versenyből a közép-kelet európai országok, így Magyarország is egyre inkább kiszorul és a kiélezett verseny vesztesei közé tartozik. A hagyományos európai bortermelő országok hagyományos piacain egyre nagyobb részt elfoglaló újvilági országok stratégiájával az európai országok is nehezen tudják felvenni a versenyt. Az újvilági szereplők olyan stratégiát dolgoznak ki, ami igen hatékonyan működik a piacszerzés területén, a stratégiák megvalósításához pedig, jelentős forrásokat mobilizálnak. Míg az európai bortermelők közül csak néhányan tudják állni a versenyt: Spanyolország és Olaszország jobban bírja az árharcot a prémium és a szuper-prémium kategóriában, mint Franciaország. Míg Franciaország inkább az ultraprémium kategóriában versenyképes, Németország és Magyarország pedig visszaszorulnak a nemzetközi piacon, addig az újvilági országok rendületlenül hódítják meg az új borfogyasztó országok piacát, legyen szó a legnagyobb újvilági bortermelőkről (Ausztrália, USA) vagy a kisebbekről, mint Dél-Afrika vagy Új-Zéland. (Ez utóbbi kisebb termőfelülettel és bortermeléssel rendelkezik, mint Magyarország, ugyanakkor a nemzetközi jelenléte igen dinamikus fejlődött az elmúlt 10 évben.)

Az európai piacon összességében beszélünk a magyar borok versenyhátrányáról, ugyanakkor vannak olyan hazai export orientált vállalkozások, amelyek az újvilágihoz hasonló stratégiát alkalmazva szép sikereket érnek el a nemzetközi piacokon. Ezek a vállalkozások (pl. Hilltop-Neszmély Rt., Danubiana Bt., Szőlőskert Rt.) fajtaborokat (világfajtákat, mint Chardonnay, Sauvignon, Pinot gris, Cabernet, Merlot, és hazai fajtákat, mint az Irsai Olivér vagy a Cserszegi fűszeres) hoznak forgalomba, márkanév alatt, kiváló minőség-ár aránnyal pozicionálnak főként az angol és a német piacon. Ugyanakkor az ő esetükben a magyar eredet inkább negatív, mint pozitív tényezőként hat, ezért a származás sokszor csak másodlagos szerepet tölt be. A kommunikáció alapvetően a fajtára és a márkára épül.

A másik szintén sikeresnek bizonyuló stratégia pedig a specialitásokhoz kötődik, de ezekből jelenleg elenyésző mennyiséget tud Magyarország eladni a nemzetközi piacokon. A magyar specialitások sokszor nem ismertek, összekeverik más termékekkel (ld. Tokaji borok az USA piacán, ahol még a borbeszerzéssel foglalkozó szakemberek sem tudják, hogy termőhelyről, fajtáról vagy márkáról van-e szó, összekeverik a Tokay Pinot gris-vel és a Tocai friulano fajtával), nem ismerik, és nem ismerik el igazán a specialitásainkat. Ez különösen az újabb védett eredetű és számos m.t. minőségi borunkra igaz. A hazai és európai szabályozás szerint hiába számítanak minőségi terméknek, ha a bor árában ez nem tükröződik vissza és a fogyasztó sem hajlandó érte magasabb árat adni (kiviteli átlagár 1 €/liter), sajnos nem beszélhetünk a piaci megítélés szempontjából minőségi borról. Ugyanakkor azt is meg kell állapítanunk, hogy borászataink sokszor kényszerülnek arra, hogy a bor minőségéhez viszonyítva lényegesen alacsonyabb áron adják el termékeiket, hiszen bevételt kell realizálniuk, illetve sokszor olyan termékekről van szó, amit egy éven belül el kell adni. Ez a kényszer pedig negatívan hat a vertikális együttműködésekre és az alapanyag felvásárlási árára.

Magyarország nemcsak az európai piacon szenved versenyhátrányt, hanem a hagyományosnak mondható orosz-ukrán piacon is. Ez a piac alapvetően asztali borpiacnak tekinthető (90%), ahol az egyetlen versenyképességi tényező az ár. A piac azoké a szereplőké, akik nagy mennyiségben és igen alacsony áron képesek bort előállítani. Így elsősorban más kelet európai országokkal kell Magyarországnak felvennie a versenyt: Moldávia, Románia, Grúzia, ahol igen alacsony költségek mellett állítanak elő bort, igaz sokszor minőségi kifogások is felmerülnek (ld. 2006-ban a moldáviai borok kitiltását az orosz piacról). Magyarország ezekhez az országokhoz képest drágán állít elő asztali bort: nem elég nagy terméshozammal és viszonylag magas költségekkel. Ráadásul az EU piacán felesleggel küszködő nagy bortermelőkkel is fel kell venni a versenyt, így a spanyol és olasz asztali borokkal, amelyeket viszonylag nagy termelési struktúrában (szövetkezetekből létrejött több millió hl bort előállító termelői csoportokban) állítanak elő, hiszen ezek a szereplők is piacot keresnek az eladatlan borkészleteiknek.

A minőségi borok esetében, az orosz-ukrán piac sokszor a magyar földrajzi eredetjelölések jogtalan használata miatt kerülnek versenyhátrányba a magasabb hozzáadott értékű termékek. Ez a probléma elsősorban a Tokaji borokat érinti különösen az ukrán, az orosz és a kínai piacot érinti.

Azt is ki kell emelnünk, hogy a földrajzi és hagyományos jelölések védelme kifejezetten fontos lenne a magyar és általában az európai borok számára, hiszen ezekkel a

termékekkel tudnak versenyelőnyre szert tenni tekintettel arra, hogy a borkészítési eljárások alkalmazása erőteljesen a liberalizálás irányába hat, különösen az EU-USA bormegállapodás megkötése (2005) óta. Magyarország számára sem marad más lehetőség, mint hogy ebben a kiélezett versenyhelyzetben és piaci környezetben a minőségpolitikát erősíti, a minőségjavítást és a borok differenciálását, valamint az eredetvédelmet helyezi előtérbe a jobb értékesíthetőség eléréséhez, illetve ezzel párhuzamosan a borkínálatát megpróbálja sokkal jobban a kereslethez igazítani (fajta, minőség, minőség-ár arány és mennyiség tekintetében), valamint a közösségi marketing akciók segítségével megismertetni termékeit.

Javaslatok

- A magyar borok pozíciójának javítása a nemzetközi piacon : Magyarországnak két kategóriában vannak lehetőségei, egyrészt a **specialitások területén** olyan fogyasztók számára kellene a borainkat pozícionálni, akik nem a tömegterméket keresik, szeretik megismerni az újdonságokat, a különleges, még nem ismert fajtákat, nyitottak az import borokra és a különlegességekre, de ebben a szegmensben is egyértelműen kiegyenlítetten, magas minőséget kell tudni produkálni. Itt elsősorban az éttermek, étteremláncok, bárók, és szaküzletek, borszaküzlet hálózatok jöhetnek számításba. A másik lehetőségként pedig **a megfelelő minőség-ár arányú nagy mennyiségben eladható borokat** érdemes előtérbe helyezni, szintén állandó minőséget és viszonylag nagy mennyiséget igénylő piaci csatornákat megcélozva.
- Néhány stratégiai fontos és dinamikusan fejlődő célpiacot érdemes kiválasztani : így a főként tömegbor-piacnak számító Németország és Oroszország, illetve a kifinomultabb kategóriából származó Nagy-Britannia mellett érdemes olyan piacokat is hatékonyabban megcélozni, mint az USA, Japán, Kína, illetve Európában a skandináv országok, valamint Csehország és Lengyelország piacait, ahol a tömegbor mellett egyre jobban érzékelhető az igényesebb borkereslet megjelenése.
- Nagyobb termelési struktúrák kialakítása : a birtok koncentráció előtérbe helyezése, illetve a **stratégiai alapon szerveződő termelői csoportok, pinceszövetkezetek kialakítása**, ahol a telepítéstől a feldolgozáson keresztül a piacra jutásig átgondolt és keresletvezérelt módon történik, megfogalmazott politika mentén szerveződik a bortermelés.
- **A hegyközségi szervezet szakmaközi szervezetté történő alakítása**, hasonlóan más EU tagország szőlő-borágazatában működő modellhez (ld. Olaszország,

Spanyolország, Franciaország szőlészeti-borászati szakmaközi szervezetit), aminek kiemelkedő feladata lenne az eredetvédelem (külföldön is a névhasználati visszaélések felderítésére és ellenük történő fellépésre), a minőségjavítás és a kiemelkedő minőségű borok esetében a szakmaközi keretszerződések létrehozása lenne. A magas minőségű borok esetében olyan minimum ár meghatározása lenne a feladata a szakmaközi megállapodás keretében, ami alatt nem pozícionálható a termék. Ezzel elkerülhető lenne az a jelenség, hogy védett eredetű borokat asztali bor áron pozícionáljanak a piac szereplői.

- **A közösségi marketing tevékenység javítása**, összetett és nagyobb (2-3- millió € összértékű) marketing programok kidolgozása a hazai piacon, más EU tagországokban, és a harmadik országokban. Ehhez évente 1-2 pályázatot érdemes benyújtani az EU mezőgazdasági termékek promóciójának és információs kampányának intézkedésére, hiszen ezekhez a programokhoz 50%-os EU-támogatás pályázható. Ezeket a programokat érdemes más tagország más borvidékeivel összefogva megpályázni (a különböző borvidékek egymást kiegészítő termékeinek összekapcsolásával), mivel így a költségeket megosztva több szereplő együtt lényegesen több marketing eszközt tud mobilizálni és sokszorosára növelhető az akciók hatékonysága ahhoz, képest, mintha csak egy magyar borvidék pályázna EU-támogatásra.
- A fejlesztési típusú Európai Unió programokhoz (ld. Vidékfejlesztési programok) és marketing programokhoz elengedhetetlen a nemzeti önrész biztosítása, sokszor ezek hiánya hiúsítja meg a pályázatokat és hozza versenyhátrányba a magyar termelőket más EU tagország termelőivel összehasonlítva. Ezért célszerűvé válik egy termelői önrész biztosításához szükséges alap felállítása.
- A 2007-2013 EU költségvetési időszak vidékfejlesztési támogatásának szőlő-borágazat specifikus jogcímek meghatározása a minőségfejlesztés érdekében, ami elősegíti a szőlőtermesztés és borkészítés modernizációját, a technológiai fejlesztést, a környezetkímélő technológiák elterjesztését, a kínálat koncentrációját, a piacra jutás elősegítését, a szakképzést és a rendszeres továbbképzést, a szakmérnökök alkalmazását.
- A termelői önrész biztosítása a programokhoz : így a 8 Ft/liter forgalomba hozatali járulék tisztán szakmai befizetés típusú járulékká történő alakítása (állami

költségvetési tétellé nyilvánítása, majd állami támogatásként történő kifizetése helyett).

5.2. Következtetések és javaslatok a hazai borpiac és a magyar borok belföldi piacon történő pozícionálásának elemzéséhez

A magyar borok pozícionálásának elemzése a hazai piacon rávilágított arra, hogy a hiper- és szupermarketekben kínált termékek ára nem tükrözi egyértelműen a minőségüket (találunk védett eredetű Debrői hárslevelűt 179 Ft/palack áron, 3 puttonyos Tokaji aszút 599 Ft/palack áron, de 1200 Ft-ért is, vagy 5 puttonyos Tokaji aszút 999 – 5000 Ft/palack áron). Így a borok ára nem ad megfelelő információt a fogyasztónak a bor minőségéről. Ez a tény arra a problémára is rávilágít, hogy a minőségjelző rendszerek, amit az m.t. minőségi borok vagy a védett eredetű borok esetében alkalmaz Magyarország, szintén nem működik hatékonyan. Sok esetben a minőségi borok vagy akár a védett eredetű borok, még a magyar piacon is a basic (vagy asztali) borok árkategóriájában kerülnek pozícionálásra. Ez egyben azt is maga után vonja, hogy a piac, a fogyasztók az árban nem ismerik el a minőségi vagy védett eredetű borok hozzáadott értékét. A termelők pedig nem tudják érvényesíteni az eladási árban a szabályozásból és a szigorúbb minőségi követelményeknek való megfelelésből adódó többletráfordításokat (pl. terméskorlátozás). A borok minőségi vagy védett eredetű megkülönböztetésének csak akkor van értelme, ha a bor árában a piac is elismeri azok minőségét.

Éppen ezért a borok ár/érték arányának meghatározása lehet az egyik legfontosabb feladat az ágazat szereplői számára, amit csak összefogással lehet megvalósítani. Ez biztosítaná a kínálat átláthatóságát, az ágazat letisztulását és a szereplők piaci jelenlétének stabilizálását. Mivel az importborok, prémium palackos borok formájában egyre nagyobb mértékben vannak jelen a magyar piacon, ezért a hazai fogyasztók számára is összehasonlíthatóvá válik a külföldi és a hazai borok minőség/ár aránya. Az ágazat számára a lehető legfontosabb feladattá válik a hazai árszegmensek megfelelő kialakítása, annak érdekében, hogy egyrészt a termelőknek is legyen viszonyítási alapjuk arra vonatkozóan, hogy saját termékeiket hol pozícionálják – ez különösen a stratégiájuk kialakítása szempontjából fontos: az adott árszegmenshez, milyen minőségű alapanyag felvásárlására van szükségük, és hogyan koordinálják az alapanyag beszerzést (saját termés, piacról történő vásárlás, vagy hosszú távú koordinációk kialakítása keretében). Másrészt a fogyasztó számára nyújt egyértelmű információt a termékről.

Az elemzésünk arra is rámutatott, hogy mára a nemzetközi kereskedelmi láncok és a vásárlási szokások átalakulásának következtében a bor esetében a hiper- és szupermarketek váltak Magyarországon is a legjelentősebb disztribúciós csatornává. Az üzletláncokban való jelenlét a minőségi és a magas minőségi borok esetében is megkerülhetetlen.

Így az alábbi javaslatokat tartjuk célszerűnek megfogalmazni a hazai piacon történő borpozicionálással kapcsolatban:

- A hazai fogyasztók és a fogyasztói magatartások megismerése és időben történő követése. Számos, igen hasznos, prompt jellegű kutatás és vizsgálat létezik ezen a területen (Botos, Szabó 2003; Hoffmester, Totth 2006), de rendszeres időközönként végzett panel jellegű, átfogó felmérés hiányzik. Ezek az információk olyan alapinformációt jelentenek a termelők számára, ami nélkül igen nehéz a vállalkozások stratégiájának kialakítása mind az eladás, mind a felvásárlás és alapanyag termelés irányában.
- A disztribúciós csatornák részletes megismerése (eladott mennyiségek, minőségi kategóriák, földrajzi árujelzők, márkák, fajták, védett eredetű termékek, átlagárak stb. tekintetében) és a jellemzőik időben történő alakulása, illetve az ide vonatkozó vizsgálatok megismertetése a piac szereplőivel szintén elengedhetetlen a termékek megfelelő pozicionálásához.

Ezt a két feladatot alapvetően országos szinten célszerű megoldani hasonlóan ahhoz, ahogy más bortermelő országok nemzeti szintű marketing és kutatási alaptól finanszírozzák az ilyen jellegű, közhasznú információk beszerzését, tanulmányok és kutatások elkészítését.

5.3. A bortermelés jogszabályi környezetének elemzéséhez kapcsolódó következtetések és javaslatok

Az EU-csatlakozással a bortermelésre és borpiac szabályozásra vonatkozó intézkedések magyarországi bevezetésével, lényeges támogatáshoz jutott a borágazat. Ugyanakkor az új intézkedések bevezetésének drasztikus hatása volt a csatlakozás utáni első két évben különös tekintettel a szőlőtermő potenciál alakulására, ami a borászatok alapanyag-ellátásának és a minőségi szőlőtermesztés szűk keresztmetszete. A jelentős mértékű szerkezetátalakítási támogatás ellenére szignifikáns minőségjavulás és telepítés nem indult meg, mivel a támogatás konstrukciója nem volt kellően ösztönző az újratelepítésekhez és az áttelepítéshez. Az EU-csatlakozás után jelentősen visszaesett a szőlőtelepítés, sőt a szőlőtermesztés kedvezőtlen jövedelmezőség miatt felerősödött az igény a szőlőültetvények végleges kivágására. Tekintettel az egyébként is nagyarányú előregedett, nagy tőkehiánnyal

rendelkező szőlőültetvényekre, a magyar szőlőtermő potenciál állapota az EU-csatlakozást követően nemhogy javult, de inkább romlott. Ezen hivatott segíteni az új szerkezetátalakítási modell 2007-ben történt bevezetése, ami az előrejelzések szerint a telepítések szempontjából lényegesen sikeresebbnek tűnik, a korábbi évekhez képest.

Magyarországon az alapanyag ellátás szempontjából a borpiaci reform óriási veszélyeket hordoz magában. Egyrészt nincs szőlő és bor túltermelési válság, nincsenek strukturális borfeleslegek a piacon, sőt szőlőből inkább hiány várható. Ugyanakkor a szőlőtermesztés alacsony jövedelmezősége miatt sokan fel szeretnének hagyni a termeléssel, amit igen vonzóvá tehet a tervezett kivágási támogatás. Éppen ezért a következők javaslatokat tesszük:

- Magyarországnak nem kivágásra, hanem a szőlőültetvények szerkezetátalakítására van szüksége a borászatok megfelelő minőségű alapanyaggal történő ellátásának biztosításához, ezért a kivágás ösztönzését nem szabad tovább folytatni Magyarországon, helyette a szőlőültetvények szerkezetátalakítására és modernizációjára kell több hangsúlyt fordítani.
- Mivel a szőlőültetvények szerkezetátalakítási támogatása a reform elképzelések szerint átkerül a tagállamok számára nyújtott nemzeti borítékba (más piaci intézkedésekkel együtt), ezért a hazai szakmai szervezeteknek ki kell dolgozniuk azt a koncepciót, ami alapján a nemzeti boríték egyes intézkedései elosztásra kerülnek, de a leginkább preferált intézkedésnek a szőlőültetvények modernizálásának és minőségjavításának kell lenni.

Az EU-csatlakozás alapjaiban változtatta meg a minőségi borok szabályozásának koncepcióját, a meghatározott termőhelyről származó minőségi borok fogalmának és szabályozásának bevezetésével. A minőségi borok kétszintű szabályozásnak kialakításával m.t. minőségi bor és védett eredetű bor kategóriájának bevezetésével megindult a minőségi borokon belül is a megkülönböztetés. Ugyanakkor az EU-szabályozásban és a hazai szabályozásban alkalmazott meghatározott termőhelyről származó minőségi bor fogalma közti különbség kis mértékű konfúziót okoz. A védett eredetű borok szabályozásánál pedig azzal a problémával találkozunk, hogy nem alakult ki, illetve nem került kidolgozásra egy irányadó modell a védett eredetű borok szabályzatának kialakításához, ezért az eddig megalkotott szabályozások jelentős eltérést mutatnak.

Szintén a nem kellően letisztult koncepciót mutatja a kis borvidékek esetében alkalmazott védett eredetű szabályozás kidolgozása, így a Somlói borvidék esete, ahol a közel 500 ha-os borvidéken két minőségi kategóriát lehet előállítani: m.t. minőségi bort Nagy-

Somlói jelöléssel és védett eredetű bort Somlói jelöléssel, ami igen nehézkessé teszi a két kategória közötti különbségtételt és a különbség érzékeltetését a fogyasztók számára. Hasonlóan bonyolítja az eredetmegjelölések használatát az is, hogy a 22 borvidék neve közül 13 lajstromozott eredetmegjelölés (köztük a Somlói is), illetve az, hogy egyébként védjegyként bejegyzett jelölések kerülnek kihirdetésre védett eredetű bor szabályozásában (ld. Somlói Nászéjszakák bora), mint használható jelölések. Ráadásul a lajstromozott jelölések és a védjegyek mindig erősebb védelmet jelentenek a termelő, vagy a termelők számára (mivel magánjogról van szó), mint a védett eredetű borok szabályozása, ugyanakkor érthető, a termelők igénye a differenciálásra. Így felmerül az a probléma, hogy a megkülönböztetésre irányuló törekvések egymást oltják ki.

Szintén problémát jelent, ha a védett eredet és a termék piaci elismerése között nincs összefüggés. Csak azért nem célszerű védett eredetű szabályozást létrehozni, hogy egy borvidék (vagy egy termék) rendelkezzen ilyen szabályozással, ugyanakkor a piacon nem ismerik el a magasabb követelményeket, és a magasabb minőség érdekében tett plusz ráfordításokat nem honorálja a piac magasabb árral, vagy akkor, ha a védett eredetű bort asztali bor áron pozícionálják.

Ezért az anomáliák elkerülése érdekében a következő javaslatokat tesszük:

- egységes koncepció kidolgozása a védett eredetű borok szabályzatára, így szükségessé válik a borok eredetvédelméről szóló 97/2004 FVM rendelet módosítása;
- a védett eredetű borok szabályzatának kidolgozásához célszerű egyeztetni a Magyar Szabadalmi Hivatallal, annak érdekében, hogy elkerülhetők legyenek a névhasználati problémák, és a későbbi jogviták arra vonatkozóan, hogy ki az eredetmegjelölés jogosultja;
- a védett eredetű szabályozáson kívül a megkülönböztetéshez érdemes megismerniük a termelőknek a védett eredetű borok miniszteri rendeletben történő kihirdetésén kívül más eszközöket, mint a védjegyet, a hegyközségek, vagy a hegyközségi tanácsok által bejelenthető közös védjegyeket;
- külön forrást lenne célszerű biztosítani (egy alapot elkülöníteni) a magyar eredetmegjelölésekkel kapcsolatos névhasználati visszaélések kezelésére, az eredetmegjelöléshez kapcsolódó minőségi követelményeknek nem megfelelő borok piacról történő kizorítására. Erre a célra szolgálhatna a borok forgalomba hozatali járulékának minőségellenőrzésre fordítandó részének egy bizonyos hányada, ami egyértelműen pozitívan hatna a borok piaci helyzetére.

- Az EU borpiaci szabályozásának reformja kiváló apropót ad a magyar borpiac szereplői számára, hogy egy egységes koncepció kerüljön kidolgozásra az eredetvédelem és szabályozás tekintetében. Emellett közösségi szinten is erősíteni szükséges a magyar borok eredetvédelmét.

Ahhoz, hogy a szőlőtermelők és a felvásárlók között kialakuló együttműködések mindkét fél számára előnyösen alakuljanak, alapfeltétel a kiszámítható és a minőségi bortermelést ösztönző szabályozási környezet kialakítása.

5.4. Következtetések és javaslatok az irányítási struktúrák, a közép és hosszú távú együttműködések szerződéseinek elemzéséhez

Magyarországon az irányítási struktúrák kialakulásában több tényező is döntő szerepet játszik:

- az **a stratégiai cél**, amit a termelő a minőség tekintetében megfogalmaz, illetve ennek megfelelően a termék pozicionálása a piacon: minél inkább egyéni stílust dolgoz ki a borászat, annál szorosabbra fűzi az együttműködést a szőlőtermelőkkel vagy annál inkább a szőlőtermesztés integrációja kerül előtérbe. Ez a jelenség abban is megnyilvánul, hogy számos borászati vállalkozás (mérettől függetlenül) a szőlőfelvásárlásról vagy termelői szerződésről egyre inkább a saját szőlőtermelésre tér át (saját maga által létrehozott, a piac igényeinek megfelelő minőségű szőlőt adó új ültetvényeken) és szőlőtermelésre alkalmas területeket vásárol fel, vagy hosszú távú földbérleti szerződést köt (az állammal vagy magánszemélyekkel), ami szintén biztosítja a borászat számára a szőlőtermesztés feletti kontrollt. Ennek megfelelően, ahogy termőre fordul a saját szőlőültetvény, egyre kevésbé vásárolnak fel szőlőt és folyóbort a spot piacról, vagy kötnek együttműködési megállapodást a kistermelőkkel, annak érdekében, hogy az alapanyag minőségét érintő információ aszimmetriából adódó opportunizmus kockázatát kiküszöböljék.
- **A minőségi termeléshez kapcsolódó speciális beruházások** (gépekbe, kereskedelmi kapcsolatokba, marketingbe) szorosan kapcsolódnak az előző ponthoz, mivel a minőségjavítás érdekében elvégzett beruházások egyre inkább abba az irányba hatnak, hogy a borászat szorosabbra fűzze a kapcsolatot a szőlőtermesztéssel, és igen erőteljesen kontrolálja az alapanyag-termesztést. Az indokok hasonlóak az előző ponthoz.

- Márka (védjegy), hírnév kialakulása szintén abba az irányba hat, hogy a borászatok kontrolálják a szőlőtermesztést az alapanyag minőségének és a mennyiségének biztosítása érdekében. Amennyiben a hírnév a termőhelyhez tapad, a hozzáadott értékteremtés nemcsak a borászat érdeme, hanem a szőlőtermesztőké is, így a jó minőség biztosítása elemi érdeke mindkét félnek, és az ebből származó plusz jövedelem a két fél közös eredménye. Ugyanakkor ilyen esetekben is a teljes integrációk vagy a kvázi integrációk működnek hatékonyan. Ha a borászatnak nincs lehetősége ilyen kontrollra de együttműködést alakít ki a szőlőtermelőkkel, a magyar borágazatban az jellemző, hogy a koordinációk nem működnek kellő hatékonysággal, az irányítási struktúra pedig gyakorlatilag a piacot jelenti, ami ellentmond az elméletnek és ilyen helyzetben más EU tagországban működő megoldásoknak. Ennek az a magyarázata, hogy:
 - ✓ a borok nagy része minősége ellenére alacsony áron kerül pozicionálásra mind az export piacon, mind a hazai piacon,
 - ✓ a kiskereskedelmi oldalról a disztribúciós csatornák részéről (különös tekintettel a hiper- és szupermarketekre, hard diszkontokra) óriási a nyomás az árak tekintetében, valamint egyre kiélezettebb a verseny a borpiacon, ami csökkenti az árrést. Értelemszerűen a borászatok szeretnék megtartani a marzsot, ami viszont negatív hatással van a szőlő felvásárlási árakra is;
 - ✓ a borászatok rentabilitása csökken, ami szintén negatív hatással van a szőlőtermelőkkel kialakított kapcsolatra és a felvásárlási árak meghatározására, valamint a szőlőtermesztés jövedelmezőségére.
- A tulajdonviszonyok rendszerváltás utáni kialakulása, a szőlőtermesztés, és a feldolgozás különválása teremtette meg azt a helyzetet, hogy a szőlő jó részét a spot piacon, vagy együttműködés keretében vásárolják fel a borászatok, hiszen a vállalkozások 1994. óta termőföldet nem vásárolhatnak, a birtokszerkezet átalakulása pedig jelenleg is folyamatban van.
- Védett eredetű borok esetében nem egyértelmű az együttműködés szorosabbá válása, holott a védett eredet logikája a magasabb hozzáadott érték teremtése és a termékek magasabb áron történő értékesíthetősége. Mivel sokszor ez utóbbi feltételek nem teljesülnek, ezért az irányítási struktúra is közelebb áll a spot piachoz.

A szőlőtermelők és felvásárlók között létrejövő együttműködések és szerződések összehasonlítása a magyar és a francia példákon keresztül rávilágítottak arra, hogy míg a

francia szerződések az együttműködésben keletkező kvázi-jövedelem megosztására törekednek, ösztönzően hatnak a minőségi alapanyag biztosítására és megpróbálják kiküszöbölni a felek opportunistá magatartásának kockázatát, aminek következtében mindkét fél számára nyerő-nyerő típusú együttműködés alakul ki, addig a magyar szőlő-borágazatban működő szerződéses kapcsolatok közül csak kevésről mondható el, hogy megfelelnek a valódi hibrid irányítási struktúrák kritériumának. Többségében nem közép- vagy hosszú távú szerződésekről van szó, hanem együttműködési szándéknyilatkozatokról, amelyek nem tartalmazzák kikötést a szerződés nem teljesítésére vonatkozóan, hiányzik a garanciarendszer, hiányzik a kvázi-jövedelemre irányuló elosztás rendszere, a felvásárlási ármeghatározás az együttműködés idejére, vagy egy bizonyos időszakára, így tehát hiányoznak a kiszámíthatóság, az ösztönzés valamint az újratárgyalhatóság elemei, hiányoznak továbbá az opportunistá magatartás kiküszöbölésére irányuló elemek.

Ennek következtében ezek a megállapodások nem tekinthetők nyerő-nyerő típusú megállapodásnak, a minőségi alapanyag-termelésre irányuló beruházások nem hatékonyak, aminek következtében a felvásárló sem jut megfelelő minőségű alapanyaghoz. A szőlőtermelők számára ezek az együttműködések különösen túltermelési időszakban előnyösek, hiszen ekkor biztos felvevő piaccal rendelkeznek. Ugyanakkor azokban az évjáratokban, amikor kevés a termés a felvásárló nem lehet biztos abban, hogy a szőlőtermelő neki adja el a szőlőt, hiszen ha magasabb árat kínáló felvásárló jelenik meg a borvidéken, a szőlőtermelőket semmi nem tartja attól vissza, hogy neki adják le a szőlőt.

A nemzetközi példákon keresztül bemutatott szerződésekből az is kiderül, hogy a megkülönböztetés, a magasabb hozzáadott értékű termék előállítás, a minőség biztosítása érdekében – és ezen keresztül a magasabb jövedelem elérése érdekében – önkéntesen alkalmazott, illetve diszpozitív szabályokban meghatározott minőségi standardokat alkalmaznak. Ugyanakkor a magyar borágazatban alkalmazott együttműködési megállapodásoknál csak a jogszabályokban kötelezően előírt minőségi követelményekre térnek ki.

Összességében tehát az együttműködési szándéknyilatkozaton alapuló irányítási struktúrák nem küszöbölik ki a kockázatot, leginkább a piaci irányítási struktúrához állnak közel és nem tekinthetők hatékonyak a minőségfejlesztés és alapanyag-biztosítás szempontjából. Jelenleg Magyarországon az integrációk (tehát a szőlőtermesztést kontroláló vállalkozások) és kvázi-integrációk működnek hatékonyan a minőségjavítás szempontjából. Ugyanakkor a szőlőtermelés elaprózódottsága miatt illetve amiatt, hogy számos vállalkozás arra kényszerül, hogy beszállítók segítségével biztosítsa alapanyag-ellátását, ugyanakkor

egyre inkább meg kellene különböztetnie magát a piacon, és egyre inkább a minőségi bor keresletet kellene kielégíteni, ezért a következő javaslatokat tesszük:

- valódi stratégiai és marketing szövetségeket célszerű kialakítani a szőlőtermelők és a felvásárlók között,
- célszerű pontosan körül határolni, hogy mi a termelési cél (minőségi kategória, árszegmens),
- ennek megfelelően célszerű kialakítani, vagy átalakítani a beszállító szőlőtermelők ültetvény- és fajtaszerkezetét (szőlőültetvények szerkezetátalakítása intézkedés és EMVA program segítségével),
- célszerű rögzíteni az együttműködés keretében a kvázi-jvedelem elosztásának rendszerét és a felvásárlási ár kialakításának módszerét, valamint rögzíteni a garanciarendszer elemeit és az újratárgyalhatóság elveit,
- a szőlőtermelőknek célszerű érdekképviselőt alakítani (ugyan a hegyközségi szervezetre testálták ezt a feladatot, de ezt egy olyan szervezet nem tudja eredményesen megoldani, aminek mindkét fél, tehát szőlőtermelő és felvásárló is tagja), a szerződések létrehozásához és újratárgyalásához kialakítani, és hatékonyan képviselni a szőlőtermelők álláspontját és érdekeit,
- minőségi termékek, vagy valamilyen tekintetben speciális termékeknél, de különösen a védett eredetű termékek esetében megoldást nyújthatnak a szakmaközi keretszerződések, amelynek alapelveit a hegyközségi szervezet dolgozza ki,
- ehhez az is szükséges, hogy a hegyközségi szervezet olyan jogosultságokkal rendelkezzen, mint más EU tagországok szakmaközi szervezetei, ennek viszont meg kell teremteni Magyarországon is a törvényi feltételeit, hiszen jelenleg nincs az agrárágazatra vonatkozóan egységes szakmaközi törvény.

5.5. Javaslatok a további kutatási feladatokra

Vizsgálataink egy része, különösen a szerződések elemzése és a borászati vállalkozások gazdasági eredményének elemzése az EU-csatlakozás előtti időszakra esett. Mivel az EU-csatlakozás jelentősen megváltoztatta a szabályozási és piaci feltételeket, érdemes lenne megnézni, hogy a csatlakozás óta eltelt időszak hogyan hatott az irányítási struktúrák átalakulására és a borászati vállalkozások gazdasági teljesítményére. Ugyan még rövid idő telt el az EU-csatlakozás óta, de érdemes lenne egy hosszabb időszak után megvizsgálni a birtok szerkezet átalakulását a szőlő és bortermelésben, hogyan befolyásolják

a termelés szervezést a piaci átalakulások és az EU-támogatások (kivágás, földet életjáradékért program, birtokegyesítés stb). Érdekes lenne azt is megvizsgálni, hogy az EU-csatlakozás óta eltelt időszakban a támogatások segítségével, milyen technológiai beruházásokat hajtottak végre a piac szereplői a borminőség javítása, a minőségfejlesztés érdekében.

További kutatási cél lehet a szakmaközi szervezetek szerepének elemzése a minőségi bortermelésben és a piacszervezésben, valamint az európai modellek hazai bevezethetőségének elemzése a szőlő és borágazatban, ami előnyösen hathat a piacra jutásra a piaci információk megszerzésén, a piacszervezésen, valamint a közösségi marketing programok kidolgozásán keresztül. Emellett fontos szerepet tölt be a borminőség fejlesztésében és ellenőrzésében, valamint a kutatásban az általa fenntartott borászati laboratóriumok segítségével; illetve a szakmaközi megállapodások keretében előnyösen befolyásolhatja a szőlőtermelők és felvásárlók között kialakuló hosszú távú együttműködések.

6. ÖSSZEFOGLALÁS

Amint erre már utaltunk, Magyarországon közel 120 000 termelő foglalkozik szőlő- és bortermeléssel, kb. 12 000 borászati üzemben folyik szőlőfeldolgozás és borkészítés, ebből következik, hogy a szőlőtermelés és a borkészítés igen elaprózódott. A doktori értekezés bevezetésekor, a téma felvetése során hangsúlyoztuk, hogy a szőlő- és borpiacon sem kerültek el Magyarországot a világszertei tendenciák és tovább specializálta a helyzetet a rendszerváltás, a privatizáció és az Európai Unióhoz történő csatlakozás.

A piaci helyzetet és a piaci szereplők magatartását és e magatartás érdek- és értékhatárát olyan jellemzők alapján kíséreltem meg elemezni, amely szempontrendszer alapján eddig – tudomásom szerint – erre az ágazatra vonatkozóan nem készült átfogó értékelés. Az elméleti alapot az új intézményi közgazdaságtan adja, úgy gondolom, bizonyítottuk a hipotézist, amely szerint a szőlő- és borágazat termeléshez kapcsolódó speciális problémáinak megfelelő kezelése szükségszerűen a szorosabb vertikális koordináció kialakulását feltételezi.

A gazdasági elméleteket mobilizálva rámutattunk arra, hogy az irányítási struktúrák, koordinációs formák kialakulását és változását milyen tényezők befolyásolják (a termelési tényezők specifikus jellege, a bizonytalanság, a tranzakciók gyakorisága, a tulajdonviszonyok, a minőség, a minőségi jellemzők mérhetősége és mérése, a jogszabályi környezet, a piaci környezet és a piaci pozicionálás) és hogy alakul e tényezők bonyolult kölcsönhatási rendszere.

Fontosnak tartom az összefoglalásban is kiemelni, hogy az irányítási struktúrák az általuk generált többletjövedelem alapján lehetnek többé-kevésbé hatékonyak, és többletjövedelem a szerződő felek által a termelés vagy a tranzakcióval kapcsolatban végrehajtott ráfordítások és az abból származó hasznosság különbségeként definiálható. Axiómaként emelem ki azt is, hogy a gazdasági szereplők magatartása, illetve az, hogy a terveik mennyire kompatibilisek más gazdasági szereplők terveivel, nagyban függ attól, hogy milyen mechanizmusok kerülnek kidolgozásra az irányítás, az ösztönzés és az együttműködés tekintetében. Úgy gondolom, az elméleti alapokból kiindulva gyakorlati példákon keresztül is bizonyítottuk, hogy a magyar szőlő- és borágazat piaci kapcsolatrendszerének egyik alapkövét jelentő szerződéses kapcsolatok jellemzően csak formálisak, együttműködési szándéknyilatkozatok, önmagukban – konkrétum hiányában – gyakran nem végrehajthatók és

nem kikényszeríthetők. Hiányzik a hosszú távú gondolkodás, a hosszú távú tervezhetőség és a piaci szereplők azon képessége, hogy lemondjanak a pillanatnyi előnyökről (esetleges extra profitról) a megbízható, kiszámítható és tervezhető piaci kapcsolatrendszer működtetése érdekében.

Egyértelműen kimutatható volt a szőlő-és borágazat vertikális koordinációjának jellemzői és a borminőség közötti kapcsolat- és összefüggésrendszer is. Hiszen csak jól működő irányítási struktúrák segítségével tudják a piaci szereplők megtartani vagy növelni piaci pozíciójukat, illetve kihasználni az Európai Unió támogatás adta lehetőségeket, mint pl. a szerkezetátalakítási támogatást, vagy a minőségi termék előállításra irányuló fejlesztési típusú támogatásokat.

A doktori értekezésben elvégeztük az irányítási struktúrák kialakulását befolyásoló tényezők elemzését: áttekintettük a magyar borok piaci környezetét és piaci pozicionálást a nemzetközi és a hazai piacon, a minőségi bortermelés feltételeit, a jogszabályok adta kereteket. Saját vizsgálat eredményeként bemutattuk a magyar borágazatban található irányítási struktúrák tipológiáját, elemeztük a szőlőtermelők és felvásárló borászatok között alkalmazott hosszú távú együttműködések nemzetközi példákon keresztül, megvizsgáltuk a hazai vertikális együttműködések és összehasonlítottuk a nemzetközi gyakorlattal, végül értékeltük a hazai borászatok eredményességét pénzügyi mutatóik alapján.

Fontosnak tartom, hogy a borok piaci pozicionálása egyértelműen meghatározza az alkalmazott irányítási struktúrát, ahol nem a szabályozás szerinti minőség, hanem a termék árában elismert minőség játszik döntő szerepet. Mivel a magyar borok nagy része a hazai és a nemzetközi piacokon is az alacsony árkategóriában kerül eladásra, ezért az együttműködési megállapodások ellenére a hibrid irányítási struktúra helyett a piac kerül előtérbe, ami nem előnyös a minőségfejlesztés tekintetében. Ez azt a veszélyt hordozza magában, hogy sem a szőlőtermesztés, sem a felvásárlás oldalán nem történnek meg a minőségfejlesztéshez szükséges beruházások, ami a hatékonyság szempontjából nem jelent optimális megoldást. Az együttműködési szándéknyilatkozaton alapuló vertikális koordináció nem nyerő—nyerő típusú és nem küszöböli ki a felek opportunistá magatartásából eredő kockázatot.

A kutatás eredményei felhasználhatók mind a vállalati gyakorlatban, mind a szőlő- és borágazat borvidéki illetve országos szintű szervezésében. A vizsgálatok eredményének tükrében kijelenthetjük, hogy a szőlő- és borágazat stratégiáját mihamarabb újra kell gondolni, majd ezt a stratégiát következetesen és kiszámíthatóan érvényesíteni kell az eseti döntések során is, mert a jelenlegi piaci struktúra és annak gyakorlata nem biztosítja a magyar szőlő-és borágazat kiszámítható fejlődését.

IRODALOMJEGYZÉK

- AIGRAIN, P (2002): *Conjoncture mondiale (A világ borpiacának elemzése)*, ONIVINS Infos, No. 94., juin 2002, Paris, France
- AIGRAIN, P (2007): *Conjoncture mondiale mars 2007 (A világ borpiacának elemzése)*, Viniflor Infos, No. 143., mai 2007, p. 14
- AGUILAS, P. ed. (2002): *Cap 2010. Le défi des vins français*, Paris, Note d'orientation stratégique, 2002
- AKERLOF G. (1970): The Markets for Lemons: Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism, *Quarterly Journal of Economics*, vol 84, p. 488-500
- ALCHIAN (1965): Some Economics of Property Rights, *Economics analysis of property rights*, Indianapolis Liberty Press
- ALCHIAN, A., DEMSETZ, H. (1972): Production, information costs and economic organization, *American Economic Review*, 62 (December), 777-795
- ANDERSEN, E. (1994): The evolution of credence goods: a transaction approach to product specification and quality control, Working Paper, no. 21, MAPP, Centre for market surveillance, research and strategy for the food sector, AARHUS, Denmark
- ANDERSEN, E., PHILIPSEN, K. (1998): The evolution of credence goods in customer markets: exchanging "pigs in pocket", *DRUID Winter Conference*, Middelfart, January 8-10
- ARROW K (1962): The Economic Implication of Learning-by-Doing, *Review of Economic Studies*, vol. 29, p. 155-173
- ARROW K (1965): Aspect of the theory of risk bearing, Helsinki, Yrjö Jahnsson Foundation, 1965
- ARROW, K. (1974): Organization and information: The Limits of Organization, K.J. Arrow, Norton, New York, p. 33-43
- ARROW, K. (1985): Informational Structure of the Firm, *American Economic Review*, vol. 75 (2), 303-307
- ATKIN, T., AFFONSO, J. (2004): Wine Supply Chain Management, *cit. In Wine A Global Business edited by Thach, L and Matz, T*, Miranda Press, 2004, Chapter 12 – p. 168
- BÁRDOS, K. (2004): Vertikális koordináció és tranzakciós költségek: a magyar húsmarhaszektor esete. PhD-értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest, Hungary, 170 pp.
- BARZEL, Y. (1982): Measurement Cost and Organization of Markets, *Journal of Law and*

- Economics*, 1982, april, p. 27-48
- BARZEL, Y. (1985): Transaction Costs: Are They Just Costs? *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 1985, 141, p. 4-16
- BARZEL, Y. (1989): Economic analysis of property rights, Cambridge, Cambridge University Press
- BARZEL, Y. (2000): Transaction Costs and Contract Choice, Working Paper, 2000
- BARZEL, Y. (2000b): The Role of Contracts in Quality Assurance, Current Agriculture, Food and Resources Issues, 2000, p. 1-10
- BARZEL, Y. (2001): A measurement cost based theory of the firm, Working Paper, Washington State University
- BECKMANN, V., BOGER, S. (2002): Contract Enforcement in Transition Agriculture – Theory and Evidence from Poland, *Annual Conference of ISNIE*, September 27-29, 2002, Cambridge, Massachusetts, USA
- BERTHOMEAU, J. (2001): Comment mieux positionner les vins français sur les marchés d'exportation ? *Rapport remis à Jean Glavany, ministre de l'agriculture et de la pêche le 31 juillet*. Paris Ministère de l'agriculture, 81 p.
- BISSON, L. (2001a): In search of optimal grape maturity, Department of Enology and Viticulture, University of California, Davis
- BISSON, L. (2001b): Factors influencing wine quality: what is wine quality? University of California, University Extension
- BISSON, L. (2001b): Factors influencing wine quality: targeted definitions of wine quality, University of California, University Extension
- BOGETOFT, P., OLESEN, H. B. (2002): Design of Production Contracts: Lessons from Theory and Danish Agriculture, Royal Agricultural University, Denmark, 2002 – 165 p.
- BOTOS, E., SZABÓ A. (2003): Borfogyasztási szokások Magyarországon, SZBKI Kecskemét, 2003, előadás
- BRAZSIL, D. (2007): Les investissements extrasectoriels dans une appellation d'origine contrôlée viticole hongroise, Le cas de Villány, Mémoire de recherche (Extra-szektoriális beruházások egy magyar védett eredetű borvidéken. Villány esete), EDGAAR, Sup-Agro, 2007 – 137 p.
- BRETESHE, A. (2001) : Points clefs dans la maîtrise du développement de la vigne in « Un raisin de qualité : de la vigne à la cuve », *Journal International des Sciences de la Vigne et du Vin*, No. Hors série, p. 201-204

- BROUSSEAU, E. (1993) : L'économie des contrats. Technologies de l'information et coordination interentreprises. Presses Universitaires de France, Paris 1993, p. 361.
- BROUSSEAU, E. (2000) : La gouvernance des processus de coopération, ATOM Université de Paris I., mars 2000, in : *La coopération industrielle, Economica*, Paris, 2000, 27. p.
- CARBONNEAU, A. (2001) : Influence des facteurs climatiques sur la constitution des raisins in « Un raisin de qualité : de la vigne à la cuve », *Journal International des Sciences de la Vigne et du Vin*, No. Hors série, p. 35-45
- CÉSAR G. (2002) : L'avenir de la viticulture française : entre tradition et défi du Nouveau Monde, Paris, Sénat, 2002, Rapport du Sénat n° 349, 143 p
- CHAMBERLIN (1933) : The theory of monopolistic competition, Harvard University Press
- CHAMBOLLE, C., SAULPIC O. (1999) : Vertical relationships in Champagne : An incomplete contracts analysis. *Cahiers de Grignon*, 03/1999, INRA, Grignon
- CHAMBOLLE, C., GIRAUD-HÉRAUD, E. (2002) : Certification de la qualité par une AOC : un modèle d'analyse, École Polytechnique, CNRS, Cahier no. 2002-025, septembre 2002
- COASE, R. H. (1937) : The Nature of the Firm, *Economica*, 1937, IV (November), p 386-405.
- COASE, R. H. (1960) : The Problem of Social Cost, *Journal of Law and Economics*, 1960, 3 (October), p 1-44.
- COELHO, A., RASTOIN J-L. (2005) : In money veritas ? Financiarisation et gouvernance des multinationales du vin, in *Bacchus 2006 : enjeux, stratégies et pratiques dans la filière vitivinicole* ed. Montaigne, E., Paris, Dunod, 2005, p. 53-73
- CORIAT, B., WEINSTEIN, O. (1995) : Les nouvelles théories de l'entreprise (A vállalat új gazdasági elméletei), Librairie Générale Française, Paris, 1995
- COUDERC, J-P., REMAUD, H. (2004) : Typologie des entreprises de l'aval, ONIVINS, Conseil de Direction, Séance du 18 février 2004 – 13 p.
- DAHLMAN, C. J. (1979) : The Problem of Externality, *Journal of Law and Economics*, vol. 22, no. 1, p. 141-162
- DARBY, M., KARNI, E. (1973): Free competition and the optimal amount of fraud, *Journal of Law and Economics*, 16, 67-88
- DELOIRE, A., CARBONNEAU, A. (2002) : Réponses de la vigne et terroir : éléments pour une méthode d'étude, Agro Montpellier, Formation de Viticulture – Œnologie, UMR Science

pour l'oenologie

- DEMSETZ, H. (1988) : The Theory of the Firm Revisited, *Journal of Law, Economics and Organization*, vol.4, no.1, p. 141-161
- DYER, J-H. (1997): Effective Interfirm Collaboration: How Firms Minimize Transaction Costs and Maximize Transaction Value. *Strategic Management Journal*, 1997, 18 (7), p. 535-556.
- EGGERSON, T. (1990) : Economic Behavior and Institutions, Cambridge, Cambridge University Press, 1990
- EPERJESI, I., KÁLLAY, M., MAGYAR, I. (1998): Borászat, Mezőgazda Kiadó, 1998, p 253-324.
- FERTŐ, I. (1996): Vertikális koordináció a mezőgazdaságban, *Közgazdasági Szemle*, 11. szám p. 957-971
- FERTŐ, I., SZABÓ, G. G. (2001): Változó irányítási struktúrák a magyar mezőgazdaságban az átmenet során, *Külgazdaság*, XLV. Évf., 2001. szeptember – p. 29-45..
- FERTŐ, I., SZABÓ, G. G. (2002): The Choice of Supply Channels in Hungarian Fruit and Vegetable Sector, American Agricultural Economics Association, 2002 Annual Meeting, Long Beach, California – 15 p
- FERTŐ, I., SZABÓ, G. G., BÁRDOS, K. (2004) : Transaction cost economics considerations regarding the Hungarian fruit and vegetable sector, *Studies in Agricultural Economics*, No. 99 p, 101-114
- FOSS, K. (1996): A transaction cost perspective on the influence of standards on product development: Examples from fruit and vegetable market, DRUID Working Paper 96-9, Copenhagen Business School, Department of Industrial Economics and Strategy/Aalborg University, Department of Business Studies
- GABSZEWICZ, J.J. (1987) : Théorie microéconomique. Bruxelles, De Boeck, 290 p.
- GAUCHER, S., SOLER L.G.,TANGUY H. (2000) : Incitation à la qualité dans la relation vignoble-négoce, Paris, juillet 2000
- GAUCHER S., SOLER L.G., TANGUY H. (2001) : Incitation à la qualité dans la relation Vignoble-Négoce. Paris : INRA-ESR Ivry sur Seine, *Working Paper*, 38 p.
- GIRAUD-HÉRAUD, E., SOLER, L.G., STEIMNETZ, S., TANGUY, H. (1998) :
La régulation de l'offre dans le secteur viticole est-elle justifiée économiquement ?, *Cahiers*

de Grignon 05/98, INRA, Grignon

- GIRAUD-HÉRAUD E., SOLER L.G., TANGUY H. (1999) : Avoiding double marginalization in Agro Food Chains. In: *European Review of Agricultural Economics*, 26: 179-198
- GIRAUD-HERAUD, E., SOLER, L.G., TANGUY, H. (2002) : Concurrence internationale : quel avenir pour le modèle AOC ?, *Cahier du LORIA*, 2002
- GIRAUD-HERAUD, E., SOLER, L.G. (2003) : Quelle légitimité à des mécanismes de la régulation de l'offre dans les Appellation d'Origine Protégée ? *Économie Rurale*, 2003 (200-279), p. 123-134
- GOLDBERG V. P. (1980): Relational Exchange: Economics and Complex Contracts, *American Behavioural Scientist*, 1980, no. 23, p. 337-352
- GOMEZ, P-Y. (1996) : Le Gouvernement de l'entreprise, *Modèles Économiques de l'entreprise et pratique de gestion*, Paris, Interéditions-Masson, 1996
- GONDA I. (2005) : Jogérvényesítés különböző útjai a borászati termékek esetében – eredetvédelem aktuális kérdései, különös tekintettel a magyar borokra, *Borászati Füzetek*, 2006/1. p. 8-11.
- GOODHUE, R. E., HEIEN, D. M., LEE, H., SUMNER, D. A. (2000) : Contracts, Quality, and Industrialization in Agriculture : Hypotheses and Empirical Analysis of the California Winegrape Industry, University of California, Davis, 33 p.
- GROSSMAN S., HART O. (1986): The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration, *Journal of Political Economy*, vol. 94 no. 4, p. 691-719
- HART, O., MOORE, J. (1988): Incomplete Contracts and Renegiciations, *Econometrica*, 1988, 56 (4)
- HART, O., MOORE, J. (1990): Property rights and the Nature of the firm, *Journal of Political Economy* 98, 1119-1158
- HEUTH, B., LIGON, E., WOLF, S., WU, S. (1998): Managing Quality in Fruit and Vegetable Contracts: Input Control, Monitoring, Measuring and Price Risk, *Working Paper*, Iowa State University. Ames, Iowa, 1998
- HEUTH et al. (1999) : Incentive Instruments in Fruit and Vegetable Contracts : Input Control, Monitoring, Measuring and Price Risk, *Review of Agricultural Economics*, Fall/1999
- HEUTH, B., LIGON, E. (2002) : Quant the efficiency of contractual provisions for processing tomatoes, *Working Paper*, Department of Economics, University of California
- HOBBS, J. E. (1997): Measuring the Importance of Transaction Costs in Cattle Marketing. *American Journal of Agricultural Economics*, 79, 1083-1095

- HOFMEISTER-TÓTH, Á., TOTTH, G. (2004): Hogyan választanak a fogyasztók bort? Menedzsment Marketing, 2004/4.
- HOLLANDER A., MONIER DILAN S., OSSARD H. (1999) : Pleasure of Cockaigne: quality Gaps, Market Structure and the amount of grading. In: *American Journal of Agricultural Economics*, 81: 501-511
- JACKSON, D., LOMBARD, P. (1993): Environmental and management practices affecting grape composition and wine quality – A review, *American Journal of Enology and Viticulture*, vol.44, no.4, p. 409-429
- JACQUEMIN, A. (1985): Sélection et pouvoir dans la nouvelle économie industrielle, Paris, Economica, 1985
- JENSEN, M.C., W.H. MECKLING (1976) : Theory of the Firm : Managerial Behavior. Agency Cost, and Ownership Structure, *Journal of Financial Economics*, 3 cit in Coriat et Weinstein, 1995
- JUHÁSZ, A. (1999) : A vertikális kapcsolatok változásai a zöldség-gyümölcs ágazatban, *AKII Agrárgazdasági tanulmányok* 1999. 10. szám
- KISS, B. (2007): Egyre fontosabbak a modern láncok, *Bor és Piac*, 2007/1, 38-39. o.
- KISARI I., SIDLOVITS D. (2004): A magyar élelmiszerkereskedelem bor- és pezsgőválasztéka, *Borászati Füzetek*, 2005/1. szám – p.
- KORNAI J. (1983): Bürokratikus és piaci koordináció. *Közgazdasági Szemle*, 1983, 9. szám 1025-1038. o.
- KREPS, D., WILSON, R (1982): Reputation and imperfect information, *Journal of Economic Theory*, 27, 253-279
- LAKNER, Z., HAJDU, I. (2002) : The Competitiveness of Hungarian Food Industry – a System Based Approach, *Mezőgazda Kiadó, Budapest*, 2002 – 165 p.
- LAPORT, C. (2000a): Gestion de l’effet terroir dans les domaines bourgignons: les facteurs explicatifs de la diversité des qualités des vin d’une même appellation, Université de Bourgogne, Faculté de Science Economique et de Gestion, Dijon
- LAPORT, C. (2000b): L’appellation d’origine contrôlée comme garant de la typicité des vins, ENESAD, *Revue d’Économie Rurale et Urbaine*

- LAPORT, J-P. et al (2000) : La consommation de vin en France, Résultats d'enquête ONIVINS-INRA 2000, Évolution 1998-2000 et Projection 2010 (A borfogyasztás Franciaországban, Kutatási eredmények, Trendek 1998-2000 és Előrejelzés 2010-re), *Rapport Séries Etudes*, 2001-01, INRA-UMR MOISA, Montpellier, France – 2 kötet, p. 145 + annexes
- LANCASTER, K. J. (1966) : A New Approach to Consumer Theory, *Journal of Political Economy*, 1966 (74)
- LEFFLER et al (2001): By-the-Each or by-the Pound? The Role of Transaction Costs in Fresh Produce Pricing, *Working Paper*, University of Washington, 2001
- MARTIN, G. (2003) : Mutation qualitative dans la viticulture Argentine : une analyse neo-institutionnelle des contrat d'approvisionnement, ENSAM, Montpellier, 2003
- MARTIN, J. (1998) : Dynamique de la filière dans le monde, in *Œnologie : fondements scientifiques et technologiques*, ed. Claude Flanzy, p. 624-644
- MAZÉ, A. (2000) : Le choix des contrats à l'épreuve de la qualité. Une analyse des mécanismes de gouvernance dans le secteur de la viande bovine, Sciences Économiques, Paris, Université Paris I, 2000
- MÉNARD, C. (1997) : Le pilotage des formes organisationnelles hybrides, *Revue Économique*, vol. 48, no. 2, p. 741-751
- MÉNARD, C. (2002): The Governance of Hybrid Organisations, *LINKS Conference*, Copenhagen, 1-2 November, 2002.
- MÉNARD, C. (2002b): The Economics of Hybrid Organisations, *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 160 (2004) p. 1-32.
- MÉNARD, C. (2003): Économie néo-institutionnelle et politique de la concurrence : les cas des formes organisationnelles hybrides, *Économie Rurale*, 277-278/septembre-décembre 2003 – p. 4-18.
- MÉNARD, C. (2004a) : Économie des organisations, Éditions La Découverte, Paris, 2004
- MÉNARD, C. (2004b) : The Economics of Hybrid Organizations, *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 2004, 160 p. 1-32
- MIGHELL, R.L. – JONES, L.A. (1963) : Vertical Coordination in Agriculture USDA ERS Farm Economics Division, *Agricultural Economic Report* No. 19

- MONTAIGNE, E. (1992) : Analyse d'un projet d'indexation du prix d'un vin, *Les notes du séminaire*, Montpellier, 1992 – p. 36
- MONTAIGNE, E. (1997) : Les mutations de la viticulture languedocienne mise en perspective par deux siècle d'histoire, ENSAM, Montpellier, 1999, p. 33
- MONTAIGNE, E. (1999) : Normes, qualités des vins et mutations de la viticulture du Languedoc, ENSAM, Montpellier, 1999
- MONTAIGNE, E., LAPORT, J-P., PEREZ, V., GALEOTE, X. (1997) : La mutation du négoce des vins tranquilles en France, *SFER « Grand Distribution Alimentaire »*, Montpellier le 22-23 mai 1997.
- MONTAIGNE, E., MARTIN, G. (2002) : Les tendance du marché mondial des vins et qualité (A világ borpiaci tendenciái és a borminőség kérdése), *Revue Francaise d'Oenologie*, janvier/fevrier 2002, No.192., Paris, France – p. 10-19.
- MONTAIGNE, E., COUSINIER, Ph., MARTIN, G., SIDLOVITS, D.(2002) : Crise viticole et marché mondial : le syndrom de Porto Alegre ? (Túltermelési válság és a világ borpiaca : Porto Alegre jelensége ?) – *Revue des Oenologues*, No. 103., France – p. 5-8.
- MONTAIGNE, E., SIDLOVITS, D. (2003) : Long Term Contracts and Quality in the Wine Supply Chain : Case of the Appellation « Vins des Sables du Golfe du Lion », *7th Annual Conference of the International Society for New Institutional Economics*, „Contracts and Organization” September 11-13, 2003, Budapest University of Economics, Budapest, Hungary – 20 p.
- MONTAIGNE, E., SIDLOVITS D. (2003): A világ borpiaci tendenciái I. A szőlő termőterület, a bortermelés és az export alakulása, *Borászati Füzetek*, 2003/6, Kutatás – p. 10-23
- MONTAIGNE, E., SIDLOVITS D. (2004): A világ borpiaci tendenciái II. A nemzetközi borkereskedelem és a világ borfogyasztása, *Borászati Füzetek*, 2004/1, Kutatás – p. 12-20.
- MONTAIGNE, E., REMAUD, H., SIDLOVITS, D. (2005) : Le circuit des cavsites en France, *Bacchus 2006, enjeux, stratégies et pratiques dans la filière vitivinicole*, Paris, Dunod, 2005 – p. 123-141
- NEE, V., SWEDBERG R. (2004): Economic Sociology and New Institutional Economics cit in Ménard, 2004
- NELSON, P. (1970): Information and Consumer Behavior, *Journal of Political Economy*, 78, 311-329
- NORTH, D. (1981): Structure and Change in Economic History, New York, W.W. Norton & Company

- NORTH, D. (1990): Institutions, Institutional Change and Economic Performance, Cambridge, Cambridge University Press, 1990
- NORTH, D. (2003) : Understanding the Process of Economic Change, FORUM, Université de Paris X, Nanterre, 2003
- NORTH, D., WALLIS J. (1986) : Measuring the Transaction Sector in the American Economy, 1870-1970, University of Chicago Press, Chicago
- OJEDA, H., ANDARY, C., KRAEVA, E., CARBONNEAU, A., DELOIRE, A. (2002) : Influence of Pre- and Postveraison water deficit on sznthesis and concentration of skin phenolic compounds during berry growth of vitis vinifera cv. Shiraz, *American Journal of Enology and Viticulture*, 53 (4), p. 261-267
- ORLEANS, A. (1994) : Analyse économique des conventions, Presse Universitaires de FRANCE, Paris, 1994
- PETERSON, H.C., WYSOCKI, A. (1997): The Vertical Coordination Continuum and the Determinants of Firm-Level Coordination Strategy. Michigan State University, Staff Paper, No. 97-64
- PLICHTA, K. (1994) : Technological development of fruit and vegetable industry: a property rights perspective, *Working Paper* no.23. MAPP, Centre for market surveillance, research and strategy for the food sector, AARHUS, Denmark
- PORTER, M. (1985) : The Competitive Advantage, Free Press, New York
- QUELIN B. (2002) : Les Frontières de la firme, Economica, Paris
- RADÓCZNÉ KOCSIS T., GYÖRE D. (2006) : A borpiac helyzete és kilátásai, *Agrárgazdasági Tanulmányok*, 2006. 6. szám, AKII, Budapest – p. 140
- RASTOIN, J-L. (2000) : Économie & Stratégie Agro-industrielle : Le système alimentaire, *Document pédagogique*, (Élelmiszeripari gazdaságtan és stratégia : az agrár-élelmiszeripari marketing rendszer, Jegyzet) Agro-Monpellier, France, 2000 – p. 175
- REMÉNYI, D. WILLIAMS, B., MONEY, A, SCHWARTZ, E. (1998): Doing Research in Business and Management: An Introduction to Process and Method, London, Stage Publications Ltd. 1998
- ROUSSET, S. (2004) : Qualité et coordination économique dans les industries agroalimentaires : analyse institutionnelle comparée de l'industrie du vin en Bourgogne, Californie et Nouvelle-Zélande, Sciences économiques : Université de Montpellier 1 (FRA) – 361 p.

- ROYER, J.S. (1998) : The industrialization of agriculture : vertical coordination in the US food system, Ashgate, 1998, 346 p.
- RAYO, L. (2002) : Relational team incentives and ownership, *Working Paper*, Stanford University
- SAULPIC, O., TANGUY, H. (2002) : Stratégie et rentabilité des entreprises de négoce de Bourgogne, *ONIVINS Infos*, No. 97, 2002. október
- SAUSSIÉ, S. (1999) : La durée des contrats interentreprises : une analyse empirique, Université de Paris XI & ATOM – Université de Paris I., 1999 – 13 p.
- SCIENZA, A., FAILLA, O., BRANCADORO, L. (2001) : Adaptation des porte-greffe et des cépages aux conditions pédo-climatiques de l'Italie in « Un raisin de qualité : de la vigne à la cuve », *Journal International des Sciences de la Vigne et du Vin*, No. Hors série, p. 77-96
- SIDLOVITS, D. (2004): Szegmentáció a világ borpiacán, *Borászati Füzetek*, 2004/2, Kutatás – p. 8-13.
- SIMON, H. (1947) : Administrative Behavior, The Free Press, New York ; francia fordítás (1983), Economica, Paris
- SIMON, H. (1972): Theories of Bounded Rationality, in *Mc Guire C. B. Radner, Décision and Organization*, North Holland Publishing, Amsterdam, p. 161-172
- SOLER, L-G, TANGUY, H. (1998) : Relations contractuelles et négociations interprofessionnelles dans le secteur des vins de Champagne, *Cahiers de Grignon*, mars/98 p.74-86
- SZABÓ, Á. (2005) : Borcímkék és védjegyek, *Borászati Füzetek* 2006/1. sz. 14-18 p.
- SZABÓ, G. G., BÁRDOS, K. (2005a): Contracting relationships and countervailing power of milk producer in Hungary: need for producer-owned organisations, The International Co-operative Alliance, *XXII International Co-operative Research Conference, Paris, France, 19-22 october, 2005* – 16 p
- SZABÓ, G. G., BÁRDOS, K. (2005b): Szerződéses vertikális koordináció az élelmiszer-gazdaságban: empirikus kutatás a magyar tejszektorban, MTA-KTI, Műhelytanulmányok 2005/15 – 40 p

- SZABÓ, G. G., BÁRDOS, K. (2006): Contracts in agribusiness: A survey in the Hungarian dairy sector. In: Bijman, J. – Omta, S.W.F. – Trinekens, J.H. – Wijnands – Wubben, E.F.M. (eds.): International agri-food chains and networks. Management and organization. Wageningen Academic Publishers, Wageningen, the Netherlands, 2006, 65-80
- Szabó, G. G., Bárdos, K. (2007) Szerződéses kapcsolatok az élelmiszer-gazdaságban.(A tejellátási lánc empirikus kutatása). Közgazdasági Szemle, LIV. évf., 2007. május, 459 - 480. o.
- SZABÓ, G. G. (2001): Szövetkezeti vertikális koordináció és integráció az élelmiszer-gazdaságban, *Élelmiszermarketing-tudomány*, II. évf. 1-4/2001, p. 31-43
- SZABÓ, M. (1999): Vertikális koordináció és integráció az Európai Unió és Magyarország tejgazdaságában, *Agrárgazdasági Tanulmányok*, 1999. 9. szám, AKII
- SZAKADÁT, L. (1996): Új idők – új szelecskék: Az új intézményi közgazdaságtan magyarországi elterjedése, *Közgazdasági Szemle*, 43. évf. 5.sz. – p. 431-437
- SZÉKELY, G., SIPOS, L., OSZKÁR, ZS. (2005): Marketing alapismeretek, Aula Kiadó, Budapest, 2005, 183 p
- THACH, LIZ (ÉD.), MATZ, TIM (ÉD.), (2004): Wine : a global business, New York (USA), Miranda Press, 235 p.
- THOMAS, R. et al. (2004) The Business of Viticulture, *cit in Wine A Global Business edited by Thach, L and Matz, T*, Miranda Press, 2004, Chapter 3 – p. 44.
- TOMEK, W – ROBINSON, K.L (1991) : Agricultural Product Prices. Cornell University Press, Ithaca
- TOTTH, G., HOFMEISTER-TÓTH, Á. (2006) : A borreklámok fogyasztói megítélése, VII. *Magyarországi Bormarketing Konferencia, Sopron, 2006. december 7-8.*
- VAUDOUR, E. (2003): Les terroirs viticoles. Définition, création et protection. Paris, Dunod – Edition La Vigne, 2003
- WILLIAMSON, O. E. (1971): The Vertical Integration of Production: Market Failure Considerations, *American Economic Review*, 1971, No. 61 p. 112-123
- WILLIAMSON, O. E. (1975) : Market and Hierarchies, Antitrust Analysis, Free Press, New York, 1975

- WILLIAMSON, O. E. (1985) : The Economics Institutions of Capitalism, Free Press, New York
- WILLIAMSON, O. E. (1991) : Comparative Economic Organization: The Analysis of Discrete Structural Alternatives, *Administrative Science Quarterly*, 1991, 36, p. 269-296
- WILLIAMSON, O. E. (1993) : Calculativeness, Trust and Economic Organisation, *Journal of Law and Economics*, 1993, 36.
- WILLIAMSON, O.E. (1994) : Les institutions de l'économie, Inter Editions, Paris, 1994. Pour la traduction française, p. 404.
- WILLIAMSON, O.E. (1996) : The Mechanisms of Governance, Oxford University Press, Oxford
- WILLIAMSON, O.E. (2000) : The New Institutional Economics: taking stock, looking ahead, *Journal of Economic Literature*, vol 37, September, 595-613
- YIN, R. (2003) : Case Study Research : Design and Methods, Thousand Oaks, California, Sage Publications Inc., 2003
- ZACHARIEVA, E et al. (2001): The Choice of Supply Channels by Bulgarian Wine Producers : a Transaction Cost Perspective, *78th Seminar of the European Association of Agricultural Economists*, Compenhagen, 2001

Testületi szerzős hivatkozások:

- EUROPEAN COMMISSION – DG-Agri (2004): Ex-post evaluation of the Common Market Organisation for wine, Brussel, 2004 – 203+479 p. annex
- EURÓPAI BIZOTTSÁG – DG-Agri (2006): A Bizottság közlrménye a Tanácsnak és az Európai Parlamentnek, A fenntartható európai borágazat felé, Brüsszel, 2006 – p. 15
- HEGYKÖZSÉGEK NEMZETI TANÁCSA (2006): 2006. évi adatszolgáltatás az FVM részére
- INTANGIBLE BUSINESS (2007): The Power of Top 100, The world's most powerful spirit and wine brands, London, 2007 – p. 29
- Központi Statisztikai Hivatal (2001): Mezőgazdasági Statisztikai Évkönyv, 2001 (Összefoglaló adatok), KSH, Budapest, 2002
- Központi Statisztikai Hivatal (2002): Szőlőültetvények Magyarországon, 2001, KSH, Budapest, 2002
- ONIVINS (2000): Enquetes sur la consommation du vin en France en 2000

ONIVINS (2003a) : Les vins français face à la concurrence internationale, ONIVINS, 2003 – p. 38

ONIVINS (2003b) : Facteurs de compétitivité sur le marché mondial du vin, ONIVINS, 2003, Paris – p. 31

ONIVINS Stats, 2005, ONIVINS, Paris – p. 210

Rabobank International (2003): Wine is Business, Shifting demand and distribution: major diverse reshaping the wine industry, 2003 – p. 48

Statistiques mondiales, Logrono, 2006, OIV

Viniflor Stats, 2006, Viniflor, Paris – p. 230

VITISPHERE (2005) : Pratiques œnologiques américaines : une autre conception du vin, 20/10/2005, www.vitisphere.com

VITISPHERE (2006) : Australie : les producteurs réclament un plan de soutien, 07/06/2006, www.vitisphere.com

Wine & Spirits Intelligence Service Ltd. (2002): L'avenir des vins du Nouveau Monde – La fin de l'Age d'Or? (Az Új Világ borainak jövője – Vége az „Aranykornak”?)– The London International Wine & Spirits Fair, 21-23rd May 2002

www.acnielsen.hu letöltés 2004. 12. 03.

www.akii.hu

www.bvdep.com/fr/AMADEUS.html letöltés 2005.05.09.

www.fao.org

www.hnt.hu

www.ksh.hu

www.maipiac.hu Top 14 - Társaságok a fogyasztási cikkek kis- és nagykereskedelmébe, 2007.05.15. letöltés 2007. 12. 28.

www.onivins.fr

www.wineaustralia.com/australia/

MELLÉKLETEK

1. MELLÉKLET

A SZŐLŐ- ÉS BORÁGAZAT VERTIKÁLIS KOORDINÁCIÓJÁNAK JELLEMZŐI ÉS A BORMINŐSÉG KÖZÖTTI ÖSSZEFÜGGÉS

1.1. A termék jellemzőihez kapcsolódó információs problémák

A különböző termékek közti választást a rendelkezésre álló információ és az információ minősége határozza meg, az információ megszerzése pedig költségeket von maga után. Nelson (1970) szerint a termékeket az alapján csoportosíthatjuk, hogy mekkora a termék minőségének meghatározásához kapcsolódó költség a vásárlás előtt és után. Ez alapján Nelson három termékcsoporthat különböztet meg: a keresett (vagy összehasonlítható) termékek, a tapasztalati termékek és a bizalmi termékek csoportját.

A **keresett termékek** esetében a legkisebb az a költség, ami a termék minőségének a vásárlás előtt történő meghatározásával jár, mivel a termék minősége egy egyszerű ellenőrzéssel megállapítható. A vevő vásárlás előtt egyszerűen megfigyeli a termék minőségét pl. friss-e a kenyér, megnézi puha-e. Ebben az esetben a megfigyelés költségei elfogadhatók a vevő számára. Keresett termékek esetén az eladónak az az érdeke, hogy homogén terméket állítson elő azért, hogy minél kevesebb osztályozási kategória jelenhessen meg, illetve a vevő minél könnyebben juthasson olyan információhoz, amit a fogyasztó a vásárlás előtt értékelhet (Székely et al, 2005).

A **tapasztalati termékek** tulajdonságára vonatkozó információ megszerzése viszonylag magas költséggel jár a vásárlás előtt, ugyanakkor a vásárlás utáni költség alacsony, mivel a vevő (a felhasználó) állapítja meg a termék minőségét a fogyasztás vagy a használat során szerzett tapasztalatai alapján. Az ismétlődő vásárlás megkönnyíti a döntéshozatalt a megszerzett tapasztalatok alapján: a vevő elfordulhat az eladótól, ha minőségromlást tapasztal a termék esetében. Így az ismétlődő vásárlás adja a hírnév alapját is (Kreps-Wilson, 1982), ezért az eladónak érdeke, hogy homogén, állandó, jó minőségű terméket fejlesszen ki, hiszen a garanciarendszer kidolgozása igen költséges lehet számára. Ilyen termék pl. a gyógyteák, kozmetikumok (Székely G. et al, 2005).

A **bizalmi termékek** esetében a termék minőségének megállapítása mind a vásárlás előtt, mind a vásárlás után igen költséges, ami a termék jellemzőivel kapcsolatos bizonytalanságból származik. A minőség meghatározásához a vásárlónak valamilyen harmadik személyre, vagy az eladó által feltüntetett minőségtanúsító jelre van szüksége, hogy

kiküszöbölhesse és megvédje magát a tranzakcióhoz kapcsolódó erkölcsi kockázattól. Éppen ezért a termelőnek a vevő irányában garanciát kell nyújtania a termelésre és a termékre vonatkozóan, pl. márka, védjegy segítségével vagy valamilyen szervezési modell, minőségtanúsító rendszer alkalmazásával (pl. AOC, Label Rouge, Agriculture Biologique stb.). Standard márka, védjegy kidolgozása adott iparág vagy földrajzi egység szintjén kiváló eszközt jelent a termékek minőségfejlesztésének ösztönzéséhez, illetve ehhez a stratégiához kapcsolódó költségek csökkentéséhez.

A Nelson-féle csoportosítás alapján a minőséghez kapcsolódó jellemzők mérési költsége illetve a méréshez kapcsolódó bizonytalanság határozza meg a vevő által felállított preferenciát: a vevő előbb a keresett terméket, majd a tapasztalati terméket, végül pedig a bizalmi terméket választja.

Andersen és Philipsen (1998) más problémákat is felvet a Nelson-féle kategóriákkal kapcsolatban:

- A vevő a tulajdonságok összességét veszi meg, ugyanakkor a termékek csoportosítását (keresett, tapasztalati, bizalmi), a kategóriahatárokat a különböző tulajdonságok határozzák meg. Mivel a tulajdonságok változásával a kategória határok is változhatnak, ezért nem lehet állandó sémát alkalmazni a termékek csoportosításához kapcsolódó probléma megoldására, ezért a csoportosítás csak rövidtávon működik.
- A termékek nagy számú jellemzői alapján, illetve az alapján, hogy milyen jellemzőket keresnek a vevők, kerülnek a keresett, a tapasztalati vagy a bizalmi termékek csoportjába. Ugyanakkor számos olyan tulajdonság van, ami a vevő és az eladó kapcsolatát tekintve belső (endogén), mások pedig külső tulajdonságként jelennek meg. Ezért a vevő és eladó kapcsolatának alakulásától függően először minden termék bizalmi termék, ami átalakulhat keresett termékké.

Williamson (2000) szoros kapcsolatot talál az intézményi összefüggések (a vevők preferenciája, a minőségi standardok) és az irányítási struktúrák között. Egymással összefüggő fejlődés figyelhető meg a vevők preferencia rendszere, a termékek jellemzői és az intézményi struktúrák modelljét tekintve.

Nelson (1970) a keresett és tapasztalati termékek problémáját a termékek árához és minőségéhez kapcsolódó információ megszerzésének problémájaként elemzi. Az információ létezik, de megszerzése költséges, így a minőségre vonatkozó információ megszerzésének nehézsége határozza meg a piac struktúráját. A piac monopol piac, ha a fogyasztó csak néhány márkát ismer. Az információ keresés költsége pedig a fogyasztó magatartását határozza meg:

- A keresett termékek esetében a fogyasztó ismeri a választási lehetőség eredményét, a vásárlás előtt a választási lehetőségek hasznosságát kell értékelnie. A költség a termék ellenőrzésére szánt időből adódik, feltételezve, hogy a termék minőségéhez kapcsolódó tulajdonságok tökéletesen mérhetőek.
- A tapasztalati termékek esetében a fogyasztó/vevő többszöri vásárlás után határozza meg, hogy melyik márkát, terméket részesíti előnyben, és ezt a tapasztalatát használja fel, ha az információ megszerzése egyébként költség. Először véletlenszerűen vásárol meg néhány márkát, terméket az általa megfelelőnek tartott árszegmensben. A kipróbált termékek száma és a keresés költsége határozza meg a piac struktúráját: minél több márkát ismer a fogyasztó, a piaci monopólium hatása annál kisebb lesz. Ugyanakkor minél nagyobb az információ keresés költsége, annál inkább a megszerzett tapasztalatot használja fel a vásárló a minőség/ár arány meghatározására. Így minél gyakoribb a vásárlás, annál kevésbé jellemző a monopólium a piacon.

Darby és Karni (1973) szerint a bizalmi termékek esetében a jellemzők meghatározása számos visszaélés és hamisítás forrása lehet. A hamisítás nem más, mint hamis információ közlése annak érdekében, hogy a vásárlás megvalósuljon, ami egyébként nem következne be, ha a vevőnek a valódi információk állnának rendelkezésére. Ebben az esetben is az elhallgatott információ vezet az információs aszimmetria által okozott problémákhoz (Arrow, 1985). A bor esetében számos ilyen visszaélésre találunk példát, a legjellemzőbb az, amikor a piacon magas áron pozícionált, jó hírnévvel rendelkező borvidék nevével címkézik olyan bort, ami egészen más termőhelyről származik, vagy a borvidék megnevezésével hoznak forgalomba, ami nem felel meg a címkén feltüntetett bor minőségi jellemzőinek, nem az előírásoknak megfelelően készült stb. A vásárlónak leginkább az okoz nehézséget, hogy nem rendelkezik megfelelő képességgel ahhoz, hogy el tudja dönteni, az adott esetben valóban hamisításról, szándékos megtévesztésről, vagy egy egyszerű hibáról, véletlenről van szó. Ez a nehézség abból adódik, hogy a termék vagy szolgáltatás minősége a termelés számos tényezőjének és a természet, a környezet kombinációjából adódik, aminek következtében a termelő egyéni hozzájárulása a termeléshez igen nehezen figyelhető meg a vevő részéről.

Adott termék minőségi jellemzői a következőképpen mérhetőek:

- a végtermék alapján (output), amikor a termék tulajdonságai függetlenek a termelés folyamatától (főleg a keresett, standard termékekre jellemző);
- a termelési folyamat (input) során, amikor a termelésben használt alapanyagok határozzák meg azokat a tulajdonságokat, amit a vevő keres a termékben;
- mindkettő alapján (aminek tipikus példái az élelmiszeripari termékek, így a bor is).

Barzel (1985, 2001) a terméket, jellemzők összességének tekinti, amit nem lehet tökéletesen kategóriába sorolni. Mivel ugyanazon a piacon a termékek heterogén minőségben jelennek meg, a tulajdonságok mérése társadalmilag hasznos, hiszen lehetővé teszi azt, hogy a magas minőséget előállító termelők eltérő jövedelemhez jussanak (Leffler et al, 2001), tehát differenciálni lehessen. Ugyanakkor a magas minőségű termékek megkülönböztetése a vásárló számára magas költséggel járhat: *„sokkal költségesebb a termék vagy a szolgáltatás minőségi jellemzőinek mérése, mint az ármeghatározása. Amikor a termék minősége változó, a minőség mérése költséges a vevő számára, de sokszor az eladó számára is”* (Eggersson, 1990, fordítás).

A legtöbb esetben a vásárlónak nincs lehetősége arra, hogy a termék valódi minőségéről meggyőződjön, így – számolva a hibalehetőségekkel is –, csak közelítők (proxy) segítségével áll módjában a minőségre vonatkozó jellemzőket megmérni. Ugyanez a helyzet, amikor nem gazdaságos a közvetlen mérés alkalmazása, ilyenkor is valamilyen mutatót (proxyt) használunk fel a méréshez (Barzel, 1982). A szerző szerint azért alkalmaznak a gazdasági szereplők különböző irányítási struktúrákat a tranzakciók megszervezéséhez, mert a termékekhez és szolgáltatásokhoz kapcsolódó információ megszerzése költséges lehet. Abban az esetben, ha a tranzakcióhoz, a termék jellemzőihez valamilyen belső bizonytalanság tapad, a kockázat akkor is jelen van, ha egyébként a tranzakció nem igényel specifikus termelőeszközt vagy specifikus beruházást. Így a termékekkel kapcsolatos információ megfigyelésének és ellenőrzésének költsége lehetővé teszi azt, hogy információs probléma helyett szervezési problémaként fogjuk fel a termék minőségére vonatkozó információ megszerzését.

1.2. A bizalmi termékek jellemzőinek meghatározása

Andersen és Philipsen (1998) szerint a bizalmi termékekkel foglalkozó irodalom olyan termékek elemzésével foglalkozik, amelyek jól körülírt, határozott tulajdonságokkal rendelkeznek. Ugyanakkor a valóságban a bizalmi termékek tulajdonságai változhatnak, ciklikus fejlődéssel jellemezhetők, sőt vannak olyan tulajdonságok, amelyek visszafordíthatatlan változásokon mennek keresztül és nehezen összehasonlítható jellemzők.

Andersen és Philipsen (1998) a bizalmi termékek tulajdonságait négy csoportra osztja:

1. Rejtett bizalmi tulajdonságok: amelyek közvetlenül nem mérhetők a terméken, csak a termelési folyamat ellenőrzésén keresztül. Az alapanyag ellenőrzése teszi lehetővé a végtermék minőségi jellemzői értékének becslését.

2. Standardizált bizalmi jellemzők: a termék egy minimális követelménynek megfelel, de ezt a standardot nem számítja be a vevő a vásárlás során, megbízik a standard hitelességében.
3. Sztochasztikus bizalmi jellemzők: azok a tapasztalati jellemzők, amelyek bizalmi jellemzőkké alakultak, és amelyek valószínűségi függvényekkel írhatók le (átlaggal és szórással jellemezhetők).
4. Limitált bizalmi tulajdonságok: a vevő bocsátja rendelkezésre a szakértelmét, tanácsot ad és meghatározza a szükséges módosításokat ahhoz, hogy az általa keresett tulajdonságokat kapja meg a termék megvásárlásával.

Andersen és Philipsen (1998) szerint az első három bizalmi tulajdonság a legjelentősebb az agrártermékek esetében. A rejtett tulajdonságok az agrártermékek előállításának sajátosságai miatt jellemzőek. Így természetes, hogy a vevő szállít bizonyos alapanyagokat, vagy ellenőrzi a termelési folyamatot, annak érdekében, hogy csökkentse az információ aszimmetriájából adódó problémákat. Ugyanakkor – különösen Magyarországon – előfordul az is, hogy a termelő helyett a vevő végez el a minőség szempontjából fontos tevékenységeket, annak érdekében, hogy biztosított legyen az élelmiszer-előállításhoz a megfelelő minőségű alapanyag-ellátás (ilyenek pl. a növényvédelmi munkák, amelyek nagy szakértelmet és megfelelő időzítést igényelnek). A rejtett tulajdonságok látens tulajdonságok, mivel alapesetben a vevő megfelelőnek és hatékonnak tekinti a minőségellenőrzési rendszert és bíz a termelő őszinteségében. Ez mindaddig így működik, amíg valamilyen élelmiszerkrízis (ld. kergemarhakór, glikol-botrány, madárinfluenza, borhamisítások stb.) rá nem világítanak az ellenőrzési rendszer hiányosságaira.

A standardizált bizalmi tulajdonságok abból adódnak, hogy a termék viszonylag nagy számú, komplex jellemzőkkel írható le. Igaz, hogy bizonyos jellemzők láthatók, jól érzékelhetők a vevő számára, ugyanakkor a jellemzők összességének tesztelése gyakorlatilag lehetetlen. Ezért a minőségi szabvány, standard a termék bizalmi jellemzőjének tekinthető, mivel a vevő számára lehetetlen, hogy a termék minden egyes jellemzőjét ellenőrizni tudja. A szabványosítás azt teszi lehetővé, hogy a jellemzők egy meghatározott köre ellenőrizhető legyen, míg a többi jellemző látens marad. A jogszabályok által kötelezően előírt (kogens) vagy az önkéntesen alkalmazott, illetve diszpozitív szabályok (szerződés, együttműködés, minőségtanúsító rendszer) által meghatározott minőségi standard teszi lehetővé azt, hogy a gazdasági szereplők szerződést köthessenek a termék bizonyos jellemzőire vonatkozóan.

A standardizált bizalmi tulajdonságok esetében, Andersen és Phillipsen (1998) szerint, a tulajdonságok ellenőrzése költségeket von maga után. A jellemzők száma, amelyeket meg kell mérni, igen nagy lehet, de pontosan megmérhetők. Ugyanakkor a sztochasztikus bizalmi tulajdonságok egy terméktípust határozhatnak meg, amelynek esetében a márka vagy a hírnév jól működik. A márka vagy a hírnév arra épül, hogy a termék jellemzői kisebb fluktuációt mutatnak az adott termelő esetében, mint a különböző termelők esetében együttesen. A termelők egyéni stratégiája nagyobb különbséget mutat a termelők csoportján belül, mint a termelők csoportja között. Ugyanakkor a csoport együtt kisebb fluktuációt mutathat közös márkán vagy a hírnéven keresztül. Erre kiváló példát adnak a védett eredetű borok: a borvidéken belül, azok között, akik ugyanazt a földrajzi elnevezést használják (pl. Champagne) az egyes borászatok hírneve, a pincék márkaneve különbözteti meg a termelőket egymástól (csoporton belüli eltérés, heterogenitás). Az egyes pincék arra törekszenek, hogy az általuk kínált termékek viszonylag állandóak, és megkülönböztethetők legyenek a borvidék többi termelőinek termékétől (Mumm, Pommery, Moët & Chandon, Tattinger stb). Ugyanakkor az is igaz, hogy a borvidék termékeinek összességét tekintve, a földrajzi árujelzővel ellátott termékek csoportja is bizonyos állandóságot mutat, amit a termelők a hírnév és a márka (pl. Champagne név és a hozzákapcsolódó hírnév) segítségével juttatnak kifejezésre, és ez különbözteti meg őket a többi pezsgőt előállító borvidéktől.

A minőség meghatározása – tehát azoknak a jellemzőknek a meghatározása, amit a vevő keres a termék esetében – információs problémák egész sorát veti fel. Minél összetettebb a minőség meghatározása, annál nehezebb a tulajdonságok mérése és annál erősebb lesz a készítés a tranzakció partnereinek részéről az információs problémák kihasználására, és hogy azt a saját javukra fordítsák, tehát erőteljesen oportunizmusra ad lehetőséget. Így a keresett termékektől a bizalmi termékek felé haladva egyre fontosabb lesz, hogy a termékre vonatkozó tranzakció milyen intézményi struktúra keretében valósul meg.

A bizalmi termékek tranzakciója esetében információs probléma igen erőteljesen jelenik meg. A vevő tudja, hogy a termelő hajlamos lehet a csalásra, ezért a termelőtől kéri a minőségre vonatkozó jelzést, a minőségi garanciát. Amennyiben a termelő által a minőség tekintetében nyújtott biztosíték nem elegendő, a vevő visszautasítja a vásárlást, így az ilyen minőségi terméknek nem létezik piaca, mivel nem jelentkezik a termék iránt kereslet. A termelők által nyújtott minőségi garanciák a következőképpen csoportosíthatók (Andersen és Phillipsen, 1998):

- Márka- és hírnévépítés az ismétlődő tranzakciókon keresztül, ami lehetővé teszi a vevő számára, hogy azonosítsa és osztályozza a termelőket, valamint segíti az árban

lévő prémium igazolását a termelő felé, ami a hírnév függvényeként jelenik meg. Ráadásul nemcsak a hírnév- és a márkáépítés költséges, hanem annak hosszú távon történő fenntartása és fejlesztése is magas költséggel jár.

- Azok a termelők, akik nem rendelkeznek hírnévvel, olyan garanciákat ajánlhatnak, amelyek a privát standardokra épülnek (magánjog által meghatározott előírások, szerződésben meghatározott, a minőségre irányuló követelmények). A garancia attól függ, hogy a vevő milyen ellenőrzéseket hajt végre az adás-vétel során. Ebben az esetben a privát standard helyettesíti a hírnevet.
- A jogszabályok által kötelezően előírt minőségi standardokhoz, szabványokhoz kapcsolódó hírnév, amit az állam szabályoz, és az állam ellenőriz, pl. TÜV, Magyar Szabvány, az EU jogszabályok által előírt minőségi követelmények, amit a forgalomba hozatalkor a tagállam ellenőrző hatóságai ellenőriznek stb.
- Harmadik fél állít ki minőségi tanúsítványt a termékről (minősítő bizottság, certifikáció elvégzésére jogosult szervezet, akkreditált laboratórium, ami kiállíthat minőségtanúsító igazolást stb.)

Barzel (1982, 2001) szerint az utóbbi két esetben az állam (az állami minősítő szerv) illetve a harmadik fél hírneve alapvető fontosságú ahhoz, hogy a minőségi szabványok hitelesek legyenek. Pl. abban az esetben, ha a minősítő bizottság a gyengébb minőségű termékekre is megadja minőségi bizonyítványt, a minőségtanúsító jelet, a jelölés elértéktelenedik, és nem tölti be tovább a minőségtanúsító funkcióját.

Olyan beruházásoknál, amelyek a hírnév- és a márkáépítéshez szükségesek a bizalmi termékek esetében (pl. egy borvidék földrajzi neve, egy borászat márkái esetében), a vevők hosszú távú kapcsolatot építenek ki azokkal a termelőkkel, akik már korábban jó hírnévre tettek szert, pl. védett eredetű termék alapanyag termelői és a feldolgozók között: Champagne-i szőlőtermelők és pezsgőházak között (Chambolle, Saulpic, 1999), Bourgogne-i bortermelők és borkereskedők között (Saulpic, Tanguy, 2002, Giraud-Héraud et al, 2002). A hosszú távú együttműködések teszik lehetővé azt, hogy a partnerek koordináltan tudjanak alkalmazkodni azokhoz a változásokhoz, amelyek a termék jellemzőiben belső vagy külső okok miatt következnek be. Tehát minél bonyolultabbá válik a minőség meghatározása, annál inkább a hosszú távú kapcsolatok, szerződések kerülnek előtérbe. Ez a kétoldalú kapcsolat abból adódik, hogy a bizalmi termékek piaca speciális jellemzőkkel rendelkezik, valamint a bizalmi termékek és a hozzájuk kapcsolódó tranzakciók speciális beruházásokat igényelnek, tehát a beruházások specifikussága igen erős lehet.

Barzel (1982) szerint abban az esetben, ha a tranzakció tárgyát képező termék vagy szolgáltatás minőségi jellemzőinek, értékének meghatározása kivételesen magas költséggel jár az adásvétel pillanatában, azokat a szerződéseket érdemes alkalmazni, amelyek biztosítják az együttműködésből származó jövedelem megosztását a szerződő felek között. A köztes termékek tranzakciója esetében pedig a vertikális integráció (vállalat, hierarchia) nyújthat hatékony eszközt a minőség értékeléshez kapcsolódó ismétlődő mérések és értékelések magas költségének elkerüléséhez. *„Amikor az alapanyagokat, két egymást követő termelési lépésben kell megmérni, ésszerűnek tűnik az integrált vállalat felállítása”* (Barzel, 1982, fordítás) A termék vállalaton belüli átadásának és a hozzá kapcsolódó mérésnek a költsége valószínűleg alacsonyabb, mintha két egymástól független cég között létrejövő tranzakció keretében valósulna meg. A munkáltatónak nem érdeke a mérések eltúlzása és az alkalmazott sem tud pótlólagos haszonra szert tenni (Barzel, 2000).

Barzel (2000) szerint, amikor a tulajdonságokat viszonylag könnyű megmérni az adásvétel pillanatában, a tranzakció a piac keretében szervezhető, ahol a tranzakció végrehajtása a piaci ár alapján történik. Barzel a „szerződés” fogalmát ehhez a típusú tranzakcióhoz tartja fenn. Abban az esetben viszont, amikor a mérés költsége viszonylag magas az adásvétel pillanatában, hierarchikus irányítási struktúra vagy a hosszú távú kapcsolatok előnyösek a tranzakció megvalósításához, ahol a hírnévnek fontos szerepe van. Ugyanakkor a „szerződéshez” (piachoz) való visszatérés a standardok, szabványok és mérési módszerek kifejlesztésével következhet be. Barzel (2000b) élelmiszeripari példát hozva megállapítja, hogy *„az informatikai költségek és bizonyos kémiai vizsgálatok költsége jelentősen csökkent az utóbbi időben, ami minden bizonnyal hozzájárul a mérési költségek szignifikáns csökkenéséhez és elősegíti a szabványok kidolgozását. Ez a változás pedig növeli a szerződések használatát (a piaci irányítási struktúrát) más tranzakciós formákkal szemben”* (Barzel, 2000b).

1.3. A bizalmi termékek piaca és a standardok

Andersen (1994) szerint a bizalmi termékek piacán a termékek jellemzőit nem lehet önkényesen megváltoztatni. A minőség meghatározása a vevő és az eladó közti megegyezés alapján jön létre (magánjogi standard). Ahhoz, hogy meg lehessen változtatni a termék jellemzőit (minőségét és ezzel együtt a magánjogi standardot), a termelő kompetenciájában is változásnak kell bekövetkeznie, valamint az új jellemzőkkel újra meg kell állapítani a termék minőség/ár arányát és piaci pozicionálást. Annak érdekében, hogy a termelők alkalmazkodni

tudjanak a minőségi változásokhoz, a vevő illetve a fogyasztó igényeihez, viszonylag gyorsan kell megváltoztatniuk az alkalmazott technológiát és a termelés szervezését (irányítási struktúrát) azért, hogy válaszolni tudjanak a megváltozott keresletre, és meg tudják őrizni hírnevüket a piacon. Abban az esetben, ha a piac elfogadja az új technológiát, megkezdődik annak imitálása, és a termék új tulajdonságai bekerülnek a minőségi követelményrendszerbe. Így a bizalmi termék átalakul keresett vagy tapasztalati terméké. Nem a termék változik, hanem a termék egyes tulajdonságai változnak meg, ami minőségváltozást eredményez. Ez a változás vezet a termelés és a tranzakciók szervezésének megváltozásához is, ami egyrészt a szerződések, másrészt pedig az irányítási struktúrák megváltozásához vezet. Williamson a minőség két szinten történő változását különbözteti meg:

1. a minőséget meghatározó jellemzők kismértékű változása,
2. a minőséget meghatározó tényezők radikális változása.

Andersen és Philipsen (1998) szerint a minőségi standardok is változnak, amely a piacra is hat. Akkor, amikor a vevők ugyanúgy elismerik a keresett és a tapasztalati tulajdonságokat, mint ahogy azokat a minőségi standardok teszik, megújítják a termék bizalmi tulajdonságait. Azok a tulajdonságok, amelyek korábban a minősítési rendszer és a minőségellenőrzés középpontjába kerültek, egyszerű minimum követelményekké alakulnak át, ugyanakkor az új tulajdonságok a minőségjavítás során sikerre vihetik a terméket a piacon.

Foss (1996) szerint a minőségi követelmények, standardok lehetővé teszik az eladó/termelő számára, hogy kihasználja a mérethatékonyságból származó előnyöket mind a termelés, mind az eladás területén, valamint lehetővé teszi a vevő számára a termék tulajdonságaihoz kapcsolódó tranzakciós költségek csökkentését. A vevő a minőséghez kapcsolódó problémákat minimum követelmények alapján ítéli meg, és csak néhány minőségi paramétert vizsgál, hiszen a többit a jogszabályok által kötelezően előírt standardok határozzák meg. A termelők a termék jellemzőit az alapkövetelményekben igyekeznek meghatározni, mivel a termék összes tulajdonságának megismerése és mérése igen költséges lenne.

Plichta (1994) szerint a minőségi követelmények dinamikus változása nemcsak a minőségi tulajdonságok változását eredményezi, hanem ezzel párhuzamosan a minőség, az ár és az irányítási struktúra is megváltozik. A vevők a szerződéseken keresztül privát követelményrendszert állítanak fel a termék bizalmi tulajdonságaira vonatkozóan, amelyek csak nehezen másolhatók. Ugyanakkor ehhez speciális beruházásokra és speciális irányítási struktúrára (viszonylag erőteljes integrációra) is szükség van, valamint olyan hírnévre, ami biztosítja egy ilyen termék eladhatóságát. Abban az esetben, ha a többi termelő elkezdi

utánozni a terméket, megjelenik a konkurencia, így a termék először tapasztalati, majd keresett termékké válik. Ez a változás piaci szegmens és árszegmens változást eredményez (hiszen addig, amíg a termék egyedi és csak nehezen utánozható monopolhelyzetben van a piacon, magas áron eladható, ugyanakkor, ahogy megjelennek a versenytársak, a termék árpozícionálásában is változás következik be), valamint átalakul az alkalmazott irányítási struktúra.

Foss (1996) azt is kiemeli, hogy abban az esetben, ha a minőségi követelmények meghatározásra kerülnek, a termékek minőségi kategóriákba sorolhatók. A minőségi osztályok pedig lehetővé teszik a keresett tulajdonságok ellenőrzését, a termelési előírások pedig garantálják a jellemzők egyöntetűségét (Hueth és Ligon, 2002). Az, hogy a vevő össze tudja hasonlítani a termékeket, mindenképpen ráfordítást igényel, valamint fel kell állítania azon tényezők rangsorát, amit a vásárlás előtt meg kell mérnie. Ezek egyrészt azok a keresett tényezők, amelyeket a vevő könnyen fel tud használni az osztályba sorolásnál; másrészt pedig azok a tapasztalati és bizalmi tényezők, amelyeket a vevő nehezen tud értékelni és megbecsülni, mivel igen nagy eltérést mutathatnak az egyes termelők között (Foss, 1996). Ezért a minőségi kategóriák változása részben a vevő preferenciaváltozásának köszönhető, részben pedig a kevésbé költséges mérési és osztályozási módszereknek. A vevők azért, hogy az osztályozás kevésbé legyen költséges, a termelőket úgy osztályozzák, olyan módszereket alkalmaznak, hogy csökkenteni tudják a tranzakciós költségeket. Ugyanakkor a termelők inkább akadályozzák ezt az osztályozást, mivel az csökkentheti a megszerezhető bevételt, ami az információ aszimmetriából adódik (Martin, 2003).

1.4. A borszőlő minőségét befolyásoló tényezők

A szőlőtermelők és a borászatok közti vertikális koordináció egyik legfontosabb eleme a borászati alapanyag, a szőlő minősége – egyben a felvásárlói szerződések és a szőlőfelvásárlási ár meghatározásának alapja –, hiszen a borpiaci szereplők annak érdekében hajtanak végre beruházásokat, hogy a szőlő és a bor minőségének növelésével magasabb minőségi kategóriájú piaci szegmensben pozícionálhassák termékeiket, és ennek megfelelően magasabb árat érjenek el a piacon, ezzel növelve bevételüket.

1.4.1. A minőség fogalma a szőlő és a bor esetében borászati szempontból

Bisson (2001a) szerint a bor minősége összetett fogalom, hiszen nagyban függ attól, hogy milyen körülmények között történik a bor kóstolása, a kóstolás pillanatában milyen

kémiai összetevők találhatók a borban és mit képes érzékelni a kóstoló. Arra, hogy mit érzékel a kóstoló számos tényező hat: pszichológiai tényezők, a kóstoló tapasztalata, a kóstolás körülményei. Éppen ezért az érzékelt minőség igen szubjektív és összetett. Ugyanakkor a borszőlő számos kémiai összetevője és a bor minősége között kimutatható az összefüggés, az alapanyag alapvetően meghatározza a bor minőségét.

A borász számára a bor minősége a szőlőültetvényben kezdődik, és az alapanyag minőségétől függ. A borszőlő kémiai alkotóelemeinek ismerete lehetővé teszi a borász számára, hogy eldöntse milyen feldolgozási eljárást, milyen kezeléseket, borászati eljárásokat (pl. javításokat) alkalmaz a pincében. Abban az esetben, ha a szüret idején a szőlő valamelyik alkotóeleme nem éri el a megfelelő szintet, ez a hiányosság többnyire a borban is kifejezésre jut. Így a borász és a szőlőtermelő (vagy a termelést irányító szakmérnök) összehangolt munkája elengedhetetlen a megfelelő minőség eléréséhez, így nemcsak a szőlő tulajdonságainak ellenőrzéséhez, hanem a szőlőtermesztés folyamatának ellenőrzéséhez is (kezdve a megfelelő szaporítóanyag felhasználásától az alkalmazott növényvédelemig a termesztés minden fázisban).

A borszőlő „a tulajdonságok összességének” tekinthető, amelyek meghatározzák azt, hogy a megtermelt szőlő keresett, tapasztalati, vagy bizalmi termék. A szőlő minőségének meghatározása során a vevő által keresett jellemzőket kell megállapítani az alapján, hogy milyen minőségű bort szeretne előállítani, illetve a keresett minőség eléréséhez kapcsolódóan meg kell határozni a jellemzők mérésének komplexitását, valamint a beruházások specifikusságát (specifikus-e vagy sem).

Bisson (2001b) szerint, a célul kitűzött minőségű borszőlőt az elérni kívánt borminőség alapján lehet levezetni. Tehát attól kell függővé tenni az alapanyag minőségét, hogy milyen minőségű bort szeretnénk előállítani, milyen minőséget (a termék jellemzőinek összességét) igényel a vevő/fogyasztó. Ehhez kapcsolódóan a megfelelő minőségű bor termelése a szőlőtermesztési és bortermelési rendszer alapvető célja.

A borminőség meghatározása komplex feladat, amelynek meghatározására Bisson (2001b) három definíciót ad meg:

- a minőség az, ami a keresett cél közelében található, és ideálisnak tekinthető (ideális bor),
- a minőség harmonikus komplexnek tekinthető (harmonikus bor),
- a minőség a nem kifogásolt bor.

1.4.1.1. A minőség = az ideális bor

Bisson (2001b) szerint, amikor a bor minősége az ideális minőséget jelenti, részletes leírás található az íz és aromaanyagok ideális összetételéről, ami a privát standardokban megjelenő jellemzők összessége. Ebben az esetben a stratégiai cél a tökéletesség elérése. Minél közelebb van a bor ehhez a tökéletességhez, annál magasabb a minősége. Ebben a kategóriában a borok háromféleképpen határozhatók meg:

- a termőhelyi sajátosság,
- a fajta sajátossága,
- a bor stílusa alapján.

a) A termőhelyi sajátosság

A termőhely (*terroir*) központú megközelítés Martin (1998) szerint magában foglalja egy adott földrajzi terület szőlőtermesztését, borkészítését, borainak azonosíthatóságát és kultúráját. Dion (1990, cit. in Vaudour, 2003) szerint a borminőség három tényező egymásra hatásának kifejezéseként írható le: a természetes környezet, a piaci lehetőségek és mindenek előtt a társadalmi háttér egymásra hatásaként. Orliac (1991) három minőség típust különböztet meg: (1) „eszköz” jellegű minőség: belső, mérhető tulajdonságokat jelent, a termelés során elérni kívánt tulajdonság, ami ismételt mérések tárgyát képezi, pl. kémiai összetevők és koncentrációjuk mérése; (2) „intézményi” minőség: a jog által szabályozott előírások, pl. földrajzi árujelzők szabályzata; (3) „bizalmi” minőség: árindex és hedonisztikus értékelés alapján kerül megállapításra a kifizetett árért kapott élvezeti érték.

A termőhely alapú minőségi megközelítés központi eleme az, hogy a terroir-ból vezethetők le a bor sajátosságai, a terroir meghatározó az évjárat szempontjából (klíma), a terroir-hoz köthetők a borkészítési eljárások, így a terroir hozzájárul a bor komplex tulajdonságainak kialakulásához. A termőhely határozza meg a borszőlő és a bor potenciális minőségét. Ebben a megközelítésben a termőhely alapján történik a borok és a termelők osztályba sorolása, ami lehetővé teszi a viszonylag homogén csoportok kialakítását a termelők között. Laporte (2000a) rámutat arra, hogy a terroir teszi lehetővé a borvidékek homogén csoportokba történő besorolását és az AOC (*Appellation d'Origine Contrôlée*) védett eredetű, vagy még inkább a kifejezés szó szerinti fordítása alapján ellenőrzött termőhely és az onnan származó borok fogalmának bevezetését. Ez az a megközelítés, ami hagyományosan Franciaországból indult, és amelyet a közös piac kialakulásával az Európai Közösség általános szintre emelt a meghatározott termőhelyről származó minőségi borok kategóriájának

kialakításával. Magyarország EU-csatlakozásával és a jogharmonizációval szintén átvette a borok minőségének termőhelyi megközelítését.

A védett, lehatárolt termőhelyek hierarchiája Franciaországban három szintre tagozódik:

- regionális szintű AOC,
- település szintű AOC (egyszerű település szintű AOC és premiers crus)
- grands crus (kiváló termőhely, dűlő).

Ily módon a jobb adottságú zónák teszik lehetővé, hogy hierarchiát lehessen kialakítani a borvidéken belül a termőhelyek tekintetében. Mivel a hierarchia egyes szintjén lévő termékek egymástól eltérnek, a termőhelyi differenciálás teszi lehetővé a borok piaci szegmentációját. Azok a termőhelyek, amelyek a hierarchia azonos szintjén helyezkednek el, a piacon a minőségtanúsító jel hírneve alapján kerülnek megkülönböztetésre. Mivel a borok esetében számos olyan tulajdonságot találunk, amit igen nehéz megmérni a vásárlás előtt és a fogyasztás után, ezért ez a termék tipikusan tapasztalati vagy bizalmi terméknek számít, ahol a termelő és a minőségtanúsító jel óriási szerepet játszik a vásárlásban.

Laport (2000b) szerint a hierarchia azonos szintjén található termőhelyeket a szőlőtermesztési és borkészítési eljárások is megkülönböztetik egymástól, ami szintén a differenciáláshoz vezet. Éppen ezért találunk ugyanazon a termőhelyen belül eltérő árakat. Az árkülönbségeket az egyes termelők által választott minőségtanúsító jelek sokfélesége okozza. Az ár elsősorban azt mutatja meg, hogy a lehatárolt termőhely a hierarchia melyik szintjén található, amit a terroir, illetve a terroir és a fajta (általában tradicionális, a termőhelyen őshonos fajta) egymásra hatása határoz meg. Ezt követi maga a lehatárolt termőhely, tehát a hozzákapcsolódó, a csoport (az adott lehatárolt termőhely nevét használni kívánó termelők) minden tagja számára kötelező minőségi követelményekkel, ami nem függ a termelők egyéni döntésétől. Végül pedig a privát minőségtanúsító jelzések, amelyek azonosíthatóvá teszik a bor minőségét (chateau, domaine, cru etc.) és amit a termelők egyéni döntései határoznak meg.

A terroir-hoz kapcsolódóan az alkalmazott technológiának fontos szerepe van a bor minőségében. Deloire és Carbonneau (2002) rámutattak arra, hogy a terroir központi megközelítésben a szüret minősége a termőhely, a fajta és a termesztéstechnológia kölcsönhatásaként írható le. Úgy kell kiválasztani a fajtát, ami a legjobban megfelel az adott termőhelynek az elérni kívánt bor minősége szempontjából. Tehát először azt kell meghatározni, hogy milyen típusú bort kívánunk készíteni, mi a piaci cél (milyen fogyasztónak, milyen piaci szegmensben, minőségben és árban szeretnénk pozícionálni), majd ez alapján történik a termőhely és a termőhellyel összhangban lévő fajta kiválasztása,

úgy, hogy az a legközelebb álljon az elérni kívánt célhoz, minőséghez. A termőhely és a fajta kölcsönhatása meghatározza ugyan a potenciális minőséget, de a termőképesség, a termés hozam, a mikroklíma szintén befolyásolják a minőséget, ami szakszerűen végrehajtott technológiai beavatkozásokat igényelhet a megfelelő minőség elérése érdekében. Ennek értelmében nem elegendő a potenciális minőséget célul kitűzni (a legkiválóbb termőhelyet és a fajtát kiválasztani), de azt kézben is kell tudni tartani (metszés, termés korlátozás, válogatás stb.) a megfelelően kiválasztott termesztéstechnológiával.

Scienza et al. (2001) szerint a bor célul kitűzött sajátosságainak elérése és a hozzá kapcsolódó minőségi egyensúly elérése kritikai és változó döntések sorozatán alapszik. Abban az esetben, ha a fajta tökéletes összhangban van a termőhellyel, a termesztéstechnológia a természeti adottságok egyszerű kísérőjeként jelenik meg. Ez jellemző a grand cru esetében, ahol elsősorban a természeti adottságok jutnak kifejezésre. Ebben az esetben a szőlő minőségét meghatározó tényezők viszonylag egyszerűen mérhetők az alapanyagok és a termelési folyamat ellenőrzéséhez kapcsolódóan. A tapasztalati és bizalmi jellemzők pedig olyan közelítőkké határozhatók meg, mint a termőhely adottságai, a fajta, a termés hozam, stb., ami segít csökkenteni a mérési hibát. A tranzakciós költségek elmélete tekintetében pedig segít csökkenteni az információ aszimmetriát, ami kifejezetten fontos akkor, ha a szőlő a termőhely tulajdonosai és a felvásárló közti megállapodás tárgyát képezi, mivel ott a tranzakció specifikussá válik.

Sok esetben szükségessé válik a termesztés teljes egészében történő követése annak érdekében, hogy a megfelelő minőségű alapanyag kerüljön előállításra, és harmonikus legyen a szőlő cukor-, sav-, aroma- és polifenol tartalma, mivel nem mindig elegendő csak a cukor- és a savtartalom ismerete az érés meghatározásához, valamint a szüreti időpont megállapításához. Ráadásul a termés potenciális alkoholtartalma és egyensúlya a többi összetevővel igen változékony, amit nagyban befolyásol a termőhely és a fajta kölcsönhatása. Éppen ezért ezekben az esetekben nem elegendő ez utóbbi két tényezőre alapozni a minőség meghatározását, hanem szükség van a kiegészítő vizsgálatokra, mérésekre, valamint a szőlőérés ellenőrzésére, annak érdekében, hogy csökkenjenek a mérési hibák és az információ aszimmetria, tehát összességében a tranzakcióhoz kapcsolódó költségek. Ezért olyan ösztönző és ellenőrző rendszert kell kidolgozni a termelő (termőhely tulajdonosa) és a felvásárló közti kapcsolatban, ami csökkenti az opportunistá magatartásból eredő problémákat, így a morális kockázatot és a kontraszelekciót (Giraud-Héraud et al, 1998).

Rayo (2002) szerint csapatban történő termelés esetén, az információ aszimmetria a csapat tagjai között annál jelentősebb lehet, minél összetettebb a termék minősége. Ilyen

lehet, például a szövetkezeti termelők csoportja vagy adott védett eredetű bort termelők csoportja. A minőségi követelmények betartásának ösztönzése tekintetében két tényező segít az információ aszimmetria minősítésében:

- a csapat tagja által kifejtett egyéni erőfeszítés ellenőrizhetősége a csapat többi tagjához képest: annál nehezebb ezt az erőfeszítést ellenőrizni, minél összetettebb a termék minősége, ami általában implicit ösztönzők alkalmazásához vezet a termék minőségének betartása érdekében,
- a csoport tagjának egyéni, marginális hozzájárulása a csapat termeléséhez: minél jelentősebb a marginális hozzájárulás annál hatékonyabb az explicit ösztönzők alkalmazása azért, hogy növekedjen a csapat tagja által a minőségi követelmények betartására kifejtett erőfeszítése.

Rayo szerint az egyéni erőfeszítés ellenőrizhetősége a csoport szempontjából igen nehéz, különösen akkor, ha a csoport egy tagjának hozzájárulása viszonylag magas a közösen termelt termékhez. Ebben az esetben hatékony lehet, ha az ellenőrzés jogával ezt a tagot ruházza fel a csapat.

A minőségi problémák elkerülésére, általában bevezetésre kerül a technológiai követelményrendszer, ami lehetővé teszi a minőségi jellemzők változásának kontrolálását. A technológiai követelményrendszer megjelenhet jogszabály szinten (ld. AOC, védett eredetű borok szabályzata) illetve a tranzakcióhoz kapcsolódóan a szerződések keretében (privát minőségi standardként), ami a jogszabályban leírt minimum követelményeknél lehet szigorúbb, hiszen így biztosítható a differenciálás, vagy az egyedi nehezen utánozható termék a versenytársakkal szemben.

A termőhelyi tipikus jellemző (*typicité, typicality*) a bor olyan sajátos minőségét, sajátos organoleptikus tulajdonságait jelenti, ami az adott termőhely adottságaiból származik, és ami más termőhelyen nem reprodukálható (Letablier és Nicolas, 1994 cit in Vaudour, 2003). Ahhoz, hogy a tipikus jellemző elérhető legyen, Laporte (2000a) szerint a lehatárolt termőhely (pl. borvidék és annak védett eredetű termőhelyei) ellenőrző rendszert állít fel, amelyet jogszabályban hirdetnek ki. A védett eredetű borok szabályzata meghatározza a telepíthető fajták körét, a sor- és tőtávolságot, a hektáronkénti tőszámot, a töke-művelésmódot, a metszésmódot, a maximális terméshozamot, a minimális alkoholtartalmat, analitikai jellemzőket és a forgalomba hozatal előtti érzékszervi ellenőrzést. A borkészítési eljárásra vonatkozóan nincs részletes leírás, a termőhelyen használatos eljárások a jogszabályok betartásával alkalmazhatók. Ugyanakkor a borkészítés egy-egy elemére vonatkozhatnak pontos előírások, pl. speciális termék készítésénél Champagne esetében, de

ilyen a fahordóban vagy palackban történő erjesztés minimális idejére vonatkozó előírások megállapítása.

A forgalomba hozatal előtt a főként termelőkből álló borbíráló bizottság végzi el a borok kóstolását és állapítja meg a forgalomba hozatalra való alkalmasságot. Ez a szabályozás felel meg a jogszabályok által kötelezően előírt minőségtanúsító jelnek, ami a termelők egyéni döntéseitől független, és mindenki számára kötelező, aki a minőségtanúsító jelet használja. A védett eredetű borok szabályzatának betartása teszi lehetővé a tipikus termék elérését. A tranzakciós költségek tekintetében pedig ez a szabályzat hozzájárul ahhoz, hogy a keresett minőség elérhető legyen, amit a védett eredetű borok szabályzatának betartásához kapcsolódó ellenőrzési rendszer és a borbíráló bizottság biztosít. Éppen ezért a védett eredetű borok szabályzatának óriási szerepe van a tranzakciós költségek csökkentésében, hiszen meghatározza a minőséghez kapcsolódó tényezők körét és szintjét, ami viszonylag jól mérhető.

A védett eredetű borok szabályzata ugyanakkor, nem teszi lehetővé, hogy pontosan megmondjuk egy adott bor tulajdonságainak összességét, hiszen az termelőtől függően változhat, a termelő által kiválasztott és alkalmazott borkészítési eljárásnak köszönhetően. A termelő maga választhatja meg, hogy a védett eredetű bor szabályozásához képest alkalmaz-e szigorúbb terméskorlátozást, ő választja meg, hogy érleli-e a bort fahordóban és mennyi ideig érleli, ő irányítja a fermentációt és választja meg a fajta összetételt, a különböző fajták házasítási arányát. Ettől olyan sokszínű az ugyanazon védett termőhelyen termelt borok minősége. Tehát a borminőségnek léteznek olyan összetevői, amit az egyéni döntések határoznak meg, és olyanok, amelyek a szőlő olyan speciális jellemzőihez köthetők, amelyeket viszonylag nehéz megmérni. Ilyen esetben a privát standardok, szerződésben meghatározott követelményrendszerek és a privát minőségtanúsító jelek (márka, birtok neve, termelő neve) segíti a minőség azonosítását. A tranzakció tekintetében pedig valamilyen harmadik személy (márka-védjegy, hírnév, minősítő szervezet) garantálja a termék minőségét.

Megfigyelhető, hogy a minőségi standardok elősegítik a tranzakciós költségek csökkentését, ami a termék jellemzőin, és a jellemzők mérésén alapszik. A jellemzők indirekt módon, közelítők segítségével harmadik fél számára mérhetők. Azzal, hogy a minőségi standardokat bevezetik, a tulajdonságok egyre inkább keresett tulajdonsággá alakulnak, a tranzakció pedig egyre közelebb kerül a piaci irányítási struktúrához. Ugyanakkor a termelőkben megvan az az igény, hogy megkülönböztessék magukat versenytársaiktól, ehhez viszont privát standardokat kell bevezetniük, ami segíti a differenciálást, ugyanakkor magasabb tranzakciós költséget is von maga után, ami pedig az irányítási struktúra

átalakítását is eredményezi (egyre integráltabbá válik) annak érdekében, hogy csökkenthetők legyenek a tranzakcióhoz kapcsolódó költségek.

b) A fajtából adódó sajátosság

Bisson (2001b) szerint a borminőség a fajta sajátosságaiból is adódhat, ahol a cél az, hogy olyan bort állítsunk elő, ami a fajta speciális tulajdonságait fejezi ki. Létezik néhány olyan fajta, ami önmagában sajátos tulajdonsággal, komplexitással rendelkezik a szüret pillanatában, és amelyeknek általában nincs szükségük speciális utókezelésekre a megfelelő minőség eléréséhez.

Tradicionálisan azokban az országokban, ahol a termőhely megközelítést alkalmazzák a minőség kifejezésére, a fajtajelölés csak ritkán szerepel a bor címkéjén (Franciaországban csak Alsace esetében), ilyenkor a fajtanév a földrajzi megjelölés mellett plusz értéket képvisel. Olyan újvilági bortermelő országok esetében, mint az USA, Ausztrália, D-Afrika, Argentína vagy Chile, a fajtajelölés sokszor kizárólagosan jelenik meg, és a fajtaborok dominálnak. Bár nem mondható, hogy a kétféle stratégiai megközelítés mindig tisztán és elkülönülten jelenik meg (Chambolle és Giraud-Héraud, 2002), hiszen a piaci igények változásával ez is dinamikus fejlődést mutat: látva az újvilági fajtaborok piaci sikerét az elmúlt 15 évben a hagyományos európai bortermelőknél, mint pl. Franciaországban egyre inkább felmerül az az igény, hogy a fajtanévet fel lehessen tüntetni az AOC borok címkéjén (amit jelenleg nem enged a védett eredetű borok szabályozása). Ugyanakkor az újvilági országok pedig a fajta mellett bizonyos esetekben feltüntetik a termőhelyet is (Kalifornia, Új-Zéland, Argentína stb.), ami plusz megkülönböztetési elemként szolgál a fajta és a márkanev mellett (100% Napa Valley, Sonoma, Mendoza, Adelaide Hills etc.).

Magyarország esetében hagyományosan a termőhely és a fajta együtt jelenik meg a címkén (Badacsonyi Szürkebarát) mind az őshonos, mind a világfajták esetében és csak az utóbbi időben kezdenek a küvék elterjedni, a fogyasztói igényeket követve. Korábban a házasításoknak inkább negatív kicsengése volt (vegyes fehér), de a minőségi bortermelés, a borkultúra és a fogyasztói ízlés fejlődésével, megkezdődött a népszerű fajtákból történő tudatos, a fogyasztó ízléséhez igazodó küvék összeállítása, ami sokszor a Bordeaux-i vagy Burgogne-i stílus imitálásaként jelenik meg (Merlot-Cabernet) a hazai piacon. Ugyanakkor számos hazai és világfajta házasításából származó sikeres bor kerül forgalomba: pl. Merlot-Kékfrankos-Cabernet.

Martin (1998) szerint a fajtabor stratégia a fogyasztókat elsősorban a borok világviszonylatban történő egyszerű azonosíthatóságával, valamint az egységes organoleptikus jellemzőkkel, felismerhetőségével célozza meg, ami tulajdonképpen biztonságot jelent a fogyasztó számára. Ezért a fajtaborokat egydimenziós terméknek is nevezik. Ez az egységes karakter lehetővé teszi azt, hogy a fogyasztó, különösen az új borfogyasztók, könnyen összekössék az ízt és az élvezeti értéket az egyre inkább globalizálódó borpiacon. Ugyanakkor Martin (2003) arra is felhívja a figyelmet, hogy közösségi (EU) szinten a fogyasztó számára nem elegendő csak a fajta és a márka feltüntetése, hiszen a termőhely és az évjárat igen nagy eltéréseket mutat, tehát a nagy változékonyság miatt fel kell tüntetni a bor eredetét, a termőhelyet.

Bisson (2001c) szerint az innováció, különösen a technológiai fejlődés lehetővé teszi az időjárás és a termőhely hatásának csökkentését a szőlő- és bortermeletés területén. A technológia hatása az aromák kialakulásában néhány fajtánál igen erőteljesen jelentkezik, különösen azoknál, amelyek nemzetközi szinten elismertek: Cabernet sauvignon, Merlot, Syrah, Pinot noir, Chardonnay, Sauvignon blanc, amit a hat legfontosabb világfajtának is neveznek. A fejlett technológia alkalmazása (pl. irányított erjesztés, hősokk eljárás, szelektált élesztők stb.) lehetővé teszi a fajta szín és aromaanyagainak feltárását, másrészt csökkenti a termelési költségeket és hozzájárul a borkészítési eljárásokhoz kapcsolódó kockázat csökkenéséhez. Az innováció eredményeként történt például a dél-francia Languedoc-Roussillon régió borvidékeinek szerkezetátalakítása a 80-as évek közepétől kezdve, ahol az említett fajtákat először az asztali borok minőségjavítására használták fel, majd a technológiai fejlődéssel egy új borkategória, a Vins de Pays d'Oc, fajtaborok kategóriája alakult ki, ami minőségben és árban fel tudja venni a versenyt az újvilági fajtaborokkal (Montaigne, 1999). Igaz ezek a borok a francia szabályozás értelmében nem lehetnek minőségi borok, mert nem a védett eredetű termőhelyen őshonos, hagyományos fajtából készül a bor, ugyanakkor az észlelt minősége sokszor vetekszik az AOC borok minőségével. Így csak tájbor kategóriában hozhatók forgalomba, de erre a termékre külön standardot, minőségi követelményrendszert dolgozott ki a borvidék.

A fajtaborok egydimenziós karakterük miatt igen érzékenyek a divatra, a fogyasztási szokásokra, ami viszonylag gyorsan változik. Tíz évvel ezelőtt szinte mindenki a Chardonnay-t kereste, és termelte, ma eljutottunk az „everything, but Chardonnay” jelenséghez, ami érezteti hatását az újvilági bortermelető országokban is. Ma már nemcsak az EU piacát érinti a túltermelés, hanem pl. ezt a fajtát az Egyesült Államokban és Ausztráliában is a túlkínálat jellemzi, ahol 2004-ben és 2005-ben jelentős feleslegek keletkeztek,

Ausztráliában 2005. évvégén 5 millió hl borfelesleg levezetésére keresik a megoldást (Vitisphere, 2006). Az egyszerűen azonosítható ízek hatékony stratégiát jelenthetnek az új borfogyasztók és az alkalmi borfogyasztók megnyerésére, ugyanakkor ez az egységesítés kockázatos is lehet, ha a termelő nem tudja kézben tartani a termelés, a feldolgozás és a kereskedelem költségeit, hiszen a gyors változás miatt a termék tulajdonságait és a hozzákapcsolódó beruházásokat is viszonylag gyorsan kell változtatni, ami gyors alkalmazkodóképességet feltételez és óriási tőkét, amivel finanszírozható az alkalmazkodás a megváltozott körülményekhez.

A tranzakciós költségek tükrében a fajta és a termőhely kölcsönhatása, így a termőhely sajátosságai (a helyspecifikusság) kiiktatásra kerülnek, ami fontos szerepet játszik a termelő (szőlőültetvény tulajdonosa) és a felvásárló közti tárgyalás során. Ugyanis a tárgyalás során a termőhelynek, az ültetvény és a fajta tulajdonosának kevés szerep jut a tárgyalás során, így a termelő által megszerezhető jövedelem is lényegesen kevesebb, mint a termőhelyi megközelítés esetén. Ebben az esetben olyan kétoldalú megállapodás figyelhető meg a felvásárló (szőlőfeldolgozó borászat) és a beszállítók (szőlőtermelők) között, amelyben a szőlő származásának nincs jelentősége. Az alkalmazott termesztéstechnológia és borkészítési technológia segíti elő a költségek csökkentését. Tehát a termelők és a termőhely által hordozott hozzáadott értéket a technológia helyettesíti, ahol a jövedelem és a hozzáadott érték nagyobb arányban keletkezik a feldolgozónál, a termőhely specifikus minőségi bortermeléshez képest. Ráadásul a globalizálódó világpiacon a fajtabor stratégia, illetve a technológián keresztül történő költségcsökkentés vezet oda, hogy a borvidékek egymás konkurenciái lesznek a világpiacon. Ahhoz, hogy ezt a típusú terméket hatékony költséggel elő lehessen állítani, és ezáltal kedvező minőség/ár aránnyal lehessen a borokat pozícionálni a piacon, olyan termőhelyet kell keresni, ahol költség hatékonyan elő lehet állítani a terméket. Nem véletlen, hogy a fajtaborokat elsősorban a világ azon borvidékein állítják elő – egyébként az európai vállalatok egy része is –, ahol alacsonyabbak a termelési költségek és kevésbé megszorító a szabályozás a telepítésre és a termelésre vonatkozóan Európához képest (Montaigne, Martin 2002, Wine and Spirits Intelligence, 2003). Ráadásul a borpiac globalizációja az irányítási struktúrák területén is változást hozott: a piacon domináns multinacionális cégek irányítását és stratégiáját is befolyásolta, ami elsősorban a szőlő-borágazat szereplőinek koncentrációját vonja maga után (Coelho és Rastoin, 2005).

c) A stílus, mint minőség

Bisson (2001c) szerint a bor stílusaként is meghatározható a bor minősége. A stílus adott borászat azonosíthatóságát teszi lehetővé: a borászat kidolgozza saját stílusát valamely adott fajtához vagy speciális termőhelyhez kapcsolódóan, amit a piac egy kis szegmense igényel. Pl. olyan Chardonnay készítése, ami barrique hordóban érlelt, ezáltal olyan ízeket és aromákat kap, ami nem a szőlőültetvényből származik, nem tulajdonítható sem a fajtának, sem a termőhelynek, hanem a bortermelő sajátos borkészítési eljárását tükrözi, amivel meg tudja magát különböztetni a többi termelőtől. Ez a stratégia sajátos definíciót ad a bor minőségének, ami az ideálshoz áll közel, és amely hatással van az alkalmazott szőlőtermesztés technológiára, valamint a pincében alkalmazott borkészítési eljárásra.

Ebben a minőségi megközelítésben mind a termőhely, mind a fajta specifikussága visszaszorul, és előtérbe kerülnek az emberi és fizikai specifikus tényezők, amelyek kizárólag a pincében jelennek meg. A tranzakciós költségeket tekintve ebben az esetben a pince számára teszi lehetővé a jövedelem kézben tartását.

1.4.1.2. Minőség a bor harmonikus egysége

A fajtabor stratégiával szemben, ahol a tulajdonságok viszonylag egyszerűek, „egydimenziósak” és a fogyasztó számára könnyen azonosíthatóak, a bor komplexitása is a borkészítési stratégia középpontjába helyezhető, amikor a bor jellemzőinek összessége, az aromák, az ízek harmóniája kerül előtérbe. Ebben az esetben tehát „többdimenziós” termék előállítása a cél. A bor tulajdonságainak harmóniája ad komplex, kellemes érzést a kóstoló számára, ami jól elkülönül egy egyszerű fajtabor által nyújtott érzéstől és élvezeti értéktől (Bisson, 2001c). Minél összetettebbek a bor jellemzői, annál jobban ki lehet használni a diverzitás adta lehetőségeket a borkészítésnél.

A bor sokdimenziós tulajdonsága teszi lehetővé, hogy horizontálisan és vertikálisan is meg lehessen különböztetni a bor komplexitását (Bisson, 2001c):

- Horizontális komplexitásról akkor beszélünk, ha a borban többféle íz és aroma található, ami a kóstolás pillanatában érezhető. A kóstoló gyorsan felismeri a nagy koncentrációban jelenlévő összetevőket, ami ugyanakkor elrejtje a kis koncentrációban jelenlévőket. A bor kémiai összetevői stabilak maradnak, ugyanakkor néhány összetevő felismerhetősége változik a kóstolás során.
- Vertikális komplexitásról akkor beszélünk, amikor a pohárban lévő bor aromái és íze folyamatosan és pozitívan változnak. Ahogy a bor kémiai összetevői változnak, más és más aromák jelennek meg. Bizonyos összetevők nem ismerhetők fel a kóstolás elején,

mert az illékony összetevők azokat először eltakarják, és csak később válnak felismerhetővé a kóstoló számára. A vertikális komplexitás alapján lehet megállapítani azt, hogy a bor harmonikus és az idő előrehaladtával a kóstolás során a bor tulajdonságai mindig egyensúlyban vannak.

„Többdimenziós” termék előállítása esetében a bor minősége és komplexitása a termőhely és a fajta kölcsönhatása mellett, az elérni kívánt komplex jellemzőknek megfelelő szőlőtermesztés technológia és a borkészítési eljárások függvénye. Ahhoz, hogy ez a komplexitás elérhető legyen, igen szoros együttműködés szükséges a szőlőtermelő és a borkészítő között, a megfelelő minőség biztosítása érdekében. Éppen ezért a tranzakciós költségek tekintetében számos specifikus beruházásra van szükség a kitűzött cél elérése érdekében, ami vagy hosszú távú együttműködést igényel a szőlőtermelő és a borászat között, vagy egy vállalkozáson belül történik a szőlőtermesztés, azaz az alapanyag előállítás ellenőrzése a vertikális integráció révén történik.

1.4.1.3. Minőség = a kifogások hiánya

Bisson (2001c) szerint előfordul az is, hogy a differenciálás stratégiája olyan bor előállításához vezet, amelynél hiányzik a harmónia, de az is előfordul, hogy az alkalmazott borászati eljárások következtében veszt el a bor a harmonikus tulajdonságát. A bortermelő országokban éppen ezért határozzák meg az alkalmazható, a szabályozott és a nem engedélyezett borászati eljárások körét. Ezen a területen is számos eltérést találunk az EU és az újvilági szabályozás között. Az EU közösségi szinten meghatározza az alkalmazható borászati eljárásokat, illetve a bor analitikai paramétereit számos tényező tekintetében, ami minden EU tagállam számára kötelező, a tagállamok pedig a közösségi szabályokat szem előtt tartva alakítják ki a borászati eljárásokra vonatkozó nemzeti szabályozásukat. Ugyanakkor az engedélyezett borászati eljárások az újvilági országokban lényegesen megengedőbbek a közösségi szabályozáshoz képest, ami különösen a globalizálódó világpiacon jelent versenyhátrányt az európai termelők számára és az Újvilágban termelt borok előnyére, ami különösen a kétoldalú borkereskedelmi megállapodások tárgyalásakor csúcsosodik ki (ld. EU-USA borkereskedelmi megállapodás), az alkalmazott eljárások kölcsönös elismerésével. Így olyan borászati eljárásokat is elismernek, amelyek nem engedélyezettek az EU termelői számára, pl. chips használata, bár ezen a területen előrelépés történt a közösségi szabályozásban, pl. a savtartalom ioncserélővel történő tompítása, víz hozzáadása a borhoz max 7%-os mértékig, aroma hozzáadása a borhoz (Vitisphere, 2005).

Abban az esetben, ha a borszőlő minősége nem felel meg a kívánt, célul kitűzött minőségnek, a termelők a borászati eljárások alkalmazásával próbálnak a bor jellemzőin javítani. Az eljárások nemcsak kockázatosak, de költségesek is lehetnek.

A bor minőségével kapcsolatos definíciók elemzése rávilágít az elérni kívánt borminőség és a borászati vállalkozások által alkalmazott stratégia közti összefüggésre a borszőlőtermesztés tekintetében. A minőségi jellemzők ellenőrzése és mérése teszi lehetővé a minőség meghatározását és befolyásolja az alkalmazásra kerülő irányítási struktúrát, termelésszervezési formát. Minél összetettebb a célul kitűzött borminőség, annál inkább az integrált szervezeti forma (vállalat, szervezet) a megfelelő a tranzakció végrehajtásához, a minőségi alapanyag előállításához. Mivel a tranzakció és a szerződések az alapanyag minőségére vonatkoznak, és a saját vizsgálataink esetében is a szerződések a borszőlőre és annak minőségi paramétereire vonatkoznak, ezért célszerű megnézni azokat a tényezőket, amelyek befolyásolják a borszőlő minőségét és azokat a tulajdonságokat, amelyeket a felvásárló borászati keres az általa célul kitűzött borminőség eléréséhez.

1.4.2. A borszőlő kémiai összetevői és kapcsolata a bor minőségével

A bor kémiai összetevőit (Kállay, Eperjesi, 1999; Bisson, 2001a) a szőlő kémiai összetevői, a mikroorganizmusok biológiai tevékenysége, a borkészítési eljárások és az érlelés határozzák meg. Az összetevők egymásra hatása a borkészítés A borok minőségét számos tényező együtt, egymással kölcsönhatásban határozza meg, amit Jackson és Lombard (1993) részletesen elemeznek (ld. 9. ábra). Leírják azokat a tényezőket, amelyek meghatározzák a borszőlő kémiai összetételét, és amelyek alapvetően definiálják a minőségi termék fogalmát. A minőséget meghatározó tényezők különböző mutatókkal írhatók le: mint pl. a cukortartalommal, szerves savak koncentrációjával, a pH érték, fenol és antocián vegyületek koncentrációjával, terpének és egyéb vegyületek koncentrációjával.

1.4.2.1. A hierarchia első szintjén található tényezők:

- **Makroklíma:** földrajzi szélesség, tengerszint feletti magasság, domborzat

A tényezők közül, Carbonneau (2001) szerint a klíma kerül az első helyre, mivel ez befolyásolja leginkább a termelés eredményét, a növényvédelmet, a termék minőségét és a bor jellegzetességeit az adott bortermő területen. A potenciális szőlő-termőhelyek makroklímája tekintetében számos index (heliotermikus index, szárazsági mutató, éjszakai lehülési mutató)

segíti a termőhely körzetekre, alkörzetekre osztását. Carbonneau feltételezi, hogy a három klimatikus index viszonylag homogén kombinációja felhasználható a termőhely leírására.

Tehát a szőlőtermelők számára az egyik legfontosabb feladat olyan indexek megállapítása, amelyeken keresztül azonosíthatók a szőlő-termőhelyek, és a homogén körzetek, illetve amelyek segítségével előre jelezhető az adott termőhely potenciálja a minőségi alapanyag-termelés tekintetében.

- **Mezoklíma:** hőmérséklet, szél, csapadék, kitettség, a levegő nedvességtartalma

Helyi szinten, adott borvidékre, körzetre vonatkoztatva értelmezhető (Carbonneau, 2001). A mezoklímát a tengerszint feletti magasság befolyásolja, amit módosít a lejtőszög és a lejtő égtáji kitettsége. A mezoklíma kölcsönhatásban áll a talajadottságokkal, a fajtaival, a szőlőtermelési és borászati technológiával, ami együtt határozza meg az adott termőhelyet. A termőhely és a bor sajátosságai között szoros összefüggés figyelhető meg. A fizikai tényezők (klíma és talaj), a biológiai tényezők (fajta, alany) és az emberi tényezők (technológia) együtt alakítják ki a homogén szőlő- és bortermelő területeket (bortermelő régiókat, borvidégeket).

- **Mikroklíma**

A mikroklíma a szőlő közvetlen közelében kialakuló klimatikus viszonyokat foglalja magában. A mikroklimatikus tényezők hasonló mértékű eltérést és változást mutathat, mint, ami a mezo- vagy makroklimatikus tényezők esetében tapasztalható. A növény mikroklímáját közvetlenül befolyásolja a tőkeforma és a metszésmód, ami leírható a napsütésnek kitett levélfelület nagyságával (Carbonneau, 2001). Ugyanazon a makro- és mezoklimatikus jellemzőkkel rendelkező termőhelyen a mikroklíma elemzése rámutat arra, hogy a tőkeforma nagyban meghatározza a szőlő és a bor jellemzőit, ugyanolyan hatással van a bor sajátosságaira, mint a termőhely. A napsütésnek kitett levélfelület, a terméshozam, a termőképesség egymásra hatása hozzájárul ahhoz, hogy mikroklimatikus szinten, magyarázatot kapjunk a szőlő és a bor sajátosságaira és a minőségére.

A bor sajátosságai egyrészt olyan tényezőktől függenek, amit a termelő befolyásolni tud, így a telepített fajtától, az alkalmazott metszés módtól, a termeléstechológiától, másrészt olyan tényezőktől, amire a termelőnek kevés ráhatása van, ilyen a klíma (makro-, mezo- és mikroklíma). Éppen ezért az időjárás változása véletlenszerűen alakíthatja a bor tulajdonságait, így az évjáráthatásnak fontos szerepe van a bor minőségének alakulásában.

Az időjárás változását három intervallumban elemezhetjük, figyelembe véve az éven belül lezajló időjárás változást, az egyik évről a másikra történő időjárás változást, valamint a hosszútávon jelentkező ciklusokat és időjárási tendenciákat.

- *Az éven belüli időjárás változás* a szőlő fejlődése szempontjából meghatározó, a szőlő különböző fenofázisaiban az időjárás alakulása pl. a megfelelő kötődéshez, a bogyók zsendüléséhez és a bogyók beéréséhez.
- *Az időjárás alakulása egyik évről a másikra:* ez adja az évjárathatást, ami a szőlészet és borászat központi eleme. A szőlőtermésre és a szőlő beérésére vonatkozó vizsgálatok egyértelműen megerősítik azt, hogy az időjárás alakulása évjárathatással van a bor minőségére (Carbonneau, 2001). Az elemzések azt is kimutatták, hogy az évjárathatást is be kell vonni a termőhely jellemzői közé. Ugyanakkor a művelésmód az egyik olyan elem, ami stabilizáló tényező lehet az évjárathatással szemben, vagy legalábbis csökkentheti az évjárathatást. Kontinentális klíma esetén nagyon nehéz kiküszöbölni az évjárathatást, a szélsőséges időjárás miatt, ami igen nagy ingadozást okozhat egyik évről a másikra a termés mennyiségében és minőségében. Az eltérés mértéke termésmennyiség esetében elérheti a 30-50%-ot. Magyarországon erőteljesen jelentkezik az évjárathatás, ami az egyik oldalon hozzájárul a borok sokszínűségéhez, a másik oldalon viszont igen nagy kockázati tényezőt is jelent, mivel nem biztos, hogy évről évre ugyanazt a minőséget tudják a termelők a piacon kínálni, ami gyakran versenyhátrányhoz is vezet.
- *Ciklusok, időjárási tendenciák változása:* a naptevékenység 11 éves ciklusaiból adódik, valamint megfigyelhető a korai és a késői termésbeéréssel jellemezhető évjáratok váltakozása (Carbonneau, 2001). A hosszú távú tendenciák megváltozása, pl. klímaváltozás, gyökeresen átalakítja a termőhely jellemzőit, a fajtaösszetételt és a szőlőtermesztés-technológiát.

Magyarország esetében azt, hogy adott terület alkalmas-e szőlőtermesztésre, a termőhelyi kataszter összeállításánál figyelembe vett tényezőkkel írjuk le, amit az FVM SZBKI Kecskeméti Kutatóintézete dolgozott ki (95/2004 FVM rendelet). Ennek megfelelően az alábbi tényezőket veszik figyelembe a termőhely minősítésekor:

- agrometeorológiai tényezők: különös tekintettel a téli, a tavaszi és az őszi fagykár gyakoriságára;
- talaj: a talaj típusa, a talajképző közet típusa, a kémhatás és mészállapot, a fizikai félesége, a vízgazdálkodása, a humuszkészlet, a termőréteg vastagsága és a terület egyöntetűsége alapján;
- a terület vízgazdálkodása;
- erózió mértéke;

- a terepviszonyok közül: a lejtőszög és égtáji kitettség, a tengerszint feletti magasság és domborzat, a környezet és beépítettség;
- a terület hasznosíthatósága (nagyüzemi, kisüzemi);
- útviszonyok.

A felsorolt tényezők alapján Magyarországon négy minősítési osztályt találunk, ezen belül pedig számos clustert (M1/1. táblázat):

Minősítés	Cluster-csoportok	Minősítési jellemzők
I. osztály szőlőtermesztésre kiváló adottságú	5. fő-cluster	Nagyon jó fekvésű, jó talajú, nagyon jó terméshozamú területek
	4. fő-cluster	Nagyon jó fekvésű, jó talajú, nagy terméshozamú területek
	3. fő-cluster	Jó fekvésű, jó talajú, nagy terméshozamú területek
II.1. osztály szőlőtermesztésre kedvező adottságú	2. fő-cluster	Közepes fekvésű, jó talajú, változóan terméshozamos területek
	1. fő-cluster:	
	1/5. al-cluster	Jó fekvésű, jó talajú, gyenge terméshozamú területek
	1/4. al-cluster	Közepes fekvésű, jó talajú, gyenge terméshozamú területek
	1/3. al-cluster	Közepes fekvésű, közepes talajú, jó terméshozamú területek
II.2. osztály szőlőtermesztésre alkalmas	1/2. al-cluster	Gyenge fekvésű, közepes talajú, gyenge terméshozamú területek
Szőlőtermesztésre alkalmatlan	1/1. al-cluster	Gyenge fekvésű, gyenge talajú, gyenge terméshozamú területek

M1/1. táblázat: A szőlő termőhelyi kataszterének minősítő cluster-elemei (95/2004 FVM rendelet)

Magyarországon a szőlőtermesztésre alkalmas területek nagysága 300 000 ha-t tesz ki, jelenleg borszőlővel ténylegesen betelepített területek nagysága pedig összesen 87 017 ha. A minőségi bort adó szőlőtermelésre alkalmas területet egyébként az I. és az II/1. osztályba sorolt területek jelentik. Az adatokból jól látható, hogy még bőven rendelkezésre áll olyan terület, ami minőségi bortermelésre alkalmas. Ennek a ténynek elsősorban a szőlőültetvények szerkezetátalakításánál, és a védett eredetű bort adó termőhelyek lehatárolásánál van igazán jelentősége. Ugyanakkor a borvidékek kialakítása az I. és II. osztályba sorolt területek alapján történt. Értelemszerűen a termőhelyek lehatárolása – ami tágabb kategóriát jelent – nem mindig esik egybe a meghatározott termőhelyek, illetve védett eredetű termőhelyek lehatárolásával, mivel azok több kisebb, a különböző tényezők által meghatározott egyöntetű zónából, termőhelyből, terroir-ból állnak (Scienza et al. 2001).

- **A genotípus:** szőlőfajta, klón, alany

A zónák, termőhelyek, alkörzetek stb. kialakításának módszerét tekintve igen fontos kérdés azoknak a fajtáknak a meghatározása, amelyek mind minőségi mind mennyiségi szempontból a leginkább megfelelnek az adott termőhely jellemzőinek. A termőhely szempontjából két fajtacsoportot különböztethetünk meg:

- Azokat a fajtákat, amelyek kevésbé függenek a termőhelytől, ezek az ún. világfajták mint pl. a Chardonnay, a Sauvignon blanc, a Merlot, a Cabernet sauvignon, Syrah stb. Főként francia eredetű fajták, amelyek a nagyhírű francia borvidékek zászlós fajtái (Bordeaux, Bourgogne, Chablis stb.), és amelyek sikerre vitték az Újvilág borászatát.
- Azokat a fajtákat, amelyek eltérő minőséget adnak a termőhely klimatikus és talajadottságaitól függően. Így a fajtára jellemző tulajdonságok egy meghatározott termőhelyre korlátozódnak, ott tipikusak, máshol termelve viszont nem tipikus jellemzőket mutat az ilyen fajtából készült bor. Ez a felfogás elsősorban az európai bortermelést jellemzi. Magyarország esetében tipikusan ilyen fajta pl. a Furmint, a Juhfark vagy a Hárslevelű.

Olyan fajta használata, ami a termőhely tekintetében inkább semleges, akkor lehet előnyös, ha a termelő az alkalmazott technológia segítségével szeretne minőségi bort előállítani, háttérbe szorítva ezzel a termőhely jellegzetességeit. Ugyanakkor a fajták „termőhely semlegessége” inkább hátrányt jelent abban az esetben, amikor a bor minősége a különböző termőhelyek egymásra hatásának eredményeként a házasítás segítségével jön létre (Scienza et al. 2001). Ebben az esetben akkor mondhatjuk, hogy a fajta stabil, ha a szőlőbirtokok vagy borászatok tekintetében kis eltérést mutat.

Azt a tulajdonságot, hogy bizonyos fajták igen stabilak, főként azok a borászatok használják ki, amelyek elsősorban a nemzetközi piacokat célozzák meg stratégiájukkal: ilyenek az újvilági bortermelők, vagy Franciaország bizonyos termékeit, mint pl. a Vins de Pays d’Oc, VDP Jardins de France, VDP Vignobles de France borokat termelő borászatok. A semleges fajták a termesztéstechnológia és a borkészítési technológia fejlődésével párosulva képesek állandó minőségű bort adni a teljes termőterületen (Montaigne, 1997, Martin, 2003).

Magyarország szőlőfajtái igen sokszínűek és nagy változatosságot mutatnak. Összesen 160 borszőlőfajtát találunk a termesztésben, ebből a legjelentősebbeket az alábbi táblázat mutatja be:

M2/2. táblázat: A legjelentősebb Magyarországon termelt borszőlőfajták megoszlása területük alapján

Fajta	Szín	Terület (ha)
Olaszrizling	fehér	7 349
Zala gyöngye	fehér	4 265
Furmint	fehér	4 033
Rizlingszilváni (Müller-Thurgau)	fehér	3 989
Ezerjó	fehér	3 300
Chardonnay	fehér	3 130
Chasselas	fehér	3 000
Arany sárfehér	fehér	2 687
Cserszegi fűszeres	fehér	2 553
Hárslevelű	fehér	2 448
Zöld veltelini	fehér	1 869
Rajnai rizling	fehér	1 778
Kövidinka	fehér	1 732
Kunleány	fehér	1 692
Kékfrankos	vörös	8 423
Zweigelt	vörös	2 742
Cabernet sauvignon	vörös	2 283
Merlot	vörös	1 459
Kadarka	vörös	1 389
Cabernet franc	vörös	1 087
Pinot noir	vörös	699
Egyéb		24 808
Összesen:		87 017

Számos őshonos fajtaival rendelkezünk, amelyek a Kárpát-medencében alakultak ki, az itt jellemző klímának megfelelően, mint pl. a Furmint, a Hárslevelű, a Juhfark, az Ezerjó, a Kadarka. Ugyanakkor a szőlőfajta-nemesítés is nagy múltra tekint vissza, így jó néhány új nemesítésű fajtaival, klónnal és új fajhibriddel találkozunk. A genetikai sokszínűség igen nagy előnyt jelent, hiszen nagy választási lehetőséget ad a termelőknek. Ez a génforrás szolgáltat alapot az újabb nemesítésekhez és egyben kiváló alkalmazkodóképességet is biztosít. Ezért törekedni kell arra, hogy ez a változatosság és genetikai alap fennmaradjon.

Ugyanakkor az egyes termőhelyeken, borrégiókban, borvidékeken, meg kell találni azokat a fajtaikat, amelyek leginkább jellemzőek az adott termőhelyre, megkülönböztetésre érdemesek, és amelyekből a piac által elismert minőségi bor készíthető. Így ezek a fajták adhatják egy-egy termőhely jellegzetes borait. Magyarország nemcsak a helyi fajtaikat emeli ki és teszi védett eredetű borokká, hanem a világfajtaikat is ld. a Villányi Borvidék védett eredetű borai, ahol megtaláljuk a Cabernet és a Merlot, mint világfajtaikat. Ezek a fajták a termőhely adottságaival kombinálva kiváló minőségű bort adnak, ahol az elsődleges cél nem a borok nemzetközi piacra történő szállítása, hanem a hazai kifinomult ízlésű fogyasztókkal történő elismertetése.

- **A talaj és a víz:** termőréteg, szerkezet, tápanyagtartalom, vízmegtartó képesség

Jackson és Lombard (1993) szerint sokkal nehezebb értékelni a és bizonyítani a talaj hatását a szőlő és a bor összetevőinek tekintetében, mint a klíma esetében. A talaj alapvetően meghatározza:

- a növény számára felvehető víz mennyiségét,
- a rendelkezésre álló tápanyag, szerves anyagok és mikroelemek mennyiségét,
- a mikroklimát, azáltal, hogy hogyan képes a hőt megtartani, és a fényt visszaverni,
- a gyökerek növekedését és a talajba hatolását.

- **A szőlőültetvény életkora**

A szőlőültetvény borkészítésre felhasználható termést és bevételt a telepítéstől számított 4. évtől hoz, ekkor fordul termőre az ültetvény. A 7-8. évben éri el a teljesítőképessége optimális szintjét a minőség tekintetében.

Magyarország minőségi bortermelése esetében kardinális kérdés a szőlőültetvények életkora. A 2001-ben végzett KSH (KSH, 2002a) összeírásból kitűnik (ld. 2. melléklet M2/1. ábra), hogy viszonylag alacsony a fiatal ültetvények aránya. A 2001. óta létrehozott új telepítések közel 6000 ha-t tesznek ki (2002-2005.). Az állami támogatás hatására illetve az EU csatlakozás utáni telepítési tilalom és a szerkezetátalakítási támogatás mértékével kapcsolatos bizonytalanság miatt 2003-ban még az EU csatlakozás előtt telepítési csúcsot tapasztalunk: 3500 ha új szőlő kerül eltelepítésre 50%-os állami támogatással. 2004. május 1. óta a szerkezetátalakítás keretében Magyarország évente 10 millió €-t költhet ültetvény-modernizációra: fajtaváltásra, az ültetvények áttelepítésére (jobb ökológiai adottságokkal rendelkező területre), illetve támrendszer és művelésmód korszerűsítésre. Ez mintegy 1200-1300 ha szőlőültetvény modernizációját teszi lehetővé, ennek ellenére igazi minőségjavítást hozó modernizáció (fajtaváltás, áttelepítés) csak kis felületen, 400 ha-on valósult meg, önerőből pedig senki nem hozott létre új telepítést a beruházás megtérülésének bizonytalansága és lassúsága miatt. Ez a jelenség elsősorban annak köszönhető, hogy a támogatási rendszer kialakításakor a jogalkotók messzemenően figyelmen kívül hagyták az ágazat hosszú távú stratégiai érdekeit, amelynek alapja a szőlőtermő potenciál megújítása, a minőségjavítás és a kínálat kereslethez történő igazítása. Mivel mind a három intézkedés típusra a költségeket figyelmen kívül hagyva egységesen 2 millió Ft/ha támogatási összeget állapítottak meg az illetékes hatóságok, holott egy fajtaváltással történő telepítés költsége ma 6 millió Ft/ha egy támrendszer korszerűsítése pedig 3 millió Ft/ha, nem lehet arra számítani, hogy a támogatási rendszer differenciálása nélkül ösztönözni lehetne az ültetvények

rekonstrukcióját, ami nagyban visszaveti az ország szőlőtermelésének versenyképességét. Míg az EU más tagállamai (pl. Ausztria, Franciaország) felismerték a differenciált támogatási rendszerben az alapanyag termelés minőségjavítással összefüggő pozitív hatását és ösztönző erejét, addig Magyarországon a szakma szereplői ugyan hasonlóan vélekednek, de az illetékes hatóságok csak 2007-ben ismerték fel azt, hogy a szakma stratégiai céljait megfontolva alakítsák ki a hazai ültetvénymodernizáció támogatási rendszerét.

A minőséget meghatározó alapelemek (termőhely, fajta, alany, művelésmód) a bor potenciális minőségét határozzák meg, amit olyan járulékos tényezők módosítanak, mint a termés hozam, az öntözés, a termesztéstechnológia, a terméskorlátozás stb. A felsorolt tényezők optimális értékének megállapítása borkóstolással végezhető el, vagyis tapasztalati úton értékelhető, ami hozzájárul ahhoz, hogy egy adott termőhelyen a termelők kiválasszák azt a termesztéstechnológiát és borkészítési eljárást a tényezők azonosításának segítségével, ami a kívánt borminőség eléréséhez szükséges attól függően, hogy a termelő milyen minőségű terméket szeretne elérni, milyen piaci szegmensben szeretné termékét pozícionálni.

A borminőség elérése felé tett első lépést a szőlőtelepítés jelenti, amit két kulcsfontosságú tényező egészít ki az optimális borminőség eléréséhez:

- az ültetvény maximális potenciális minőségének elérése a telepítéstől számított 8. évig
- ezután pedig az éven belüli változások, valamint az évjáráthoz kapcsolódó változások hatásának tompítása, illetve a minőséget meghatározó értékek az első 8. évben elért átlag körüli tartása.

Mivel a szőlőtelepítés több évre, évtizedre szól, és nagyban befolyásolja a növény biológiája, a szőlőtermelés minőségének kialakítása graduális és irreverzibilis folyamatokkal jellemezhető (Martin, 2003). Így a szőlő telepítése (ültetvény helyének kijelölése, szaporítóanyag, ültetvénysűrűség, tőkeforma, metszésmód stb. megválasztása és elvégzésének minősége) alapjaiban meghatározza a borkészítéshez szükséges alapanyag minőségét, ami az idő előrehaladtával, a növény fejlődésével egyáltalán nem vagy esetleg csak óriási ráfordításokkal változtatható meg.

Mivel a minőségi szőlőtermelést igen összetett tényezők határozzák meg, illetve óriási és gyakorlatilag megváltoztathatatlan beruházást igényel a szőlőtelepítés, ezért igen magas lehet a hold-up kockázat abban az esetben, ha a beruházást már végrehajtották vagy a telepítési projekt közel áll a megvalósuláshoz. Minél inkább előrehaladott egy ilyen ültetvény beruházás állapota, minél nagyobb a komplexitás, annál magasabb a specifikusság mértéke és annál nagyobb a hold-up kockázat valószínűsége.

1.4.2.2. A hierarchia második szintjén található tényezők

A bor minőségét meghatározó tényezők második szintjén olyan elemeket találunk, amelyek az első szinten említett alaptényezők által meghatározott potenciális minőséget befolyásolják, és segítik a termelőt a célul kitűzött borminőség elérésében (Jackson, Lombard, 1993). Ide tartozik az öntözés, a tápanyag utánpótlás, a növényvédelem, a zöldfelület kezelés (metszés, csonkázás, levelek eltávolítása a fürtök körül) és a termés hozam korlátozás. Ezek az ápolási munkák ugyanolyan fontos tényezők, mint azok, amelyek a hierarchia első szintjén találhatók, mivel ezek a tényezők termelőnként eltérőek lehetnek, és ezek különböztethetők meg egyik borászatot a másiktól. Az alkalmazott termesztéstechnológiai elemek jelentős humán erőforrást és szaktudást igényelnek, ami szintén emeli a termelési tényezők specifikusságát az előállított termék minőségétől függően: minél magasabb minőségű terméket szeretnénk előállítani, annál speciálisabb szaktudásra van szükség. Az alkalmazott termesztéstechnológia hatékonysága nagyban függ az említett tényezők egymásra hatásától és az egyes műveletek pontos időzítésétől.

– Öntözés

Mivel a szőlő fejlődése és minősége szempontjából a vízhiány okozta stressz az egyik legfontosabb károsító tényező, ezért érdemes megemlíteni az öntözés hatását. Az öntözés, Európában a meghatározott termőhelyről származó minőségi borok esetében csak korlátozottan alkalmazható, indokolt esetben, tartós szárazság esetén a vegetációs időszakban, a bogyók zsendüléséig. Az európai felfogás szerint alapvetően a termőhely jellemzői határozzák meg a bor minőségét, amihez hozzátartoznak a termőhelyre jellemző csapadék viszonyok is, így az öntözés mesterségesen befolyásolná a termőhely adottságait és a bor minőségét. Ugyanakkor az Újvilágban az öntözés általánosan elterjedt a szőlőtermesztésben, ami alapjaiban meghatározza és megváltoztatja az ültetvények potenciális termőképességét.

Vizsgálatok rámutattak arra (Ojeda et al. 2002), hogy az öntözés közvetlenül befolyásolja a bogyók növekedését és aroma összetételét a héj bogyóhúshoz viszonyított arányán keresztül. A kismértékű öntözés hozzájárul az antocián (színanyag) tartalom és az aroma anyagok koncentrációjának növekedéséhez. Továbbá az öntözés közvetett hatással van a termés hozamra és a termés minőségére a növény vegetatív és generatív részeinek fejlődésén keresztül. A vízhiány a szőlő egyes fenofázisaiban eltérő hatást válthat ki. A vízhiány okozta stressz pl. csökkenti a szőlőbogyók méretét és tömegét, ezt a technikát a minőségi bortermelésben is alkalmazzák ezzel megfelelő héj/bogyóhús arányt tudnak kialakítani. Ha a vízhiány a bogyó zsendülésétől az érésig jelentkezik, a flavonoidok képződését segíti elő.

Ahhoz, hogy fenntartható legyen az egyensúly a szőlő vegetatív és generatív részei között a szőlő minősége tekintetében, összhangot kell teremteni az egyes termesztéstechnológiai elemek, az öntözés, a tápanyag utánpótlás, a tőkeforma, a metszésmód, a csonkázás és a levelezés között. Ezért azokon a szárazsággal küszködő borvidékeken pl. Spanyolországban, vagy az Újvilágban a minőségi borok előállításához (pl. Argentínában a Mendoza borvidéken, Kaliforniában) elengedhetetlen eleme a szőlőtermesztésnek a csepegtető öntözés, ami szintén specifikus beruházásnak számít. Ugyanakkor Magyarországon ezzel a típusú beruházással szinte egyáltalán nem találkozunk a szőlőültetvényekben. Tény, hogy a közösségi szabályozás a meghatározott termőhelyen belül csak kivételes esetben és korlátozott mértékben engedi meg az öntözést, tekintettel arra, hogy az európai felfogás szerint a bor minősége a termőhely adottságaiból származik.

– Tápanyag utánpótlás (szerves és műtrágya)

Mivel a talajban nem állnak mindig rendelkezésre elegendő mennyiségben és könnyen felvehető formában azok a tápanyagok, elemek, amelyek nélkülözhetetlenek a szőlő számára, ezért azokat rendszeresen pótolni kell. A tápanyagok a hőmérséklettel és a talaj nedvességtartalmával párosulva a növény vegetatív szerveinek (hajtás, levél) növekedéséhez járulnak hozzá, valamint a termés hozam növekedését segítik elő, ami a minőség csökkenéséhez vezet.

Elsősorban a nitrogén gyakorol hatást a hajtásnövekedésre, levélfelület/gyümölcs arány eltolódásra a zöldfelület javára, ami a szőlő lombzatában a páratartalom emelkedéséhez vezet, valamint akadályozza a napfény behatolását a levelek közé a szőlőfürtökhöz.

A kálium hozzájárul a cukorképződéshez, a bogyó kémiai összetevőinek képződéséhez és javítja a bor minőségét, hatással van a borban található savak koncentrációjára és a pH értékre. Az a must, aminek magas a kálium tartalma, magas az almasav-tartalma és a pH értéke. A foszfor a gyökerek fejlődését és a termőrégyek kialakulását segíti elő. A foszforhiány kisebb fürtöket és hiányos megtermékenyülést okoz.

A magnézium és a mikroelemek, különösen a vas, a klorofill képződésben, a bór pedig a virágkötődésben játszik fontos szerepet. A mikroelemek hozzájárulnak a szőlő harmonikus tápanyagellátásához, ami elősegíti a termés hozam növekedést, ugyanakkor megtartja a termés jellegzetességét.

– Növényvédelem

A szőlő olyan kultúrnövény, amelynek termés hozama erőteljesen függ a kártevőktől, a kórokozóktól és az ültetvény elgyomosodásától. A termés hozam csökkenése mellett számos a

szőlő és a bor minőségét befolyásoló tényezőt is kedvezőtlenül befolyásolnak, így a cukortartalmat, a fenol vegyületek és az aromák kialakulását. Így a megfelelő minőségű szőlő előállításához, a szőlőtermesztés technológia legfontosabb eleme a növényvédelem.

A világ szőlőtermelő országaiban eltérő módon jelentkeznek a kártevők és kórokozók. Míg az Újvilágban számos országban ismeretlen a filoxéra vagy a peronoszpóra kártétele és nem okoz gazdasági problémát, addig Európában és így Magyarországon is a szőlőtermesztés gazdaságosságát, a megtermelt termés mennyiségét és minőségét alapjaiban határozza meg, hogy egy adott borpiaci évben hány kezelést kellett alkalmazni a rovarkártevők és a betegségek ellen. A termelési költség egy jelentős részét, 50-60%-át teszi ki borpiaci évtől és az időjárástól függően a növényvédelem költsége (forrás: hegyközségek).

– **A levélfelület szabályozása: metszés, csonkázás, levelek eltávolítása**

Számos tanulmány rávilágít arra, hogy összefüggés áll fenn a levélfelület, a szőlőbogyó kémiai összetétele és a szőlőtermés minősége között (Bretonesche, 2001). Szintén kapcsolat mutatható ki a mikroklima, amit a hajtások száma és a levélfelület befolyásol, a kálium koncentráció és a bor pH-értéke között. A napfény elősegíti az antociánok és a fenolok képződését, ugyanakkor, ha túlzott napfénynek vannak kitéve a szőlőfürtök, olyan fenol vegyületek keletkezhetnek, amelyek kellemetlen íz kialakulásához vezetnek a borban (Carbonneau, 2001).

Így a csonkázás és a levelek eltávolítása a fürtök környezetében erősen befolyásolja a termés minőségét. A kívánt minőség eléréséhez nemcsak a bogyók kémiai összetétele fontos, hanem az összetétel állandósága. A szőlőművelés elemei közül a metszés, a tőkeforma, a termés hozam korlátozás, az árnyékolás, a rügyek száma, valamint a mikroklima együtt módosítják és alakítják ki a minőséget. A csonkázás és a levelezés növeli a napfény behatolását a lombzatba, csökkenti a páratartalmat és a rügyek közti konkurenciát. E két termesztéstechnológiai elem hatékonysága szoros kapcsolatban áll a tőkeforma kialakításával, ezért a művelésmód megválasztása kulcsfontosságú tényező a szőlőtermesztésben és a szőlő minőségében.

– **Terméskorlátozás: metszés, fürtrikítás**

A metszés nagy részben határozza meg a potenciális termésmennyiséget (Bretonesche, 2001). A tőkeformától függetlenül a megfelelő tőketerhelés alapvető követelmény a szőlő minőségének kialakulásához. Ha a termésbecslés alapján a várható termésmennyiség meghaladná a célul kitűzött termés hozamot, fürtrikítással a termés egy része eltávolítható. A fürtök eltávolítása érzékelhetően növeli a kapott termés minőségét. Az érés során növekszik a bogyók cukor és antocián tartalma, ugyanakkor csökken a savtartalma. A fürtválogatást a zsendülés alatt

célszerű elvégezni, mivel ekkor érhető el a legjelentősebb minőségjavulás, de ennek a műveletnek a hatását befolyásolhatja a szőlőültetvény kora és állapota is.

A terméskorlátozás elterjedt technológiai elem a szőlőtermés és a bor minőségének javítása érdekében, aminek az a gazdasági célja, hogy a kevesebb terméssel (kínálattal) magasabb ár érhető el a piacon. Ez az alapelv működik a védett eredetű borok kialakítása esetében is. Természetesen akkor gazdaságos a terméskorlátozás, ha az elismertethető a piacon és a fogyasztó hajlandó magasabb árat fizetni a termékért.

A Jackson és Lombard (1993) által a bor minőségét meghatározó, két szinten bemutatott tényezők hatásának egy része viszonylag jól mérhető, ami elősegíti azt, hogy megállapítható legyen a szőlő mikor éri el a kívánt minőséget. A szőlőbogyó és a must kémiai összetétele szempontjából a legfontosabb elemek, amelyek leírják a termés minőségét a következők lehetnek (Eperjesi et al, 1998):

- a szénhidrátok: pl. cukor (Brix fokban, vagy magyar mustfokban mérhető),
- a szerves savak: borkósav, almasav, citromsav (egyenként vagy az összes savtartalommal jellemezhető),
- a pH-érték,
- a polifenolok és az antociánok,
- az aromaanyagok (monoterpének),
- egyéb összetevők.

A borszőlő minőségét, a felsorolt összetevők változását az említett tényezők egymásra hatása alakítja ki. Ez az, ami a szőlészeti és borászati kutatások középpontjában áll, hiszen ezen ismeretek birtokában lehet megfelelő döntést hozni az egyes technológiai lépések alkalmazására vonatkozóan a minőségi szőlőtermesztés folyamata során.

1.4.2.3. A hierarchia harmadik szintje: az érés folyamata és a minőség kialakulása – a szüreti időpont megállapítása

A megfelelő termesztéstechnológia, az ültetvény ápolása hozzájárul ahhoz, hogy kialakuljon a szőlőtermés megfelelő minősége a szüret idejére, ugyanakkor ez a minőség folyamatosan változik, még a szüret előtti utolsó napokban is. Éppen ezért a minőségi bortermeléshez nagyon fontos a szüret időpontjának meghatározása, amihez pedig nélkülözhetetlen a szőlőbogyó érési folyamatának ismerete. A szőlő szerveinek növekedése a zsendülésig tart, addig, amíg a szőlőbogyó változtatni kezdi a színét. A szőlő érésével a cukor felhalmozódik a bogyóban. A szőlőbogyónak olyan funkciója is van, hogy vonzza a rovarokat

és különböző állatokat azért, hogy a szőlő magját széthordják, ezzel is magyarázható bizonyos aromák kialakulása a mag fejlődése során (Bisson, 2001b).

A szőlőfürt fejlődési folyamatát négy szakaszra osztjuk (Kállay, 1998): növekedés, zsendülés, érés, túlérés:

- növekedés: a megtermékenyüléstől a zsendülésig tart, ekkor a szőlőbogyókban a cukor kis mennyiségben van jelen, a savtartalom növekszik, a szőlőfürt úgy viselkedik, mint egy zöld növényi szerv,
- zsendülés: a szőlőbogyók színe megváltozik, elveszti klorofill tartalmát, flavon és antocianin keletkezik, ami a bogyó színét okozza, a savtartalom csökken, és nagy mennyiségű cukor halmozódik fel a bogyóban,
- érés: a zsendülés alatt kezdődik, a bogyóösszetétele megváltozik, átalakulnak az alkotórészek,
- túlérés: akkor következik be, amikor a szőlőt a tőkén hagyják, ekkor a bogyóba már semmi nem áramlik a növényből, vizet veszít és megkezdődnek bizonyos lebomlási folyamatok.

A szüret időpontja egybeesik a borászati szempontból kívánatos összetevők képződésének befejeződésével (cukor, aroma, fenolok, antociánok stb.). Ezért fontos, hogy meg lehessen állapítani a szőlő optimális érettségét a kémiai és a biokémiai összetevők alapján. A szőlő technológiai szempontból optimális érettségének meghatározása attól is függ, hogy milyen stílusú bort szeretne a termelő előállítani, ezen kívül a fajtától, az alanytól, az időjárástól, az évjárástól, az ültetvény helyétől, az alany-fajta-termőhely kölcsönhatásától és a szőlőművelési munkák elvégzésétől.

A **cukor** az egyik leggyakrabban alkalmazott összetevő a szőlő beérésének meghatározásához. A szőlőbogyó fejlődésével változik a cukortartalma is: az érés megkezdésekor relatíve gyorsan növekszik a bogyók cukortartalma, majd az érés akkor fejeződik be, amikor a növény már nem szállít több cukrot a szőlőfürtbe. Ettől kezdve a szőlőbogyóban a cukorkoncentráció növekedése a bogyó vízvesztésének köszönhető. A kutatások rámutattak arra, hogy a szőlőbogyó cukor és aromatartalma között nincs összefüggés, ezért csak a cukortartalom alapján nem lehet meghatározni a szőlő beérését a minőségi borkészítés esetén (Bisson, 2001a).

A **savtartalom** szintén hozzájárul a szüret időpontjának megállapításához. A savtartalom is változik a bogyók érése során, ami nyomon követhető a pH-érték vagy az egyes szerves savak mennyiségi változásával. A bogyók cukor/sav aránya erőteljesen függ a

szőlőfajtától, a termőhelytől, a termesztés technológiától, így önmagában ez a mutató sem használható a szőlő érettségének meghatározásához, ráadásul a cukor/sav arány nem áll összefüggésben az aromák optimális mennyiségével.

Vizsgálatok arra is rámutattak, hogy a polifenoltartalom és az antociánok szintje kulcsfontosságú tényező a szőlő érésében, amelyek elsősorban környezeti tényezőktől és a termesztés technológiától függnak.

Mivel több kémiai összetevő együttesen egymással kölcsönhatásban alakítja ki a szőlő bogyó beltartalmi értékeit, ráadásul az egyes összetevők a szőlő fejlődésének eltérő fázisában alakulnak ki, a változásuk pedig nincs egymással összhangban, és nagyban függ a környezeti tényezőktől, ezért a szőlő érettségi állapotát nem lehet egyetlen általános mutatóval leírni. Minden termőhely, ültetvény esetében a kívánt szőlő és borminőség eléréséhez, az összes említett tényező segítségével lehet meghatározni a szőlő érettségi állapotát és ennek megfelelően a szüret időpontját, ami kulcsfontosságú a bor minősége szempontjából. Gyakorlatilag a próbaszüret és a gyümölcskóstolás segítségével állapítható meg a szőlő optimális szüreti időpontja. Magyarországon a borvidékek hegyközségi tanácsa és a hegyközségek állapítják meg a szüret időpontját az egyes fajtáktól és termőhelytől függően. Olyan borok, amelyek a megállapított szüreti időpont előtt szüretelt szőlőből készültek, nem hozhatók forgalomba a borvidék nevével jelzett meghatározott termőhelyről származó minőségi borként.

A megfelelő minőségű alapanyagból a kívánt minőségű bor elérését a szőlő feldolgozása, a borkészítési eljárások, és az érlelés ideje szintén befolyásolják, aminek elemzésére itt nem térünk ki részletesen, mivel számos szakkönyv áll rendelkezésre ebben a témában, illetve vizsgálatunk tárgyát a szőlőfelvásárlásra irányuló vertikális koordinációk jelentik, aminek nem képezi részét a borászatban alkalmazott technológia elemzése.

2. MELLÉKLET

A BORTERMELÉS JOGSZABÁLYI KÖRNYEZETÉNEK ELEMZÉSE

A bortermeléshez – különösen az EU-csatlakozás óta – száznál is több (100 Európai uniós és kb. 50 hazai) jogszabály kapcsolódik (M2/2. táblázat). Az egyik legbonyolultabb szabályozással bíró termékpályáról van szó. A jogszabályok részletes elemzésére terjedelmi okok miatt nem nyílik lehetőségünk, ezért az itt bemutatott elemzés során alapvetően azokra a szabályozási elemekre szeretnénk kitérni, amelyek gazdasági hatással vannak a minőségi bortermelésre, és a magyar borok versenyképességét befolyásolják, hiszen ezek a tényezők nagyban hozzájárulnak a borágazat szereplőinek egymáshoz való viszonyában és a vertikális kapcsolatok kialakulásában.

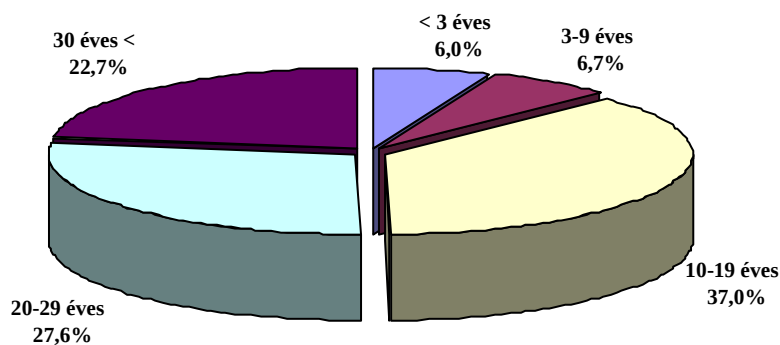
1. Az EU és a hazai jogszabályok változásának hatása a magyar borászatra

Magyarország az EU-csatlakozással átvette a borpiac szabályozásra vonatkozó közösségi joganyagot, amit a 1493/1999/EK Tanácsi rendelet a borpiac közös szervezéséről illetve a hozzákapcsolódó végrehajtási (Bizottsági) rendeletek jelentenek. Ezzel megváltozott a csatlakozás előtti jogszabály hierarchia, az EK tanácsi rendelet, mint alaprendelet adja a minden tagállamra nézve kötelező keret jogszabályt. Ehhez kapcsolódnak a - szintén minden tagállamra nézve kötelező - Bizottsági végrehajtási rendeletek. A közösségi jogszabályok számos területen és számos kérdésben a részletszabályok megalkotását a tagállamokra hagyják. Így a nemzeti jogszabályok egyrészt a közösségi szabályozást töltik meg tartalommal, másrészt pedig, a közösségi szabályok tagállami interpretációját jelentik, valamint a tagállami specialításokat és végrehajtási részletszabályokat tartalmazzák. A jogszabály harmonizáció következtében új bortörvény (2004. évi XVIII. tv) és hozzákapcsolódóan új végrehajtási rendeletek megalkotása vált szükségessé.

A 1493/1999/EK rendelet a piaci egyensúly megtartására irányuló szabályozási elemeken kívül (termelési potenciál kezelésére és a piaci mechanizmusokra vonatkozó szabályozáson kívül), a minőségi bortermelés, a fajtahasználat, az alkalmazható borászati eljárások, a borok címkézése, kiszerelese és jelölése, a nyilvántartások vezetése és az adatszolgáltatás, a borok szállítása, és az import borokra vonatkozó előírások, a termelői és ágazati szervezetek megalakulása, közösségi szintű elismerésének szabályait is tartalmazza.

Az Európai Unió szabályozás bevezetése a legjelentősebb átalakulásokat a szőlőtermő potenciál kezelésében hozta. Az EU csatlakozás előtt, Magyarországon szabadon lehetett szőlőt telepíteni. A cél az volt, hogy minél több új telepítés jöjjön létre, amihez állami támogatást lehetett igénybe venni, egyrészt annak érdekében, hogy a rendszerváltás után bekövetkezett termőfelület csökkenést enyhíteni lehessen, másrészt pedig, hozzájáruljon a minőségjavításhoz, korszerű, minőségi alapanyagot adó ültetvények létrehozásával (keresett fajták, a minőségi borszőlőtermesztéshez szükséges térállással és művelésmóddal létrehozott ültetvényekkel). Az állam ezzel az intézkedéssel azt szerette volna elérni, hogy minél nagyobb termőfelülettel lépünk be az EU-ba, hiszen számolni kellett azzal, hogy a csatlakozás után a telepítés nem támogatható, a közösségi szabályozás értelmében pedig a meglévő termőfelület nem növelhető (2010. július 31-ig) és egyúttal bevezetésre kerül az újratelepítési jogok rendszere.

Az EU csatlakozás előtti időszakban felgyorsult ültetvény telepítések nem bizonyultak elegendőnek a termőfelület további csökkenésének megállításához, de hozzájárultak ahhoz, hogy részben megújuljon az ültetvények egy része. Erre egyébként is nagy szüksége van a magyar bortermelésnek, hiszen a 2001-es teljes ültetvény összeírás alapján, a szőlőültetvények korösszetétele nagyon kedvezőtlenül alakul (M2/1. ábra). A 20 évnél idősebb szőlőültetvények aránya meghaladja az 50%-ot, a 30 évesnél idősebbek pedig a 25%-ot. Ráadásul az ültetvények éves felújítási aránya igen csekély. Az EU csatlakozás előtti időszakban az állami támogatás hatására elérte a normálisnak mondható (évi 2-5%-os) arányt, évente ez az ültetvényfelület felújítás elérte a 3%-ot a teljes ültetvényfelülethez képest. Az EU csatlakozás óta viszont drasztikusan visszaesett a szőlőtelepítés (300-400 ha körül mozog), aminek a magyarázata a szőlőtermesztés kedvezőtlen jövedelmezőségében és a telepítésre egyáltalán nem ösztönző szerkezetátalakítási rendszerben keresendő. Amennyiben a szőlőültetvények megújulásának aránya nem változik szignifikánsan, a jelenlegi szinten számolva mintegy 200 év lenne szükséges a 87 000 ha borszőlőtermő terület újratelepítésére, felújítására.



M2/1. ábra: A magyar szőlőültetvények korösszetétele 2001-ben (Forrás: KSH, 2002a)

Magyarország a csatlakozási tárgyalások során meg tudott egyezni az EU-val arról, hogy azok a termelők, akik kivágási engedéllyel vágták ki szőlőültetvényüket 1996. május 1. és 2004. április 30. között, a kivágott terület elismertethető legyen újratelepítési jogként, ami kb. 12 500 ha-nak felel meg. Ezek az újratelepítési jogok 2010. július 31-ig használhatók fel, utána elévülnek. Ennek ellenére nem valószínű, hogy szignifikánsan növekedne Magyarország szőlőtermőfelülete a korábban említett jövedelmezőségi problémák miatt. Az EU-csatlakozás után keletkezett újratelepítési jogokat a közösségi jogszabályoknak megfelelően a keletkezéstől számított 8. borpiaci év végéig használhatja fel vagy adhatja el a termelő. Amennyiben erre nem kerül sor, az újratelepítési jog központi tartalékba kerül, amit az állam kezel (a mi esetünkben az MVH) még további öt éven keresztül.

A nemzeti szabályozás értelmében az újratelepítési jogok szabadon eladhatók, nincs borvidéki korlátozás az eladás és a felhasználás tekintetében (úgy mint pl. Franciaországban, ahol csak AOC-n belül lehet felhasználni, vagy asztali bort adó területről történő kivágás után csak magasabb minőséget adó területen lehet felhasználni). A szereplők ettől az intézkedéstől azt várták, hogy középtávon a kevésbé jó adottságú területekről a szőlőtermesztés számára kedvezőbb adottságú területek felé történik elmozdulás. Ugyanakkor eddig nem igazán alakult ki az újratelepítési jogok piaca. Egyrészt azért, mert nincs telepítési kedv, másrészt pedig azért, mert nem alakult ki az újratelepítési jogok központi tartalék rendszere (az FVM nem rendel költségvetési keretet a központi tartalék kezeléséhez és az újratelepítési jogok megvásárlásához). Ennek következtében a fiatal termelők sem juthatnak ingyen vagy kedvezményesen telepítési joghoz, amire egyébként a közösségi szabályozás lehetőséget nyújt. Ez az intézkedés nem ösztönzi a fiatalok megmaradását a szőlőtermesztésben és a tevékenység folytatását sem.

Magyarországon az EU-csatlakozás előtt nem létezett a kivágási támogatás (a szőlőültetvények végeleges kivonása a termesztésből) és nem is tervezték az intézkedés EU-csatlakozás utáni bevezetését (két borpiaci éven keresztül), mivel a telepítéseké és a szőlőültetvények minőségi szerkezetátalakításáé volt a prioritás. Ugyanakkor a 2004/2005 évi magas bortermés (4,8 millió hl) és a borpiaci év eleji magas borkészletek (3,3 millió hl) következtében a szőlő felvásárlási ára 30-40%-kal csökkent. Így a jövedelemcsökkenés miatt nagyon sok termelő, főleg kistermelők szerettek volna kivonulni az ágazatból. Ezért Magyarország kérte a kivágási keret megnyitását a 2005/2006-os borpiaci évre. Ennek következtében 3 600 ha szőlőt (főként a Kunsági Borvidéken) vágtak ki az előző borpiaci évben, illetve 2007 folyamán újabb 2 000 ha szőlő kivágását tervezik. Ez a támogatási forma igen népszerű a termelők körében, mivel a terméshozamtól függően Magyarországon a

támogatási szint nagy része 4600-6300 €/ha között mozog (az előző 5 borpiaci év termésátlagának függvényében), ami igen jövedelmező támogatásnak tűnik tekintettel az egy hektár szőlőből származó jövedelemre.

A kivágási intézkedés közösségi szintű bevezetésével a Bizottság célja az volt, hogy a nagy terméshozamú, asztali bort adó ültetvényeket vonja ki a piacról, mivel azok olyan alapanyagot adnak, amiből csak olyan termék készíthető, amihez a piacon nem tapad kereslet. Ezért az EU a magasabb terméshozamú ültetvények kivágását (és ezzel a borpiaci egyensúly visszaállításának elősegítését) magasabb támogatással honorálja.

A szőlőtermő potenciál megtartása érdekében Magyarországon nem lenne indokolt több szőlőterület kivágása, inkább a modernizálás válik szükségszerűvé. Jelenleg Magyarországon nincs bortütermelés, az utóbbi két év 3-3 millió hl-es bortermelése nem idézett elő eladási nehézségeket. Úgy tűnik, hogy a hazai borpiac egyensúlyba került, sőt inkább az import nyomásától lehet tartani az elkövetkezendő években. Ugyanakkor a szőlőültetvények drasztikus lecsökkenéséhez vezethet az EU most folyó borpiac szabályozási reformja, amennyiben elfogadásra kerül a Bizottságnak az a javaslata, ami szerint az EU-ban 200 000 ha szőlőültetvény kivágására lenne szükség az elkövetkezendő öt évben (DG Agri, 2006). A reform javaslat szerint a kivágásokat tagállami szinten nem lehetne korlátozni, aki fel szeretne hagyni a szőlőtermesztéssel, az szabadon megtehesse, amihez az EU a jelenlegi támogatási szintet 30%-kal emelné, hogy kellő ösztönzést adjon a szőlőtermesztésből való kivonuláshoz (és ezzel állítsa vissza a borpiaci egyensúlyt és szüntesse meg az EU piacon jelentkező strukturális feleslegeket). Ez a javaslat valamelyest finomodott a közös borpiaci szabályoz koncepciójának 2007. év végén a miniszterek tanácsa által elfogadott végleges változatban (3. számú melléklet), de ettől még a kivágással kapcsolatos alapvető problémák nem oldódtak meg.

A kivágások nagymértékű ösztönzése számos veszélyt hordoz magában. Mivel olyan régiókban fog eltűnni a szőlőtermesztés, ahol az társadalmi, gazdasági és agrár-környezetvédelmi szempontokból nem lenne kívánatos, így féltő, hogy Magyarországon a nagymértékű kivágások következtében nem lesz elegendő alapanyag a borkészítéshez, ami alapvetően az importnak kedvez (más EU tagországok javára, akik egyébként is feleslegekkel küszködnek, illetve az újvilágiak javára, akik alig várják, hogy az EU borpiaci reformja következtében még nagyobb teret nyerhessenek az EU piacon). Az EU kivágásösztönző elképzelése bizonyos tagországok borpiaci egyensúlyát teljesen felboríthatják (különösen a közép-kelet európai tagországokét), főként azokat, ahol a kivágási támogatás sokkal jövedelmezőbb a szőlőtermesztéshez és a szőlőterület árához képest. A 2005-ös év adataival

számolva a szőlő átlagárát (40-180 Ft/kg), a szőlőtermesztésből származó bevétel (minőségtől és borvidéktől függően) 300 000-1 200 000 Ft/ha (1 150 – 4 800 €/ha) között változik, ugyanakkor a termelési költségek 500 000-700 000 Ft/ha közé esnek (1 900-2 700 €/ha). Jól látható, hogy a jelenlegi kivágási támogatási szint is jelentősen meghaladja a szőlőtermesztésből származó jövedelmet, még úgy is, hogy a termelők igénybe vehetnek területalapú támogatást (70 €/ha) és agrár-környezetvédelmi támogatást (365 €/ha). A jövedelmezőségi adatok ismeretében nem meglepő, hogy szőlőtermelők körében ennyire népszerű a kivágási támogatás, és amennyiben a Bizottság ezt még növelni fogja, Magyarországon biztosan tovább fog nőni a kivágási igény is.

M2/1. táblázat: a szőlőtermelés költségei

Tényezők	2005¹
Szőlő felvásárlási ár	40-180 Ft/kg (0,15-0,70 €/kg)
Bevétel (termésátlag 2005 :7,5 tonna/ha)	300 000 – 1 350 000 Ft/ha (1 150-5 200 €/ha)
+ <i>Területalapú támogatás</i>	<i>70 €/ha (18 000 Ft/ha)</i>
+ <i>Agrár-környezetvédelmi támogatás</i>	<i>365 €/ha (95 000 Ft/ha)</i>
<i>Bevétel a támogatásokkal együtt²</i>	<i>1 570 – 5 620 €/ha</i>
Termelési költségek	500 000 – 700 000 Ft/ha (1 900 – 2 700 €/ha)
Jövedelem	- 750 – 2500 €/ha
Szőlőterület (ültetvény ára) ³	500 000 – 3 000 000 Ft/ha – (1 900 – 11 500 €/ha)
Újra telepítési jog ára	50 000-150 000 Ft/ha (190 – 580 €/ha)
Szőlőtelepítés költsége	4 000 000-5 500 000 Ft/ha
Kivágási támogatás összege	4 600 – 6 300 €/ha

¹ megjegyzés : 1 € = 260 HUF

² megjegyzés : a termelő bevétele, amennyiben részt vesz az AVOP agrár-környezetvédelmi programjában, magasabb bevételt érhet el

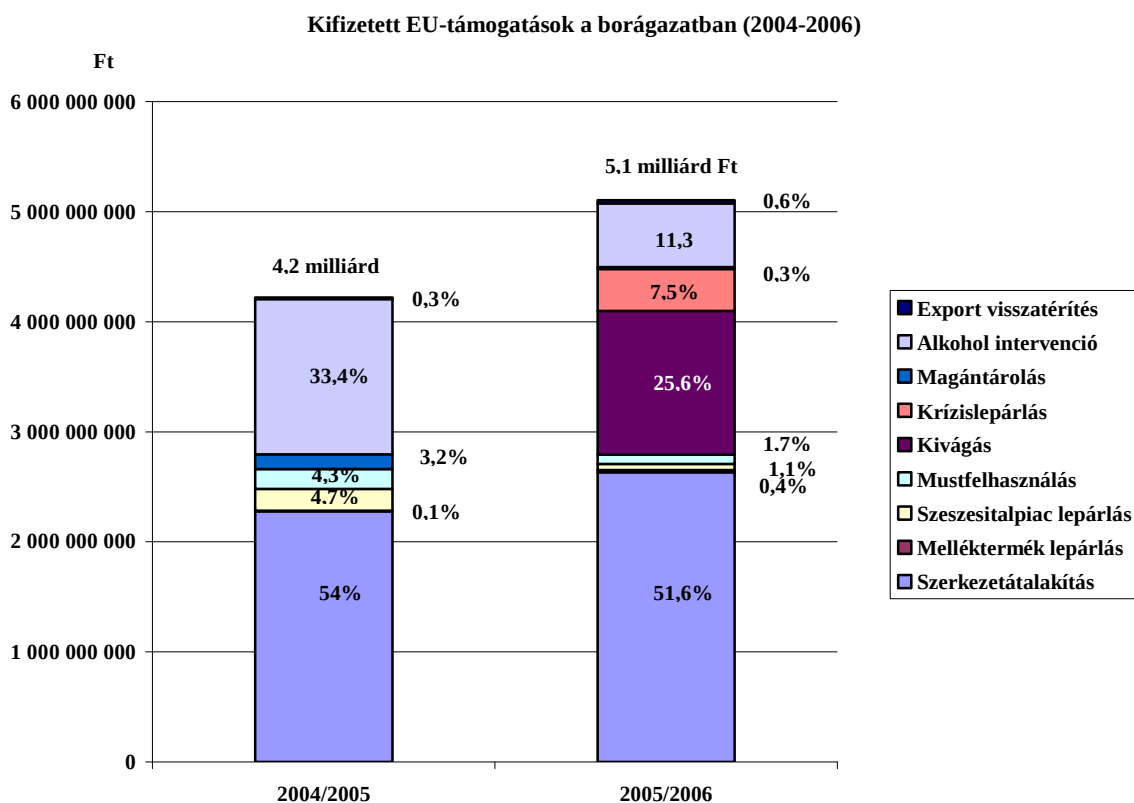
³ megjegyzés : a szőlőterület ára a jellemzőitől függően változik (elhelyezkedése, állapota, kora, fajtaösszetétele, művelésmódja stb.)

Forrás : adatgyűjtés a hegyközségektől (Mátrai, Kunsági, Villányi Borvidékről) és HNT

Magyarország számára a közösségi szabályozásból adódó legjelentősebb támogatási forma a szőlőültetvények szerkezetátalakítási és átállítási támogatása. Az EU-csatlakozás óta erre az intézkedésre évi 2,5 milliárd Ft-ot kapunk, amiből 1 200-1 300 ha szőlőültetvény fajtaváltására, áttelepítésére, vagy termesztéstechnikai modernizációjára van lehetőség. Az intézkedés célja a kínálat kereslethez történő igazítása, ami a minőségi alapanyag-előállításban és az alapanyag minőségjavításában nyilvánul meg. Az EU ahhoz ad támogatást, hogy a termelők olyan minőségű szőlőt tudjanak termelni, amiből a piacon eladható bor készíthető (a fajta, a minőség tekintetében).

A közös borpiaci szabályozásból adódó támogatások közül a szőlőültetvények szerkezetátalakítása az összesen kifizetett támogatások 2/3-át teszi ki: 2004/2005-ben kifizetett 3,5 milliárd Ft-ból 2,5 milliárd Ft-ot költött Magyarország a szerkezetátalakításra, az összes többi intézkedésre (lepárlások, mustfelhasználás, magántárolás, exportvisszatérítés) 1 milliárd Ft-ot használt fel. 2005/2006-ban ezek az arányok a kivágási támogatások miatt megváltoztak (M2/2. ábra).

Az EU jogszabály (1493/1999 EK Tanácsi és 1227/2000 EK Bizottsági rendelet) viszonylag nagy szabadságot ad a tagországoknak a szőlőültetvények szerkezetátalakítása és átállítása területén, ezért minden tagország - az alapelvek betartása mellett – testre szabottan, a tagállam illetve a borvidékek, régiók igényeinek és stratégiájának megfelelően alakíthatja ki a saját szerkezetátalakítási rendszerét. Meg kell azonban emléteni, hogy a borpiacot érintő intézkedések közül ez az egyik legbonyolultabb intézkedés.



M2/2. ábra: A közös borpiaci szabályozás intézkedéseinek keretében az EU-csatlakozás óta felhasznált támogatások Magyarországon (forrás: MVH, 2007)

Magyarország az EU-csatlakozás utáni két évben igen egyszerű, de hatását tekintve (minőségi termelést illetően) annál kétségesebb kimenetelű támogatási rendszert alakított ki. Először a 100/2004 FVM rendelet hivatott a szerkezetátalakítási intézkedés nemzeti szintű

alkalmazásának szabályozására, de a minimális támogatott felület és a borvidéki tervek elkészítésének tényére vonatkozó előírásokon kívül nem tartalmazta azokat az elemeket, amit a 1227/2000/EK Bizottsági rendelet a tagállam (ami ebben az esetben az FVM-et jelenti) felelősségi körébe utal. Mivel a szerkezetátalakítási keret felhasználását tekintve a rendelet koncepcionális elemeket nem tartalmazott, ezért a támogatás igénybevételi feltételei MVH közleményben hirdetik ki.

A Magyarország számára megítélt keret minden évben 8000 €/ha (kb 2 000 000 Ft/ha) átlag támogatási összeget jelet, természetesen a szerkezetátalakítási intézkedések beruházási költségeit figyelembe véve a támogatás összege differenciálható, amit minden szőlőtermelő EU tagország alkalmaz is. Koncepció hiányában az első támogatási rendszer csak a fajtaváltásra és az ültetvények áttelepítésére koncentrált és mindkét intézkedésre 6000 €/ha beruházás-támogatást és 2000 €/ha terméskiesési kompenzációs támogatást lehetett igénybe venni. Túl a közlemény késedelmes meghirdetésén és az adminisztratív akadályokon (telepítési engedélyek kiadásának elhúzódása), gyakorlatilag nem bizonyult ösztönzőnek a szőlőültetvények szerkezetátalakítási támogatása, hiszen az összesen 8000 €-s támogatás a telepítési költségek 35%-át fedezte, ugyanakkor az EU-csatlakozás előtt a beruházási költségek 50%-ára volt állami támogatás igénybe vehető. Annak érdekében, hogy a Magyarország ki tudja használni a számára megítélt támogatási keretet, és ne érje szankció (támogatási keret csökkenés a következő borpiaci évben), a támogatható intézkedések körébe bevonták a támrendszer létesítést és korszerűsítést művelésmód váltással, a fajtaváltással és áttelepítéssel azonos támogatási szinten. Mivel a 8000 €/ha-os támogatás a támrendszer beruházás költségeinek 90%-át fedezi, érthető, hogy népszerű intézkedéssé vált. A megítélt támogatási keretet ugyan kihasználták a termelők, de az intézkedések közti megoszlás tekintetében a 95%-os arányban támrendszer-felújítás történt, és elenyésző mértékű telepítésre került sor.

A szakmai szervezetek törekvése ellenére a 2005/2006-os borpiaci évben sem következett be változás a támogatási rendszer koncepcióját illetően, ami gyakorlatilag ahhoz vezetett, hogy EU támogatásból a piacos fajták és jó minőséget adó ültetvények létrehozása helyett, sikerült a meglévő kedvezőtlen állapotot konzerválni egy időre. Hiszen a 20-30 éves ültetvényekben végrehajtott támrendszer korszerűsítés szignifikáns minőségjavulással nem jár, ráadásul a közösségi szabályozás értelmében, szerkezetátalakítási támogatásban részesült ültetvény 10 évig nem részesülhet sem újabb támogatásban, sem kivágási támogatásban.

A 2006/2007-es borpiaci évre a szakmai szervezetek, az MVH és az FVM által közösen kidolgozott új koncepciója áttörést hozhat: a tényleges beruházási költségekhez

igazított differenciált támogatási rendszer, a költségek 75%-os maximális támogatási szintje (mivel Magyarország teljes területe I. célterületbe²⁵ tartozik), az egyéni tervek bevezetése, a részletes követelményeket tartalmazó borvidéki tervek, a minimálisan támogatható felületméret 0,1 ha-ról 0,25 ha-ra történő növelése, mind abba az irányba hat, hogy minőségjavítási célokat figyelembe véve, hatékonyan kerüljön felhasználásra az évi 10 millió €-s támogatási keret.

A szőlőültetvények szerkezetátalakítási támogatása arra is készíti a borvidékeket, hogy gondolják át stratégiájukat és a piaci lehetőségeket: a borvidéken melyek azok a termőhelyek, amelyeket a minőségjavítás érdekében előtérbe kellene helyezni, melyek azok a fajták, amelyek eladhatók, amelyek magasabb minőségű terméket eredményeznek (aminek nem feltétlenül kell magas minőségű terméknek lenni, lehet jól eladható tájbor is), melyek azok a művelésmódok, amelyek hozzájárulnak a minőségjavuláshoz. Magyarországon a borvidékek viszonylag sok fajtával dolgoznak. Tekintettel a borvidékek méretére és a fajták nagy számára, le kell határolni azoknak a fajtáknak a körét, amelyek piaci szempontból relevánsak (részesedésüket és lehetőségüket tekintve) és a minőségjavítás szempontjából. A borvidéki szerkezetátalakítási követelmények kialakításánál mindig két egymással ellentétes irányba ható érdekek ütköznek. Egyrészt senki sem akar kimaradni a támogatás lehetőségéből (vagyis bármire lehessen támogatást igénybe venni), másrészt pedig arra lehessen támogatást igénybe venni, ami később eladható a piacon (vagyis a lehető legszűkebb követelmény megállapítsa, fajta, művelésmód, termőhely tekintetében). A kényes egyensúly kialakításában a borvidéki hegyközségi tanácsok kulcs szerepet töltenek be.

2. A minőségi borokra és az eredetvédelemre vonatkozó szabályozás

A közösségi jog alapján a meghatározott termőhelyről származó minőségi bor az EU bortermelő tagállamaiban termelt védett eredetű borok gyűjtőfogalmát jelenti. A meghatározott termőhelyről származó minőségi borok fogalma a magyar szabályozásban az EU csatlakozás előtt is szerepelt (1997. évi CII. tv.), ugyanakkor tartalmi elemei az európai jogharmonizáció alkalmazásával, az új bortörvény (2004. évi XVIII. tv, továbbiakban Btv.) elfogadásával kis mértékben megváltoztak. Ezzel párhuzamosan a borvidékek, a termelők részéről egyre inkább felmerül az az igény, hogy termékeiket megkülönböztessék más boroktól és ebben a tekintetben elsősorban a borvidékek vagy egyes termékek egyedi

²⁵ I. célkitűzés alá tartozó területek a 1260/1999/EK rendelet értelmében: a fejlődésben lemaradt régiók fejlesztésének és strukturális alkalmazkodásának elősegítése a célkitűzés

szabályozása, a védett eredetű borok miniszteri rendelettel történő szabályozása kerül előtérbe.

Ki kell emelnünk, hogy a közös borpiaci szabályozás támogatás típusú intézkedései (lepárlási támogatások a melléktermék kötelező lepárlása és indokolt esetben a krízis lepárlás kivételével, a magántárolás támogatása, export visszatérítés) nem érintik az m.t. minőségi borokat, ezek a támogatási típusok minőségi borok esetében nem vehetők igénybe, csak asztali borok kaphatnak támogatást. Az EU csatlakozás előtti időszakban Magyarországon alkalmazott borpiaci szabályozó eszközök (művi közraktározás, lepárlás) esetében ilyen megkötés nem volt. Az EU indoklásának alapelve az, hogy a minőségi borok iránt van kereslet, azok jól eladhatók a piacon, ezért a minőségi bortermelést nem fenyegeti a túltermelésből és az eladási nehézségekből fakadó jövedelemcsökkenés. (Ugyanakkor az elmúlt hat év tapasztalata rávilágított arra, hogy az európai minőségi borok egy részét szintén érinti a túltermelés, nehezen eladhatókká váltak és strukturális feleslegek keletkeztek, és éppen ez az egyik oka a jelenleg zajló borpiaci szabályozási reformnak.)

A közös borpiaci szabályozás alkalmazása változást hozott az m.t. minőségi borok készítésére alkalmazható fajták esetében. Az EU jogszabály értelmében csak *Vitis vinifera* fajtából készíthető minőségi bor, interspecifikus fajtákból nem, ami az EU-csatlakozás előtt megengedett volt. Jelenleg Magyarországon 9 000 ha-on (a teljes szőlőterület 10%-án) található interspecifikus hibridek. Így ezekből a fajtákból jelenleg legfeljebb tájbort lehet készíteni. Ez a korlátozás leginkább a Bianca-t érinti, ami a biobor készítés és arra kiválóan alkalmas alapanyaga, ami éveken keresztül az EU-csatlakozásig minőségi jelöléssel került az export piacokra.

A másik lényeges változás a jelölések területén következett be. Megszüntették a „különleges minőségű bor” kategóriát (ide tartoztak a borkülönlegességek, specialitások, késői szüretelésű borok, töppedt szőlőből készült borok, bikavérek), helyette új megnevezés a „védett eredetű bor” fogalma került bevezetésre. Ez elsősorban az export piacra szánt termékeket érintette hátrányosan, mivel a különleges minőségű bor nem lett automatikusan védett eredetű bor, hiszen ez utóbbihoz egyedi szabályozás megalkotására van szükség (2004. évi XVIII. tv. 1. §). Így a nemzetközi piacon régóta ismert jelölést töröltek el, ugyanakkor az új, védett eredetű megnevezés és jelölés viszont még nincs bevezetve a nemzetközi piacokra a magyar borok esetében, ami újabb források bevonását igényli a jelölés megismertetéséhez.

2.1. A borok eredetvédelme az EU gyakorlatában

A borpiac szabályozásáról szóló közösségi alaprendelet (az 1493/1999/EK rendelet VI. melléklete) egyértelműen meghatározza a szabályozás elemeit, valamennyi közösségi m.t. minőségi bor esetében. Az m.t. minőségi (és védett eredetű) borok szabályozásának kidolgozásakor az alábbi tényezőket minden esetben figyelembe kell venni:

- *A termőhely lehatárolása:* ami mint földrajzi elnevezés az m.t. minőségi borok elnevezését adja. Magyarország esetében jelenleg 22 lehatárolt termőhelyet különböztetünk meg, a 22 borvidéknek megfelelően. Elfogadásra került néhány, borvidéknél kisebb borvidéki körzet védett eredetű szabályzata (pl. Izsák, Tihany), illetve folyamatban van néhány dűlő lehatárolása és védett földrajzi névként történő elfogadása (pl. Úrszél dűlő, Áldozóhegy stb.), valamint kialakulófélben vannak a több borvidék által létre hozott borvidéki régiók megalakítása, amelyek a borvidékeknél nagyobb földrajzi egységet jelentenek, és amelyen szintén m.t. minőségi bor készíthető a Btv. értelmében. A borvidéki régiók közül a Duna Borvidéki régió és a Balatoni Borvidéki régió szabályzata már elkészült, illetve folyamatban van a Pannon Borrégió szabályzatának kialakítása.
- *Szőlőfajta:* meg kell határozni azoknak a fajtáknak a körét, amelyből m.t. minőségi bor készíthető. A közösségi jog előírja, hogy csak *Vitis vinifera* fajtából készülhet m.t. minőségi bor. A 104/2004. FVM rendelet értelmében, amely a borszőlőfajták osztályba sorolását szabályozza, csak ajánlott és engedélyezett szőlőfajtából készíthető m.t. minőségi bor.
- *Termesztéstechnológia:* a szőlő művelésmódjára, metszésmódjára, a szőlőültetvény tőkesűrűségére (sor és tőtávolság), öntözhetőségére vonatkozó szabályozás. Ennek értelmében olyan termesztéstechnológiai előírásokat kell alkalmazni a szabályozás kidolgozásakor, amelyek az m.t. minőségi borok legjobb minőségének biztosításához szükségesek.
- *Hektáronkénti termés hozam:* limitált termés hozam megállapítását jelenti, ami a borok minőségének biztosításához elengedhetetlen. Egy lehatárolt termőhelyen belül eltérő szinteket lehet megállapítani a szabályozásban a szőlőfajta, a körzet, a település figyelembe vételével.
- *Feldolgozási terület:* olyan földrajzi terület meghatározása, ahol az adott m.t. minőségi bor előállítható. Alapvetően azon a termőhelyen állítható elő m.t. minőségi bor, ahonnan származó szőlőt szüretelték. A tagállamok a technológia betartása és

ellenőrzése mellett megengedhetik, hogy az m.t. minőségi bort adó szőlő származásától eltérő (szomszédos) termőhelyen is készíthető legyen a szóban forgó m.t. minőségi bor. Magyarországon eddig a „szomszédos” területek nem kerültek meghatározásra, tehát jelenleg m.t. minőségi bort csak az adott termőhelyen belül lehet bort készíteni. Ez a szabályozás azokat a felvásárlókat érinti hátrányosan, akik viszonylag nagy mennyiségben vásárolnak fel egy borvidéken (pl. Tokajban, Egerben, Villányban) és a borvidéken kívüli vagy más borvidéken található üzemben szeretnék a szőlőt feldolgozni, a bort érlelni és palackozni, amire az EU-csatlakozás előtt a borászatoknak megvolt a lehetőségük. A közösségi szabályozásból következik, hogy ezek a felvásárlók, amennyiben m.t. minőségi bort szeretnének készíteni, kénytelenek üzemet létrehozni az adott borvidéken, ami értelemszerűen specifikus beruházásnak számít.

- *Minimális természetes alkoholtartalom:* az előző tíz év során jellemző minőségű szüret bortermésének alkoholtartalma alapján kell megállapítani, ami eltérő lehet fajtánként, vagy körzetenként, településenként. Magyarország esetében, mivel az egész ország területe C Ib övezetben található a m.t. minőségi borok minimális természetes alkoholtartalmának 9 tf%-ot el kell érnie. Természetesen ennél magasabb érték megállapítható a termelési cél és a termőhely adottságait figyelembe véve.
- *Bortermelési módszerek:* a borelőállításához, érleléséhez, alkalmazható borászati eljárásokhoz, javításokhoz (alkohol és savtartalom változtatás, édesítés) kapcsolódó szabályozások összességét foglalja magában.
- *Analitikai és érzékszervi vizsgálatok és paraméterek:* a szabályozás előírja a minőségi bor követelményeiként támasztott ellenőrzéseket, ami kiterjed az analitikai vizsgálatokra és az érzékszervi bírálatra (szín, illat, tisztaság, íz). A közösségi jog előírja továbbá, hogy melyek azok az analitikai vizsgálatok, amelyeket minden m.t. minőségi bor esetében el kell végezni.

Az m.t. minőségi borok fent említett szabályozásnak megfelelő kidolgozása a borvidéki hegyközségi tanácsok feladata. Ez a szabályozás a borvidéki rendtartások részét képezi, így mind a 22 borvidék saját minőségi borszabályozással rendelkezik. A bortörvény értelmében a minőségi borra vonatkozó előírásokat rendeletben kell kihirdetni. Egyelőre a szabályozás létezik a rendtartások szintjén, ugyanakkor a rendeleti kihirdetésük még nem történt meg.

A borvidéki régiók megalakulásával létrejött nagyobb földrajzi egységen termelhető és a nagyobb földrajzi egység megjelölését viselő m.t. minőségi borok esetében a régiót alkotó

borvidékek hegyközségi tanácsai közösen kezdeményezik a szabályozás kialakítását, amit miniszteri rendelettel hirdetnek ki. Eddig két borvidéki régió szabályzatát a Duna Borvidéki régióét (10/2006 FVM rendelet) és a Balatoni Borvidéki régióét (62/2006 FVM rendelet) hirdették ki.

2.2. A Közösség bor eredetvédelmi szabályozásának alapja: a francia AOC rendszer

Ahhoz, hogy az európai m.t. minőségi borok szabályozása jobban megközelíthető legyen, érdemes visszamenni annak alapjaihoz, ugyanis a közösségi rendszer a francia eredetmegjelöléssel ellátott borok (AOC = Appellation d'Origine Contrôlée) rendszerére épül. Gyakorlatilag a m.t. minőségi bor a francia AOC szabályozás általános megfogalmazása a közösségi jog szintjén.

Franciaországban 1935. óta törvénnyel szabályozzák a védett eredetű borok előállítását. A legrégebbi szabályozással a leghíresebb francia borvidékek (appellation-ok) rendelkeznek, mint Bordeaux, Champagne (1936), Beaujolais, Bourgogne, Côtes du Rhône (1937). A XX. század második felében a minőségi borok iránt megnövekedett kereslet következtében Franciaországban a borok megkülönböztetésének eredményeként jelenleg 480 (!) eltérő AOC bort és ennek megfelelő szabályozást (miniszteri rendeletet) találunk. Az AOC szabályozás a borok védelmének legmagasabb szintjét jelenti, ahol a termék földrajzi eredete igen fontos szerepet tölt be a termék minőségének meghatározásában és a minőség-garanciában. Azzal, hogy a borok címkéjén feltüntetjük a védett eredetre utaló jelölést (AOC), azt az információt közvetítjük a fogyasztó felé, hogy a szabályozás által pontosan meghatározott, ellenőrzött és szabályozásnak megfelelően előállított terméket tart a kezében, hiszen másképp a termék nem kaphat forgalomba hozatali engedélyt. Meg kell jegyezni azonban, hogy ez csak akkor áll fenn, ha a fogyasztó tisztában van azzal, hogy mit jelent a védett eredetű bor kategória és miben különbözik a tájborok (földrajzi árujelzővel ellátott asztali borok) kategóriájától, ami igen nagy feladatot jelent a fogyasztó számára, hiszen pl. egy francia fogyasztónak a 480 AOC jelölés mellett több, mint 200 tájbor elnevezést is ismernie kellene. Tehát kisebb csoda, ha valaki ki tud igazodni egy ilyen bonyolult nevezéktanban. Éppen ezért nem célszerű a védett eredetű borok számát igen nagyszámúra növelni. Természetesen a nagy szám relatív, de az ésszerűség határán belül maradva kell meghatározni, hogy melyik az a földrajzi egység, ahol meghúzható a védett eredetű borok szabályzatának és miniszteri rendelettel történő kihirdetésének határa.

Érdemes áttekinteni a francia védett eredetű borok bevezetésének gazdasági és szociális hátterét is, hiszen sok hasonlóságot mutat a jelenlegi magyar helyzetképpel.

Franciaország a XX. század elején sorozatos bortúltermelési válsággal küzdött, állandó eladási nehézségek jelentkeztek különösen az asztali borok piacán, ugyanakkor a minőségi borok iránt mindig stabil kereslet mutatkozott. Tulajdonképpen ezek az eladási nehézségek a közös piac kialakításával sem szűntek meg, csak átmenetileg enyhültek, de sajnálatos módon időről időre visszatérnek: így krízishelyzetek alakultak ki 1976-ban, 1982-ben, 2001-ben és 2005-ben. Ugyanakkor az utóbbi időszakig (2001-ig)²⁶ az m.t. minőségi borok piacán nem jelentkezett hasonló válság, hiszen ebben a piaci kategóriában nőtt a kereslet. Ma már az EU minőségi borai esetében jelentkező borfelesleget is krízislepárlással próbálják levezetni a piacról, 2005-ben Franciaországban 1,5 millió hl AOC bort pároltak le a termelők közösségi támogatással.

Magyarország bizonyos tekintetben hasonló helyzetben van, mint Franciaország volt a XX. század első harmadában, hiszen export piacaink szűkülnek, az asztali borok piaci szegmensében nem vagyunk eléggé versenyképesek az export piacon, a minőségi borok iránt pedig a világpiac összességét tekintve jóval nagyobb mértékben nő a kereslet, mint az asztali borok iránt. Ezért Magyarország számára a minőségi borok piaca stratégiaiilag fontos szegmens, amellett, hogy megtartjuk az asztali boraink piacát is.

Az AOC szabályozás kidolgozásának fontos piactisztító szerepe volt Franciaországban, különösen a filoxéra vész után, hiszen a borhamisítás (cukorból, mazsolából, borászati melléktermékből készült) jelentős méreteket öltött és nemcsak az asztali bortermelők, hanem a minőségi bortermelők is kárát látták a nem tisztességes termékek piacra jutásának. A bornál is igaz az az alapelv, hogy „a rossz pénz elúzi a jó pénzt”: a gyenge minőségű vagy hamis bor tönkre teszi a tisztességesen előállított borok piacát. Magyarország esetében is gondot okoznak a jogszabályok be nem tartásával előállított, jelölt és forgalomba hozott borok. Itt nem feltétlenül a műbor készítésre kell gondolnunk, hanem a megtévesztő jelölésekre vagy az adók megfizetése és forgalomba hozatali engedély nélkül forgalomba hozott borokra.

Éppen az említett okok miatt a termelőkben egyre inkább felmerül az az igény, hogy termékeiket megkülönböztessék más, tömeg boroktól. Ráadásul a megkülönböztetés igénye annál fontosabb, minél telítettebb a piac. Ezzel párosul a borok hírnevének javítása és az imázsépítés, ami elengedhetetlen ahhoz, hogy a borral kapcsolatban pozitív kép alakuljon ki a

²⁶ 2001. óta az EU bortermelői strukturális borfeleslegekkel küzdenek, az eladási nehézségek elérték az „általános” védett eredetű borokat (AOC génériques) a világpiacon jelentkező újvilági versenytársak miatt.

fogyasztókban. Erre kiváló példa nemcsak a védett eredetű borok szabályzatának kidolgozása a közösség több tagállamában, hanem a minőségbiztosítási rendszerek bevezetése is. Így pl. Ausztriában a 80-as évek közepén kirobbant glikol botrány miatt az osztrák borok egy pillanat alatt elvesztették jó hírnevüket és közel 20 évnek kellett eltelnie, valamint új szabályozási és minőségellenőrzési rendszert kellett bevezetni ahhoz, hogy újra fel tudják építeni az osztrák borok imázsát.

A francia AOC borok szabályzata a termelők kezdeményezésére jön létre, amit a miniszter rendeletben hirdet ki, a szabályok betartatása állami feladattá válik. Azzal, hogy jogszabály állapítja meg a védett eredetű borok előállításának szabályait, a minőségi bortermelés intézményesítése következik be, ami hozzájárul a termékek, a termelők védelméhez és jövedelmük növeléséhez. Ugyanis a borok védett eredetűvé tétele arra a gazdasági alapelvre épül, ami szerint a terület- (termőhely lehatárolás) és terméskorlátozással mesterségesen hiányt keltünk a piacon, ami a növekvő kereslet mellett az árak, és ezen keresztül a jövedelmek növekedéséhez vezet. Ráadásul fontos kínálatszabályozó szerepet tölt be, hiszen az asztali boroknál jóval alacsonyabb termésátlagokat engedélyez a védett eredetű bortermelés, pl. Franciaországban 42-60 hl/ha között mozognak a termésátlagok, egyes speciális AOC-k esetében ennél jóval alacsonyabb is lehet a maximálisan szüretelhető termésmennyiség, Sauternes esetében pl. 25 hl/ha, ami nagyban hozzájárul a bormennyiség csökkenéséhez.

A másik fontos jelenség, ami előnyösen hat a védett eredetű borokra, az, hogy globálisan nő a kereslet a minőségi borok iránt. Európában a hagyományos nagy bortermelő és borfogyasztó országokban 1970. óta folyamatosan nő a minőségi borok fogyasztása az asztali borok rovására. Olyan „új” borfogyasztó országok esetében, mint az Egyesült Államok, Nagy Britannia, a skandináv országok, a Benelux államok esetében, pedig az utóbbi 15. évben óriási bővülés tapasztalható a borkereslet területén. Például az USA, ami jelenleg a 3. helyen áll a borfogyasztó országok között (az összes bormennyiséget tekintve és nem az egy főre jutó átlagos borfogyasztást, mert ez utóbbi viszonylag alacsony 8 liter/fő/év) 2008-ra a világ legnagyobb borfogyasztó országává válhat. Az említett országokban a magas életszínvonal, a borfogyasztás divatja, az életmód mind-mind abba az irányba mutatnak, hogy a fogyasztók hajlandók magasabb áron megvásárolni a minőségi bort, többet áldozni egy palack magas minőségű borért.

Megállapítható tehát, hogy a minőségi boroknál a védett eredetre vonatkozó szabályzat az ágazat gazdálkodására specializálódott eszközrendszert testesíti meg, ami a termelők kezdeményezésére jön létre és a termelők oltalma alatt áll. A minőség érdekében lehatárolt

termőhely földrajzi névhasználata szigorú, kényszerítő szabályokhoz kötött. A védett eredetű borok szabályzata részletesen előírja a termelés feltételeit. Ennek megfelelően a szabályzat lehatárol és elkülönít egy speciális termőhelyet az összes többi szőlő- és bortermőhelytől, amelynek létalapját az adja, hogy az adott termőhely pótlólagos jövedelmet, nagyobb hozzáadott értéket biztosít a termelők számára.

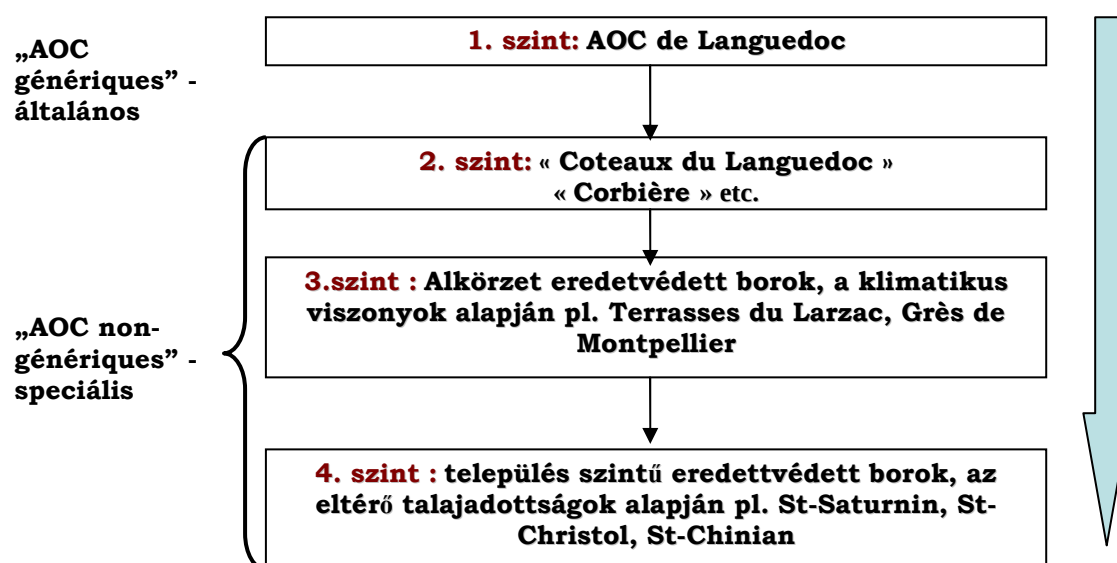
Alapvetően Magyarországon is ezek a tényezők a mozgatórugói a védett eredetű szabályozás kidolgozásának, ugyanakkor a franciaországi folyamatokkal nem igazán áll összhangban a hazai tendencia: abban az esetben, amikor védett eredetű borok asztali bor áron kaphatók az üzletek polcain, nem minden esetben igazolódik be az az alapelv, ami szerint az adott lehatárolt termőhely plusz jövedelmet biztosít a termelők számára. Pl. Debrői hárslevelű, amelyet Magyarország első védett eredetű szabályozásával rendelkező borai között tartunk számon 259 Ft/palack áron kapható a hipermarketekben, három puttonyos Tokaji aszú pedig 695 Ft-ért, de hasonló a helyzet az Egri bikavér esetében: 300-3000 Ft/palack árintervallumban találunk Egri bikavért az üzletekben. Nemcsak plusz jövedelembiztosításról nem beszélhetünk ezekben az esetekben, hanem még a fogyasztókat is nagyban elbizonytalanítja az, hogy sokszor asztali bor áron kerülnek piacra védett eredetű borok. Így az árakban nem kerül elismerésre a védett eredetű borok által hordozott hozzáadott érték.

Igazán akkor éri meg megszorításokat bevezetni (termőhely lehatárolás, terméskorlátozás, hosszú érlelési idő), - ami értelemszerűen plusz ráfordítást jelent, mivel terméseszkökenesssel kell számolni az asztali borok hozamszintjéhez képest -, ha a termelő ezt a pótlólagos költséget és termés kiesést kompenzálni tudja a bor minőség növekedésén keresztül a piacon elérhető magasabb árral. Úgy tűnik a hazai példák esetében, hogy a szigorúbb követelmények ellenére a termelők nem mindig tudnak profitálni a védett eredetű borok által nyújtott lehetőségekből, illetve a piac sem igazán ismeri el minden esetben a magasabb minőségű borokat, vagy a olyan terméket hoznak forgalomba a védett eredetű jelölés alatt, ami nem biztos, hogy megüti az elvárhatóan magas minőségi szintet.

A közösségi terminológiát figyelembe véve a védett eredetű borokat a védett eredetű termőhely rövidítéssel jelölik: Franciaországban Appellation d'Origine Contrôlée (AOC), Olaszországban, Spanyolországban DOC rövidítéssel jelölik, amely a francia AOC adott nyelvre történő lefordítása, Magyarországon VEB (védett eredetű bor) vagy DHC (Districtus Hungaricus Contrôllatus) jelölés alkalmazható. Igaz, a magyar fordításban védett termőhelyről beszélünk, de leginkább ellenőrzött termőhelyről származó borokról van szó a közösségi jog értelmében, ahol az ellenőrzés igen nagy hangsúlyt kap. Az ellenőrzés az

európai védett eredetű boroknál minden szinten jelen van: magába foglalja a parcella, a művelésmód ellenőrzését, az alkalmazható metszés elvégzését, a terméskorlátozás, a lékinyerés arányának, az érlelési idő betartásának ellenőrzését, valamint az előírt analitikai és érzékszervi paraméterek ellenőrzését, hiszen csak akkor hozható forgalomba a bor védett eredetűként, ha az a szabályozás előírásainak megfelel.

A védett vagy ellenőrzött eredetű termőhely, mint lehatárolt földrajzi egység lehet ország, régió, körzet, alkörzet stb., ahol a bor minősége és tulajdonságai a földrajzi környezetből származnak. Itt a földrajzi környezet alatt a természeti és emberi tényezőket, azok kölcsönhatását értjük.



M2/3. ábra Languedoc (D-Franciaország) AOC borainak hierarchiája *Forrás: CIVL (Conseil Interprofessionnel des Vins du Languedoc)*

Hagyományosan a védett eredetű borok földrajzi egységeinek és szabályozásának hierarchiáját az ún. latin típusú²⁷ – francia, spanyol, olasz – modell alapján lehet a legjobban szemléltetni. (M2/4. ábra) Ebben a rendszerben minél kisebb földrajzi egységek, megkülönböztetésre érdemes „terroir”-ok felé haladunk, annál szigorúbb az AOC borok szabályozása, ami akár négyszintű szabályozáshoz is vezethet. Ehhez kiváló szemléltetést nyújt a francia Languedoc régió AOC borainak rendszere. Az első szint a legnagyobb földrajzi egységet jelenti, - amit AOC „générique”-nek, általános védett eredetű bornak is

²⁷ Az EU-ban található másik modell a germán modell, ilyen Németország, Ausztria védett eredetű rendszere, ahol az ország teljes területét védett eredetűvé nyilvánították és elsősorban a borok analitikai paraméterei mérvadóak a minőséget illetően. Magyarország pedig a kettő elegyét próbálja alkalmazni, ami nem kismértékben bonyolítja a minőségi borok szabályozási rendszerét.

nevez a szakma, - szabályozását tekintve a legtágabb lehatárolt termőhelyet jelenti, és a legmegengedőbb követelményeket írja elő a régió AOC borai között pl. a fajtaösszetételt, a minimális természetes alkoholtartalmat vagy a terméskorlátozás szintjét tekintve, ami természetesen még így is jóval szigorúbb, mint az asztali borok esetében megengedett érték²⁸.

Az általánostól eltérő szigorúbb szabályozással rendelkező termőhelyekről (terroirokról) származó borokat „AOC non-générique”-nek, speciális védett eredetű boroknak is nevezik. A Languedoc régión belül találunk több körzetet, ami az általánosnál szigorúbb szabályozással rendelkezik. A körzeteken belül a talaj és mezoklimatikus adottságok alapján lehetnek további, szintén önálló szabályozással rendelkező alkörzetek, illetve amennyiben megkülönböztetésre érdemes, akár egy-egy település is rendelkezhet önálló védett eredetű borral és ennek megfelelő szabályozással.

Az egész eredetvédelmi rendszer hatékonyságát jelentő eleme parcellától a forgalomba hozott termékig tartó ellenőrzés. A védett eredetű termékeknél természetes a hatósági mintavétel és a kóstoló bizottság által végzett érzékszervi minőségi megfeleltetés, valamint a már forgalomban kapható tételek ellenőrzése és amennyiben nem felel meg a termék minőségi előírásainak, a bor levetethető a polcra és minőségvédelmi eljárás kezdeményezhető. Az ellenőrzésben fontos szerepet töltenek be egyrészt a hatóságok, melyek kidolgozzák a védett eredetű bor elismerésének feltételeit (Franciaországban az INAO) és a szakmaközi szervezetek, amelyek azokat a termelőket és felvásárlókat, borászokat tömörítik, akik jogosultak a névhasználatra. Ugyanis a védett eredetű bor névhasználatára közös jog, nem kizárólagos joga a szőlőtermelőnek vagy a borászatnak. A két fél közösen járul hozzá a hozzáadott érték teremtéséhez.

2.3. Magyar „specialitások” a földrajzi árujelzők területén: m.t. minőségi, védett eredetű és tájborok szabályozásának kialakításában

2.3.1. Két szintű szabályozás a minőségi borok megkülönböztetésében

Az Európában jellemző szabályozások és modellekhez képest Magyarországon számos probléma vetődik fel a minőségi bortermelés szabályozása területén. Az közösségi joggal történő borjog harmonizálás során két minőségi borkategóriát alakítottak ki:

- m.t. minőségi borok

²⁸Franciaországban az asztali borok maximális terméshezama 100 hl/ha lehet, az AOC borok esetében 62 hl/ha fölé nem nagyon engedik a maximális terméshezamot a minőségjavítás érdekében (francia átlag az összes AOC bort tekintve 55 hl/ha). *Forrás: ONIVINS Stat, 2005*

– védett eredetű borok,

ahol az **m.t. minőségi borok** kategóriája kicsit a germán eredetvédelmi rendszerhez hasonlít és minden borvidéken érvényes általános szabályozásként a bortörvényben (*továbbiakban: Btv*) és a hozzákapcsolódó végrehajtási rendeletek szabályozzák (különösen a 98/2004, 99/2004 FVM rendelet), a védett eredetű borok pedig inkább a latin modellt követik. Ez a kettős szabályozás túlbonyolítottnak tűnik, különösen az m.t. minőségi borok fogalmát tekintve. Míg a közösségi jogban az m.t. minőségi bor a védett eredetű borok gyűjtőfogalmát jelenti, addig Magyarországon az általános minőségi bor kategóriájaként jelenik meg, ami mind a 22 borvidékre érvényes: Btv. 2.§ „25. *Meghatározott termőhelyről származó minőségi bor (a továbbiakban: m. t. minőségi bor): a szőlőtermés legalább 15 tömegszázalék (MM°) természetes eredetű cukrot tartalmazó (átszámítva legalább 9 térfogatszázalék természetes alkoholtartalmú), a meghatározott termőhelyen, és arra egyértelműen utaló földrajzi eredetmegjelölésű minőségi bor készítésére alkalmas fajtaként osztályba sorolt szőlőfajta termésének mustjából készült bor, amely a termőhelyre és a fajtára, esetleg a készítmódra vagy az évjáratra jellemző, határozottan felismerhető illat-, íz- és zamatanyagokat tartalmaz. Az m. t. minőségi bor származásában és minőségében 100%-ban, fajta és évjárat vonatkozásában 85%-ban meg kell hogy feleljen az elnevezésének és a jelölésének.*”

M.t. minőségi bor készíthető a 22 borvidéken, illetve a több borvidékből álló borvidéki régión. Mivel borvidékenként eltérések mutatkoznak, vagy mutatkozhatnak az általános szabályozáshoz képest, amit a borvidékek rendtartása szabályoz, ezért a borvidéki rendtartások részét alkotó, a borvidék m.t. minőségi boraira vonatkozó szabályozást a miniszter a Btv. értelmében rendeletben hirdeti ki: „57. § (1) *Felhatalmazást kap a földművelésügyi és vidékfejlesztési miniszter, hogy rendeletben megállapítsa ...p) a borvidéki rendtartásnak az m. t. minőségi borok előállítására vonatkozó szabályait.*” Ugyanígy az FVM miniszter rendeletben hirdeti ki a borvidéki régiók m.t. minőségi borainak szabályozását. Meg kell azonban állapítanunk, hogy eddig még nem került sor a borvidékek m.t. minőségi borai szabályzatának kihirdetésére, a borvidéki régiók egy része megalakult (a Duna Borrégió és a Balatoni Borrégió, illetve a Pannon borrégió borvidékei 2007 tavaszán írták alá megállapodásukat), és egyelőre előkészítés alatt áll a többi borvidéki régió szabályzata is.

A Btv-ben szereplő **védett eredetű borok** fogalmának meghatározása összecseng a 1493/1999/EK rendelet m.t. minőségi borokra vonatkozó fogalom meghatározásával: Btv. 2.§. (26.): „*védett eredetű bor: olyan m. t. minőségű bor, amely termelői kezdeményezésű, egyedi szabályozású termék. A védett eredetű bor földrajzi eredete egyedileg klasszifikált és borvidékre vagy azon belül kisebb területi egységekre lehatárolt. A borkészítésre felhasznált*

szőlőfajták a szőlőtermesztés, a borkészítés technológiája és kiszerelése egyedileg szabályozott, az adott termék szabályzatában rögzített. A védett eredetű bor szabályozása egyedi, az m. t. minőségi borra általános és borvidéki rendelkezéseknél részletesebb és szigorúbb. A szabályzatot a miniszter, a Hegyközségek Nemzeti Tanácsa véleményezése és a Bor Eredetvédelmi Bizottságának felterjesztése alapján rendeletben adja ki.”

A Btv-hez kapcsolódó, a borok eredetvédelmét szabályozó 97/2004 FVM (továbbiakban Vhr.) további részletes szabályokat állapít meg a védett eredetű borokra vonatkozóan: „4. § (1) *A védett eredetű bornak rendelkeznie kell az adott földrajzi eredetre jellemző ökológiai és humán (szőlőtermesztési és borkészítési) tényezők jellemzőivel, és az ehhez kapcsolható termelési háttérrel. A védett eredetű borban felismerhetőnek kell lennie a földrajzi eredetét jellemző ökológiai sajátosságoknak és humán (szőlőtermesztési és borkészítési) jellemzőknek, ezek hagyományainak és fejlesztési eredményeinek.*

A jogszabály eredeti szövege szerint (2) *A védett eredetű bor földrajzi eredetjelölésére szolgáló származáshely-megnevezéseket és azok használatát az adott védett eredetű bor szabályozását tartalmazó miniszteri rendelet tartalmazza. A védett eredetű bor földrajzi eredetjelölésére használható földrajzi egységek neveinek használata kizárja annak más, az adott meghatározott termőhelyről származó minőségi borra való használatát.”*

A Vhr. 4.§ eredeti (2) bekezdése azt jelentené, hogy pl. az Egri borvidéken jelenleg a védett eredetű szabályzattal rendelkező Egri bikavér viselheti az Egri nevet, a többi borvidéken termelt bor pl. a Merlot-t nem lehetne Egri névvel forgalomba hozni. Ennek kiküszöbölésére a minisztérium állásfoglalást adott ki, ami szerint a Vhr. 4.§ (2) bekezdése úgy értendő, hogy pl. Egri bikavér vagy Móri ezerjő amennyiben védett eredetű bor, akkor Egri bikavér vagy Móri ezerjő m.t. minőségi bor nem hozható forgalomba, egyébként a Móri vagy az Egri földrajzi nevet más m.t. minőségi borra is lehet használni. Ez akkor igaz, ha az adott földrajzi név egyébként lajstromozott, hiszen akkor megilleti a termelőket a földrajzi névhasználat joga. A minisztérium által kiadott interpretáció egyébként is következett a Vhr-ből, ugyanakkor az állásfoglalás zavart is keltett a termelők körében, mert találunk olyan borvidéket, ami a Vhr. alapján kezdi el kidolgozni a védett eredetű borok szabályzatát és találunk olyat is, ami a minisztériumi állásfoglalásra támaszkodik. A félreértések feloldásaként az említett pontot a következőképpen módosították 2006-ban:

(2) A védett eredetű bor földrajzi eredetjelölésére szolgáló származáshely-megnevezéseket és azok használatát az adott védett eredetű bort szabályozó miniszteri rendelet tartalmazza. A védett eredetű bor megnevezése kizárja annak más, az adott meghatározott termőhelyről származó minőségi borra való használatát.

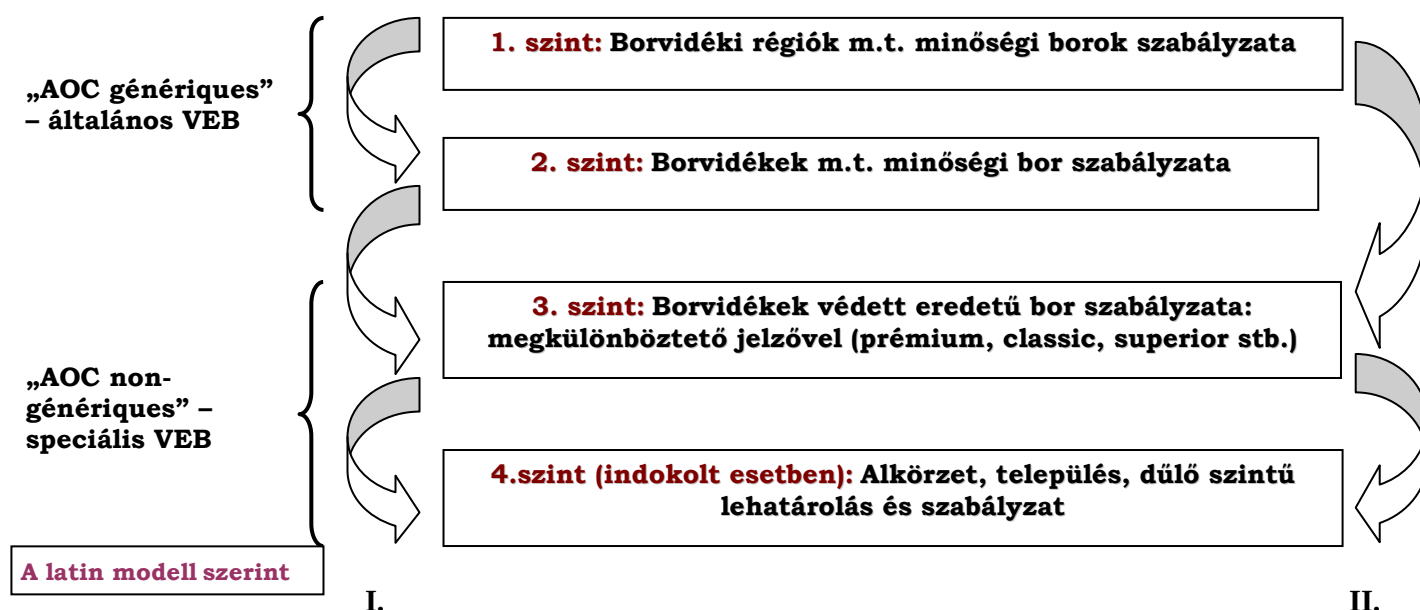
(3) *A védett eredetű bor megnevezése a szabályzatában meghatározott termőhely nevéből és fajtából, vagy az utóbbit helyettesítő kifejezésből áll.*” Ennek értelmében már egyértelművé vált, hogy pl. nem lehet két minőségi kategóriában Egri bikavér bort készíteni (védett eredetűt és m.t. minőségi jelöléssel), hanem csak védett eredetűt lehet forgalomba hozni, ugyanakkor az Egri név más m.t. minőségi borok esetében továbbra is alkalmazható jelölés.

Ugyanakkor a legnagyobb gondot az okozza, hogy a védett eredetű borok szabályzatának nincs egységes kialakult modellje Magyarországon, ahány borvidék annyiféle modellt próbál alkalmazni: az egy borvidék – több termék; egy borvidék-egy termék vagy egy fajta; egy termelő, egy birtok – egy dülő miniszteri rendeletben történő szabályozásáig sokféle variációt találunk. Nem jellemző az EU tagállamaira, hogy egy országon belül többféle modellt alkalmazzanak, így Magyarországnak is érdemes lenne egységes koncepciót kidolgozni, amit a borvidékek egységesen alkalmaznának. Itt lehetne támaszkodni pl. az Alsace-i borvidék védett eredetű borainak szabályozására, ahol egy Alsace-i védett eredetű borok című szabályzat alatt megtaláljuk a hagyományos termékeket, a fajta borokat, valamint a késői szüretelésű és válogatott szőlőből készült borokat a védett eredetű termőhelyek szerint (AOC Alsace, AOC Alsace Grand Cru, AOC Crémant Alsace, Mention «vendanges tardives» és «sélections de grains nobles»). Véleményünk szerint Magyarországon érdemes egy földrajzi elnevezés (pl. borvidék neve) alá több terméket, több fajtát besorolni a védett eredetű termőhelyhez tartozó dülők megnevezésével, amelyet egyetlen miniszteri rendeletben ki lehetne hirdetni, ahhoz hasonlóan, ahogy Villány tette (91/2005 FVM rendelet) a védett eredetű borainak szabályzatában.

A cél az, hogy viszonylag egyszerű, átlátható rendszer kerüljön kidolgozásra, ami alapvetően a borstratégia kérdéskörébe tartozik. Jelenleg tart a Nemzeti Borstratégia átdolgozása, ami igen jó apropót ad a szakmának a védett eredetű borok szabályozási modelljének átgondolásához. Álláspontunk szerint megoldást jelenthet, ha a borvidéki régiók adnák az általános m.t. minőségi borok kategóriáját (ami megfelelhet a francia AOC générique boroknak), a borvidékek földrajzi neveit megtartanánk a védett eredetű borok jelöléséhez és azokat a borokat, amelyek jelenleg m.t. minőségi kategóriába tartoznak a védett eredetű szabályzatban kerülnének szabályozásra. Pl. Tokaj esetében jelenleg is égető a probléma, hiszen Tokajnak nincs külön rendeletben kihirdetett védett eredetű szabályzata, ugyanakkor a fajtaborok, amelyek szintén Tokaj nevét viselik m.t. minőségi jelöléssel kerülnek forgalomba. Érdemes és indokolt lenne egy védett eredetű szabályzatban rögzíteni a Tokaji borvidéken Tokaji jelöléssel forgalomba hozható minőségi borok előállítási szabályait.

Amennyiben egy borvidéken belül indokolt esetben, -ha megkülönböztetésre érdemes terroir-ról van szó-, alkörzet, település esetleg dűlő szinten lehetséges további, szigorúbb szabályozás megállapítása a védett eredetű borok készítéséhez. (M2/4. ábra: I.)

A másik lehetőség az, hogy a borvidékek védett eredetű borait megkülönböztető jelzővel látjuk el pl. classic, prémium, superior stb., amire találunk példát más EU tagállamban is. Franciaországban a Côte du Rhône földrajzi elnevezést két AOC esetében is alkalmazzák: ilyen az AOC Côte du Rhône, ami AOC générique - általános védett eredetű kategória és a szigorúbb szabályozással (külön rendelettel) rendelkező AOC Côte du Rhône Village AOC non-générique védett eredetű borok jelölése. (M2/4. ábra: II.)



M2/4. ábra: Lehetséges modellek a minőségi és védett eredetű borok hierarchiájára

Mindenképpen szakmai döntésre van szükség abban a stratégiai kérdésben, hogy melyik az a földrajzi egység ameddig érdemes miniszteri rendelettel szabályozni a védett eredetű borok előállítását és jelölését. Egy-egy speciális termék vagy jellegzetes borvidéki körzet, esetleg dűlő esetén az általános szabályozáshoz képest lehet szigorúbb szabályozást kidolgozni a megkülönböztetés érdekében. Ugyanakkor nem biztos, hogy abban az esetben, amikor egy dűlő egy birtokhoz tartozik külön miniszteri rendeletben célszerű kihirdetni a szabályozást, hiszen a lajstromozott védjegy is megoldást jelent az adott dűlőből származó borok megkülönböztetésére, vagy egy-egy hegyközség esetében sem indokolt a védett eredetű szabályzat kidolgozása, hanem a hegyközség közös védjegyet is bejegyeztethet. Ráadásul a

védjegyként történő bejegyzés sokkal erősebb védelmet élvez, a védett eredetű bor rendeleti szintű szabályozásból eredő védettséghez képest.

2.3.2. Tájborok

A tájborok kategóriája a földrajzi árujelzővel ellátott asztali borokat foglalja magába. Így minden tájbor esetén fel kell tüntetni a földrajzi eredetet. Az EU tagországokban az 1970-es évek közepén kezdett megnőni a tájbortermelés volumene, ami a piaci tendenciák következménye volt, hiszen az asztali borok iránt visszaesett a kereslet. A tájbor az eredetmegjelöléssel nem rendelkező asztali boroktól való megkülönböztetés első lépcsője: ugyanazon a termőhelyen, ugyanazokat a fajtákat, mint amiből asztali bort készítenek, illetve később minőségjavítás céljából telepített világfajtákat használnak fel tájbortermelésre. Ugyanakkor a termőhely földrajzi elnevezése, a tájborok készítésére kidolgozott szabályozás (kissé alacsonyabb terméshozam korlát, fajtamegjelölés, évjárat megjelölés, esetleg a palackban történő forgalomba hozatal) különbözteti meg a tájborokat az asztali boroktól.

A tájborok elsősorban olyan tagországok borvidékein indultak óriási fejlődésnek és ott alakult ki a többszintű szabályozási rendszerük, valamint a minőségükhöz kapcsolódó hierarchia, ahol a védett eredetű borok fajtahasználata a termőhely hagyományos, az adott borvidéken őshonos, alacsony terméshozammal rendelkező, minőségi bort adó fajtákra korlátozódott. Így pl. Franciaország esetében a minőségi borok hierarchiájához hasonló termék kategóriák alakultak ki a tájborok esetében is (a magasabb minőség felé haladva):

- *Vin de Pays de département* – megyei tájbor: annyiban különbözik az asztali bortól, hogy a megyét, mint földrajzi elnevezést használják a megkülönböztetésre
- *Vin de Pays de région* (pl. *Vins de Pays d’Oc* – Languedoc-i tájbor) – regionális tájbor: különösen világfajtákból készül, Merlot, Cabernet, Pinot noir, Chardonnay, Sauvignon blanc etc. olyan fajták, amelyekből a szabályozás szerint nem lehet védett eredetű bort készíteni, csak tájborként hozhatók forgalomba, ugyanakkor analitikai és organoleptikus paramétereit, minőségét tekintve sokszor vetekszik a védett eredetű borokkal. Ráadásul a regionális tájborok, mint fajtaborok fel tudják venni a versenyt az újvilági versenytársak termékeivel, egyrészt a minőség/ár arány tekintetében, másrészt pedig mennyiségben, hiszen potenciálisan egy nagy adminisztratív régió teljes területéről származhatnak a borok, ami a pl. a Vins de Pays d’Oc esetében évi 4,4 millió hl bort jelent (ami megfelel a teljes évi magyar bortermelés mennyiségének).

- *Vin de Pays local vagy petite zone*– helyi tájbor, vagy kis körzetetek tájbora: általában egy termelői csoport, kis borvidéki körzet tájborait foglalja magában. Saját szabályozással rendelkezik hasonlóan a védett eredetű borokhoz, ugyanakkor lazább terméskorlátozást alkalmaznak a borok előállításához. A borok ára vetekszik a védett eredetű borokéval, ugyanakkor azt a gazdasági előnyt használják ki, ami a magasabb megengedett terméshozamból, valamint az asztali és más tájboroknál magasabb árból következik.

Magyarországon a tájborok ilyen szintű megkülönböztetése nem indokolt, bár volt rá kezdeményezés. Egyrészt azért nem, mert túlságosan bonyolulttá és átláthatatlanná tenné a földrajzi árujelzők használatát, a fogyasztó számára a megkülönböztetést. Másrészt azért sem érdemes tovább aprózni a tájborok rendszerét, mert annak gazdasági előnyei nem realizálhatók, harmadrészt pedig Magyarországon a védett eredetű és a minőségi borok fajtahasználatánál nincs olyan mértékű megszorítás, mint Franciaországban, gyakorlatilag a minőséget adó fajtákból, függetlenül attól, hogy az őshonos-e vagy sem az adott borvidéken, készíthető m.t. minőségi illetve védett eredetű bor a 104/2004. FVM rendeletben meghatározott szabályok alapján.

A hazai szabályozás szerint a tájborok jelölésére jelenleg használható földrajzi elnevezések listája a 97/2004. FVM rendelet 1. sz. mellékletében található, amelyeket a közelmúltban dolgoztak át, a borvidéki régiók megalakulása miatt, így pl. a „*Balatoni*”, mint tájbor jelölés a tervek *Balatonmellékire* változott, ezzel a Balaton a regionális m.t. minőségi borok földrajzi jelölésére szolgál, a Balatonmelléki Borvidék pedig Zalai Borvidékre változtatta a nevét.

2.4. Ellenőrzések és névhasználati visszaélések

Általában a minőségi bortermelés sarkalatos pontja az ellenőrzés, nem véletlenül nevezik a védett eredetű borokat más nyelven „ellenőrzött termőhelyi” eredetű boroknak. A 1493/1999/EK rendelet m.t. minőségi borokra vonatkozó szabályozása is nagy hangsúlyt fektet az ellenőrzésre. Ez az, amit Magyarországon is meg kell valósítani, és javítani kell a borászati ellenőrzések hatékonyságát a minőségi bort adó parcellák, a tőketerhelés, a terméskorlátozás, a borkészítés, az érlelés és a forgalomba hozatal szintjén, annak érdekében, hogy az előállított bor valóban megfeleljen a rendeletekben leírt követelményeknek. Az ellenőrzést, a miniszter által kihirdetett rendelet betartatását az állam biztosítja, hasonlóan más EU tagállamokhoz. Csak a hatékony ellenőrzés ad értelmet a védett eredetű borok

termelésének és megkülönböztetésének, hiszen csak az ellenőrzésen keresztül lehet megvalósítani a termelők és a fogyasztók érdekeinek védelmét.

Az ellenőrzések fokozása igen aktuális, mert számos névhasználati visszaéléssel találkozunk nemcsak a hazai piacon, hanem külföldön is, amivel szemben fel kell lépni a termelők és a fogyasztók védelme érdekében. Jelenleg a hazai szabályozás, ami meghatározza a szakhatóságok (MgSZH Borellenőrzési és Borminősítési Igazgatóság - volt OBI, VPOP) feladatát a borászati termékek előállítása, jelölése, szállítási okmányok ellenőrzése területén, főként a magyar határokon belüli visszaélésekre koncentrál. Ugyanakkor a nemzetközi piacon tapasztalható jogtalan földrajzi névhasználat problémája egyre súlyosabb gondot és versenyhátrányt okoz a magyar minőségi boroknak, illetve veszteséget az érintett borvidék termelőinek.

Jelenleg a Magyarországon alkalmazott borjogon alapuló jogérvényesítés legnagyobb hátránya, hogy az eljárás és a szankciók rendszere nem érzékeny a határon átnyúló kereskedelemre (Gonda, 2005), különösen a harmadik országokkal folytatott kereskedelemre és az ott jelentkező névhasználati visszaélésekre vagy minőségi problémákra. Ugyanakkor a versenyjogi fellépés lehetősége vagy az iparjogvédelem egyes formái (védjegyek, földrajzi árujelzők) többletvédelmet nyújthatnak a termelők számára.

Jelenleg is számos, Magyarország számára igen fontos piacon jelent gondot a névhasználati visszaélés. Az orosz és az ukrán piacon ez a probléma elsősorban a Tokaji borokat érinti. Ukrajnai cégek úgy vélik, hogy joguk van Tokaji minőségi borkészítésre és palackozásra, Moszkva környékén pedig, milliós nagyságrendben palackoznak Tokaji megjelöléssel bizonytalan eredetű alapanyagból készült borokat. A problémák megoldására tett próbálkozások (közös bizottságok felállítása, az orosz pátriárka által kibocsátott igazolás és hologram az eredeti Tokaji borok esetében, ezzel együtt tájékoztató kampányok az orosz fővárosban) csak lassan és nehézkesen hoznak eredményt. A névhasználati visszaélések problémáját az is nehezíti, hogy sem Oroszországnak, sem Ukrajnának nincs kétoldalú borkereskedelmi megállapodása az EU-val, így nem kötelezi őket arra semmi, hogy elismerjék az EU földrajzi árujelzőit, illetve nem írtak alá olyan egyezményeket sem, amelynek következtében a földrajzi jelöléseket kölcsönösen tiszteletben kellene tartani.

Hasonló problémával találkozott a közelmúltban Magyarország a kínai piacon is, ahol a Tokaji, Mátrai, Egri és Villányi neveket védjegyként, kizárólagos használatra akart bejegyeztetni egy kínai cég, ezzel kizárva minden más magyar termelő termékét a kínai piacról. (A bejegyzési kérelmet a hegyközségi szervezet kifogása miatt végül elutasította kínai védjegy hivatal.) Annak ellenére történt a bejegyzési kérelem, hogy a kínai jogszabályok

értelmében sem lehet földrajzi jelöléseket védjegyként bejegyeztetni. Ezek az „adminisztratív” akadályok súlyos problémát jelentenek a hazai piaci szereplők számára, hiszen a kínai piac dinamikusan fejlődő piacnak tekinthető, óriási potenciállal rendelkezik, ahol minden bortermelő ország ott szeretne lenni. Amennyiben nem sikerül eredményesen felszólalni, már azelőtt kiszorulnak az említett termékek a kínai piacról, hogy oda egyáltalán igazán bekerülhettek volna, illetve egy cég monopóliuma lesz az említett földrajzi neveken történő borok kínai forgalomba hozatala. Ezzel kizárják az egyébként közös márkaként tekinthető földrajzi név összes többi tulajdonosát a kínai piacról. Sajnos az ilyen és ehhez hasonló védjegy bejegyzéseknek igen káros gazdasági hatásuk van, hiszen a versenyképesebb magyar termékek kiszorulnak az adott piacról: 2005 és 2006 évben a Kínába történő Villányi borkiszállítások után 2007-ben a kínai cég védjegy bejegyzésére hivatkozva az importőrök egyáltalán nem listáztak be Villányi bort.

Kínával kapcsolatban a hazai termelők érdekérvényesítését két tényező is nehezíti: egyrészt az EU és Kína között nincs a borra vonatkozóan kétoldalú megállapodás. Ugyan Kína 2001. óta tagja a WTO-nak, így a TRIPS egyezmény is kötelező ránézve, aminek értelmében a földrajzi jelzőkre használatának tiszteletben tartása Kínára is vonatkozik. Ráadásul eddig a nemzetközi piacokon az illetékes szaktárca a külképviseleteken keresztül közben járt a jogtalan földrajzi névhasználati ügyekben, de az utóbbi időben a szaktárca kivonul ebből a kérdéskörből és a termelői, ágazati szervezetekre bízta a jogtalan névhasználat elleni felszólalást, tekintettel arra, hogy az adott borvidék termelőit illeti meg a névhasználat joga, így ők jogosultak eljárni a nemzetközi ügyekben is. Ugyanakkor a szakmai szervezetek egyelőre nem rendelkeznek elegendő kapacitással és forrással sem, hogy ezekben az ügyekben hatékonyan tudjanak eljárni. Ugyanakkor azt is ki kell emelnünk, hogy a földrajzi és hagyományos jelölések védelme kifejezetten fontos lenne a magyar és általában az európai borok számára, hiszen ezekkel a termékekkel tudnak versenyelőnyre szert tenni tekintettel arra, hogy a borkészítési eljárások alkalmazása erőteljesen a liberalizálás irányába hat, különösen az EU-USA bormegállapodás megkötése (2005) óta. Magyarország számára sem marad más lehetőség, mint hogy ebben a kiélezett versenyhelyzetben és piaci környezetben a minőségpolitikát erősíti, a minőségjavítást és a borok differenciálását helyezi előtérbe a jobb értékesíthetőség eléréséhez, illetve ezzel párhuzamosan a borkínálatát megpróbálja sokkal jobban a kereslethez igazítani (fajta, minőség, minőség-ár arány és mennyiség tekintetében), valamint a közösségi marketing akciókat kidolgozni.

Az eredetvédelem tekintetében fontos kérdést jelentenek a névhasználati visszaélések elleni fellépés hatékonysága, különösen a nemzetközi piacokon, és elsősorban azokban a

harmadik országokban, ahol az EU-nak nincs kétoldalú megállapodása a borokra vonatkozóan. Ugyanakkor az EU-nak és Magyarországnak is az egyik legfontosabb versenyképességi tényezőjét jelentik a védett eredetű borok és a hagyományos jelölések (nem véletlenül próbálják imitálni ezeket a termékeket az újvilági országokban is). A magyarországi eredetvédelmi rendszer egyik nagy problémája, hogy igen nehezen tud fellépni a külföldön történő névhasználati visszaélésekkel szemben. Bizonyos tekintetben és ügyekben eljár a szaktárca vagy a külképviselet, az OBI-nak (MgSZH Borminősítési Igazgatóságának) viszont nincs ráhatása, a nemzetközi piacon történő visszaélésekre és a jogszabályok sem fogalmazzák meg egyértelműen az eljárásrendet ilyen esetekben (Gonda 2005, Szabó, 2005).

M2/2. táblázat: A közösségi és magyar jogszabályok jegyzéke témakörönként

A JOGSZABÁLY SZÁMA ÉS TÍPUSA	A JOGSZABÁLY TARTALMA
• BORPIACI RENDTARTÁS	
1493/1999 (EK rendelet) 31999R1493	a közös borpiaci szabályozás (alaprendelet)
01999R1493-20060104 2585/2001 (EK rendelet) 32001R2585	a közös borpiaci szabályozás egységes szerkezetű joganyaga a borpiac közös szervezéséről szóló 1493/1999/EK rendelet módosítása
1795/2003 (EK rendelet) 32003R1795	az 1493/1999/EK tanácsi rendelet VI. mellékletének a meghatározott termőhelyről származó minőségi borok tekintetében történő módosítása
1994. évi CII. Törvény	a hegyközségekről
2004. évi XVIII. törvény	a szőlőtermesztésről és a borgazdálkodásról
• SZAPORÍTÓANYAG	
01968L0163-20070714	a vegetatív szőlő-szaporítóanyagok forgalmazásáról szóló irányelv egységes szerkezetű változata
11/2002 (EK irányelv) 32002L0011	a vegetatív szőlő-szaporítóanyagok forgalmazásáról szóló 68/193/EGK irányelv módosításáról és a 74/649/EGK irányelv hatályon kívül helyezése
43/2005 (EK irányelv) 32005L0043	a vegetatív szőlő-szaporítóanyagok forgalmazásáról szóló 68/193/EGK irányelv mellékleteinek módosításáról
90/2004 (FVM rendelet)	szőlő szaporítóanyagok előállítása, minősítése és forgalomba hozatala
• FAJTA	
29/2004 (EK irányelv) 32004L0029	a szőlőfajták vizsgálata során alkalmazott jellemzők és minimális feltételek meghatározása
39/2001 (FVM rendelet)	a Szőlő Fajtahasználat Bizottság
104/2004 (FVM rendelet)	a borkészítésre alkalmas szőlőfajták osztályba sorolása
• ADATSZOLGÁLTATÁS, SZÜRETI, TERMELÉSI ÉS KÉSZLETJELENTÉS, SZÁRMAZÁSI IGAZOLÁS	
1282/2001 (EK rendelet) 32001R1282	szüreti, termelési, kezelési, értékesítési és készletjelentés
96/2004 (FVM rendelet)	a szőlészeti és borászati adatszolgáltatás rendjéről és a nem hegyközségi településeken a közigazgatási feladatokat ellátó hegyközségek meghatározása
94/2004 (FVM rendelet)	A szőlő és bor származási igazolás kiadása
• TERMELÉSI POTENCIÁL, SZERKEZETJAVÍTÁSI TÁMOGATÁS, TERMŐHELYI KATASZTER	
1227/2000 (EK rendelet) 32000R1227	termelési potenciál
1342/2002 (EK rendelet) 32002R1342	1227/2000/EK rendelet módosítása: szerkezetátalakítási tervek
315/2003 (EK rendelet) 32003R0315	1227/2000/EK rendelet módosítása
1841/2003 (EK rendelet) 32003R1841	1227/2000/EK rendelet módosítása, szerkezetátalakítás jelentése Brüsszel felé

A JOGSZABÁLY SZÁMA ÉS TÍPUSA	A JOGSZABÁLY TARTALMA
1389/2004 (EK rendelet) 32004R1389	1227/2000/EK rendelet módosítása
599/2004 (EK döntés) 32004D0599	Magyarország bortermelési potenciálja
687/2004 (EK határozat) 32004D0687	Határozat a tagállamoknak 2004/2005. borpiaci évre megítélt szerkezetátalakítási támogatásokról
715/2005 (EK döntés) 32005D0715	Határozat a 2004/2005. borpiaci évben a szerkezetátalakítások pénzügyi támogatásáról
716/2005 (EK döntés) 32005D0715	Határozat a tagállamoknak 2005/2006. borpiaci évre megítélt szerkezetátalakítási támogatásokról
1074/2005 (EK rendelet) 32005R1074	1227/2000/EK rendelet módosítása: a szerkezetátalakítás teljesülése
1216/2005 (EK rendelet) 32005R1216	1227/2000/EK rendelet módosítása
669/2006 (EK határozat) 32006D0669	2006-os pénzügyi évre jóváhagyott szerkezetátalakítási támogatási összegek
701/2006 (EK határozat) 32006D0701	2006/2007. borpiaci évre előirányzott szerkezetátalakítási támogatási összegek
95/2004 (FVM rendelet)	a szőlő termőhelyi kataszterének felvételezéséről, kiegészítése és módosítása
102/2004 (FVM rendelet)	Szőlőültetvények térinformatikai nyilvántartása (VINGIS)
7/2007 (FVM rendelet)	a szőlőtermelési potenciálra, a szőlőültetvények szerkezetátalakítására és átállítására vonatkozó nemzeti szabályozás
• BORÁSZATI ÜZEMEK	
101/2004 (FVM rendelet)	Szőlészeti és borászati üzemek működésének engedélyezése, tevékenységének higiéniai szabályozása
89/2005 (FVM-EüM-ICsSzEM-PM rendelet)	az élelmiszer-ellenőrzési igazgatási szolgáltatási díjakról
• BORÁSZATI ELJÁRÁSOK ÉS KEZELÉSEK	
1622/2000 (EK rendelet) 32000R1622	borászati eljárások és kezelések
02000R1622-20060505	Borászati eljárások és kezelések egységes szerkezetű joganyaga
2451/2000 (EK rendelet) 32000R2451	a borászati eljárások és kezelések közösségi kódexének létrehozásáról szóló 1622/2000/EK rendeletnek a XIV. melléklet tekintetében történő módosítása
885/2001 (EK rendelet) 32001R0885	Kanadai jégbor fogalma
1655/2001 (EK rendelet) 32001R1655	borászati eljárások és kezelések közösségi kódexének létrehozásáról szóló 1622/2000/EK rendelet módosítása
2066/2001 (EK rendelet) 32001R2066	az 1622/2000/EK rendeletnek a lizozim borászati termékekben való felhasználása tekintetében történő módosítása
2244/2002 (EK rendelet) 32002R2244	Borkősav felhasználása

A JOGSZABÁLY SZÁMA ÉS TÍPUSA	A JOGSZABÁLY TARTALMA
1410/2003 (EK rendelet) 32004R2003	1622/2000/EK rendelet kiegészítése
1427/2004 (EK rendelet) 31427R2004	1622/2000/EK rendelet kiegészítése a csatlakozó országok technológiájával
1428/2004 (EK rendelet) 31428R2004	1622/2000/EK rendelet kiegészítése a csatlakozó országok határértékeivel
1163/2005 (EK rendelet) 32005R1163	1622/2000/EK rendelet kiegészítése
99/2004 (FVM rendelet)	a borok előállításáról
• MINŐSÉGI BOROK, EREDETVÉDELEM	
1607/2000 (EK rendelet) 32000R1607	meghatározott termőhelyről származó minőségi borok
97/2004 (FVM rendelet)	a borok eredetvédelmi szabályai
103/2004 (FVM rendelet)	A védett eredetű borok minősítéséhez kapcsolódó borbíráló bizottságok akkreditálása és működése
58/2005 (FVM rendelet)	OBB
130/2003 (FVM rendelet)	Az Egri Bikavér és Debrői hárslevelű védett eredetű borok szabályzata
91/2005 (FVM rendelet)	Villányi védett eredetű borok szabályzata
10/2006 (FVM rendelet)	A Duna Borvidéki Régió szabályzata
11/2006 (FVM rendelet)	Izsáki Arany Sárfehér védett eredetű szabályzata
12/2006 (FVM rendelet)	Nagy-Somlói védett eredetű borok szabályzata
62/2006 (FVM rendelet)	Balatoni Borvidéki Régió szabályzata
• ÍZESÍTETT ITALOK	
1601/91 (EK rendelet) 31991R1601	ízesített bor, ízesített boralapú italok és az ízesített boralapú koktélok meghatározására, megnevezésére és kiserelésére vonatkozó általános szabályok meghatározása
122/94 (EK rendelet) 31994R0122	ízesített borok, ízesített bortartalmú italok és ízesített bortartalmú koktélok (végrehajtási rendelet)
2061/1996 (EK rendelet) 31996R2061	1601/91 EK rendelet módosítása
2215/96 (EK rendelet) 31996R2215	forralt bor
1882/2003 (EK rendelet) 32003R1882	hatáskörök
• ANALÍZIS	
2676/90 (EK rendelet) 31990R2676	a borászati termékek analízise (e rendelet egyes részeit 2001. aug. 1-jével a 1622/2000/EK rendelet hatályon kívül helyezte)
440/2003 (EK rendelet) 32003R0440	boranalízis közösségi módszereinek meghatározásáról szóló 2676/90/EGK rendelet módosításáról
128/2004 (EK rendelet) 32004R0128	a boranalízis közösségi módszereinek meghatározásáról szóló 2676/90/EGK rendelet módosításáról
2009/92 (EK rendelet) 31992R2009	az etilalkohol analízise

A JOGSZABÁLY SZÁMA ÉS TÍPUSA	A JOGSZABÁLY TARTALMA
2870/2000 (EK rendelet) 32000R2870	szeszesitalok analízise
2091/2002 (EK rendelet) 32002R2091	2870/2000/EK rendelet módosításáról
128/2004 (EK rendelet) 32004R0128	2676/90/EGK rendelet módosítása a közösségben alkalmazott boranalízis módszereiről
355/2005 (EK rendelet) 32005R0355	2676/90/EGK rendelet módosítása a közösségben alkalmazott boranalízis módszereiről
89/2005 (FVM-EüM-IcsSzEM-PM rendelet)	az élelmiszer-ellenőrzési igazgatási szolgáltatási díjakról
• JELÖLÉS ÉS KISZERELÉS	
75/106 (EK irányelv) 31975L0106	palackméretek
2000/13 (EK irányelv) 32000L0013	az élelmiszerek címkézése és kiserelése
89/2003 (EK irányelv) 32003L0089	A 2000/13 EK irányelv módosítása
753/2002 (EK rendelet) 32002R0753	a borászati termékek leírása, jelölése, kiserelése és oltalma
02002R0753-20060223	a borászati termékek leírása, jelölése, kiserelése és oltalma – egységes szerkezetű joganyag
316/2004 (EK rendelet) 32004R0316	753/2002/EK rendelet módosításáról
1429/2004 (EK rendelet) 32004R1429	753/2002/EK rendelet módosítása: kiegészítés az új csatlakozó országok hagyományos jelöléseivel
1991/2004 32004R1991	753/2002/EK rendelet módosítása: kiegészítés a SO ₂ feltüntetése a címkén
1512/2005 (EK rendelet) 32005R1512	753/2002/EK rendelet módosításáról: szőlőfajta névhasználat
1416/2006 (EK rendelet) 32006R1416	EU-USA borkereskedelemi megállapodás kapcsán az amerikai jelölések Közösségen belüli védelme
98/2004 (FVM rendelet)	a borászati termékek jelöléséről
• JÖVEDÉKI SZABÁLYOZÁS, KÍSÉRŐ OKMÁNYOK, PINCEKÖNYV	
92/12 (EK irányelv) 31992L0012	jövedéki adó köteles termékek általános szabályozása
92/83 (EK irányelv) 31992L0083	alkohol és alkoholos italok jövedéki adó szerkezetének harmonizálása
92/84 (EK irányelv) 31992L0084	alkohol és alkoholos italok jövedéki adó értékének harmonizálása
2719/92 (EK rendelet) 31992R2719	kísérő okmány (jövedéki adó-köteles termékek esetén)
3649/92 (EK rendelet) 31992R3649	egyszerűsített kísérő okmány
3199/93 (EK rendelet) 31993R3199	a jövedéki adó-mentesség érdekében történő denaturációs eljárások kölcsönös elismerése

A JOGSZABÁLY SZÁMA ÉS TÍPUSA	A JOGSZABÁLY TARTALMA
31/96 (EK rendelet) 31996R0031	a jövedéki adómentesség igazolása
884/2001 (EK rendelet) 32001R0884	borkísérő okmányok, nyilvántartások, pincekönyv
1782/2002 (EK rendelet) 32002R1782	884/2001/EK rendelet módosítása
908/2004 (EK rendelet) 32004R0908	884/2001/EK rendelet módosítása: kiegészítés az új csatlakozókkal
2003. évi CXXVII. törvény	a jövedéki adóról és a jövedéki termékek forgalmazásának különös szabályairól
8/2004 (Korm. Rendelet)	a jövedéki adóról és a jövedéki termékek forgalmazásának különös szabályairól szóló 2003. évi CXXVII. Törvény egyes rendelkezései
13/2004 (PM rendelet)	2003. évi CXXVII. törvényben megjelölt vámtarifaszámok
41/2002 (PM rendelet)	a hordós és kannás borra előírt hivatalos zár alkalmazásának valamint elszámolásának részletes szabályai
18/2004 (PM rendelet)	a hordós és kannás borra előírt hivatalos zár alkalmazásának, valamint elszámolásának részletes szabályairól szóló 41/2002. (XII. 6.) PM rendelet módosításáról
36/1997 PM rendelet	zárjegy
19/2004 (PM rendelet)	A zárjegy alkalmazásának, a zárjeggyel való elszámolásnak részletes szabályairól szóló 36/1997 PM rendelet módosításáról
24/2004 (PM rendelet)	VPOP
52/2001 (FVM-PM rendelet)	A borászati termékek egységes bizonylatolási, nyilvántartási és elszámolási rendjéről
136/2004 (FVM-PM rendelet)	A borászati termékek egységes bizonylatolási, nyilvántartási és elszámolási rendjének módosításáról
• PIACI MECHANIZMUSOK	
1623/2000 (EK rendelet) 32000R1623	piaci mechanizmusok
02000R1623-20060101	a piaci mechanizmusokról szóló jogszabály egységes szerkezetű változata
2409/2000 (EK rendelet) 32000R2409	1623/2000/EK rendelet módosításáról
625/2003 (EK rendelet) 32003R0625	1623/2000/EK rendelet módosításáról
1411/2003 (EK rendelet) 32003R1411	1623/2000/EK rendelet módosításáról
1710/2003 (EK rendelet) 32003R1710	1623/2000/EK rendelet módosításáról
908/2004 (EK rendelet) 32004R0908	1623/2000/EK rendelet módosítása az új csatlakozó országok határértékeivel
1774/2004 (EK rendelet) 32004R1774	1623/2000/EK rendelet módosítása: lepárlók elismerése
1990/2004 (EK rendelet) 32004R1990	Magyarország felmentése az 500 hl alatti üzemek esetén a kötelező lepárlás alól a 2004/2005 borpiaci évre

A JOGSZABÁLY SZÁMA ÉS TÍPUSA	A JOGSZABÁLY TARTALMA
146/2005 (EK rendelet) 32005R0146	Asztali borok önkéntes lepárlása
1215/2005 (EK rendelet) 32005R1215	1990/2004 EK rendelet módosítása: a felmentés meghosszabbítása Magyarország esetében
1219/2005 (EK rendelet) 32005R1219	1623/2000 EK rendelet módosítása
75/2004 (FVM rendelet)	melléktermékek lepárlásáról és kivonásáról
4/2005 (FVM rendelet)	75/2004 FVM rendelet módosítása: 500 hl határ bevezetése az ellenőrzés melletti kivonáshoz
55/2005 (FVM rendelet)	Melléktermék lepárlásának módosítása
• EXPORT- ÉS IMPORT-SZABÁLYOZÁS	
1291/2000 (EK rendelet) 32000R1291	import- és export-engedélyek (mezőgazdasági termékek)
636/2004 (EK rendelet) 32004R0636	1291/2000 EK rendelet kiigazítása az új csatlakozó országok miatt
2805/95 (EK rendelet) 31995R2805	Az export-visszatérítésről
1481/2005 (EK rendelet) 32005R1481	A 2805/95 EK rendelet módosítása
883/2001 (EK rendelet) 32001R0883	harmadik országokkal való kereskedelem (a borágazat termékei)
02001R0883-20051221	A harmadik országokkal való kereskedelemről szóló jogszabály egységes szerkezetű változata
1037/2001 (EK rendelet) 32001R1037	egyes importált borok közvetlen emberi fogyasztásra történő kínálatának és értékesítésének engedélyezéséről
812/2002 (EK rendelet) 32002R0812	883/2001/EK rendelet módosításáról
1574/2002 (EK rendelet) 32002R1574	a borágazatban az export-visszatérítések rögzítéséről szóló 883/2001/EK és 2805/95/EK rendelet módosításáról
2380/2002 (EK rendelet) 32002R2380	883/2001/EK rendelet módosításáról
527/2003 (EK rendelet) 32003R0527	Argentín borok importja, borászati eljárások
1220/2003 (EK rendelet) 32003R1220	883/2001/EK rendelet módosításáról
2303/2003 (EK rendelet) 32003R2303	az Amerikai Egyesült Államokból importált borok címkézésére vonatkozó különleges szabályok
2324/2003 (EK rendelet) 32003R2324	1037/2001/EK rendelet módosításáról
2338/2003 (EK rendelet) 32003R2338	883/2001/EK rendelet módosításáról
1472/2003 (EK rendelet) 32003R1472	szőlőlére és mustra vonatkozó közösségi vámkontingens megnyitása és kezelése (2003/2004-től)
908/2004 (EK rendelet) 32004R0908	Kiegészítés az új csatlakozó országokkal
29/2004 (Korm. Rendelet)	mezőgazdasági és élelmiszeripari termékek exportja

A JOGSZABÁLY SZÁMA ÉS TÍPUSA	A JOGSZABÁLY TARTALMA
• AGRÁRTERMÉKEK MARKETINGJE	
2702/1999 (EK rendelet) 31999R2702	agrártermékek marketingje harmadik országokban
2879/2000 (EK rendelet) 32000R2879	agrártermékek marketingje harmadik országokban (végrehajtási rendelet)
2060/2004 (EK rendelet) 32004R2060	2702/1999 EK rendelet módosítása
1346/2005 (EK rendelet) 32005R1346	2702/1999 EK rendelet módosítása
2826/2000 (EK rendelet) 32000R2826	agrártermékek marketingje az EU-n belül
94/2002 (EK rendelet) 32002R0094	agrártermékek marketingje az EU-n belül (végrehajtási rendelet)
46/2004 (FVM rendelet)	agrártermékek belső piaci és harmadik országokba irányuló promóciója
100/2005 (FVM rendelet)	46/2004 FVM rendelet módosítása
• ELLENŐRZÉS	
2729/2000 (EK rendelet) 32000R2729	Borászati ellenőrzés
2120/2004 (EK rendelet) 32004R2120	2729/2000/EK kiegészítése az új csatlakozó tagállamokra vonatkozó előírásokkal (mintaszám)
• NÖVÉNYVÉDŐSZEREK	
76/2002 (EK irányelv) 32002L0076	Gyümölcsökben (borszőlőben is) megengedett növényvédőszer maradvány határértékek
89/2004 FVM rendelet	Növényvédőszer forgalomba hozatala
• ÖKOLÓGIAI TERMESZTÉS	
2092/91 (EK rendelet) 31991R2092	ökológiai termesztés és a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek megfelelő jelölése
• ALKOHOLPIAC	
597/2003 (EK rendelet) 32003R0597	Bio-etanol felhasználás
1895/2004 32004R1895	Alkohol bioetanolként történő felhasználása a Közösségben
2119/2004 (EK rendelet) 32004R2119	Alkohol ipari felhasználása
680/2005 (EK rendelet) 32005R0680	Alkohol ipari felhasználása
748/2005 (EK rendelet) 32005R0748	Alkohol bioetanolként történő felhasználása a Közösségben
• EGYÉB	
150/2004 (FVM rendelet)	Agrár-környezetvédelmi támogatás
4/2004 (FVM rendelet)	Helyes mezőgazdasági gyakorlat
81/2004 (FVM rendelet)	Termelői csoportok

A JOGSZABÁLY SZÁMA ÉS TÍPUSA	A JOGSZABÁLY TARTALMA
2004. évi IX. törvény	ÁFA törvény
2004. évi CXL.	Közigazgatási eljárásról
383/2005 (EK rendelet) 32005R0383	Árfolyam meghatározása a szőlő-borágazatban kifizetett támogatásokhoz

Megjegyzés: 2006. november 1-én hatályban lévő EK rendeletek, lektorált hivatalos magyar fordításait, valamint a hatályos magyar jogszabályokat tartalmazza a tematikus táblázat.

3. MELLÉKLET

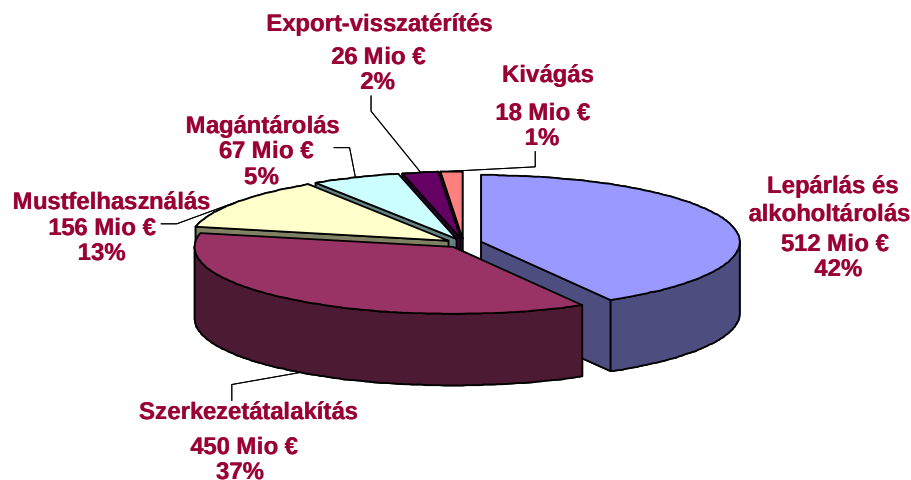
A KÖZÖS BORPIACI SZABÁLYOZÁS REFORMTERVEZETÉNEK ÉRTÉKELÉSE (a Bizottság által 2007. július 4-én elfogadott jogszabálysöveg-tervezete alapján)

Az Európai Bizottság borpiaci reform elképzeléseit 2006. június 22-én tette közzé (ld. Borászati Füzetek 2006. 4. szám), amit egyéves egyeztetési periódus követett a Bizottság által elfogadott jogszabály tervezet megszületésig, 2007. július 4-ig. Az egy éven keresztül tartó egyeztetések során számos fórum megvitatta az EU a Bizottsági javaslatokat, és mint kiderült a nem bortermelő tagállamok kivételével, minden szereplő ellenezte a reform irányát: mind a bortermelő tagországok, mind az európai szakmai és érdekképviselői szervek elutasították a Bizottság reform tervezetét, az Európai Parlament pedig új koncepció kidolgozását javasolta a Bizottságnak. Nem mintha ez a nagyfokú ellenállás sokat változtatott volna a Bizottság korábbi álláspontján, továbbra is tartotta magát a saját elképzeléseihez, amin végül is a Miniszterek Tanácsa (a 27 tagország agrárminisztere) jelentős változtatásokat tudott végrehajtani az utolsó tárgyalásokon 2007. december 19-én.

Mit is tartalmaz, a Bizottság jogszabály tervezete és annak milyen hatásai lehetnek a magyar szőlő- és bortermelők jövőjére? Hogyan módosították a Bizottság eredeti elképzelését a tagországok miniszterei?

A Bizottság alapvető célkitűzése – és ezzel minden bortermelő tagállam egyet is ért, - hogy javítani kell az európai borok versenyképességét a világ borpiacán, hiszen az elmúlt években a bővülő piacok adta lehetőségekből elsősorban az újvilági bortermelő országok tudtak profitálni. Ugyan a világ borpiacán vezető helyet foglal el az EU, de a feltörekvő európai (ld. Nagy-Britannia, Németország, Benelux államok) és Európán kívüli piacokon (ld. USA, Japán, Kína) az újvilági bortermelő országok piaci részesedés szerzése messze felülmúlta az európaiakét.

Azzal is mindenki egyetért, hogy a borpiac támogatására rendelkezésre álló évi 1,3 milliárd €-nyi költségvetési keretet a jelenleginél hatékonyabban kell felosztani. Hiszen ablakon kidobott pénz a nyitott európai piacon olyan intézkedéseket támogatni, ami a feleslegként keletkezett bor lepárlását támogatja, ezzel ösztönözve a bor mesterséges piacra történő termelését és meggátolva a piacképes termékek előállítását. Jelenleg a lepárlási intézkedésekhez felhasznált költségvetési keret az éves költségvetés 42%-át teszi ki. Itt véget is ért az egyetértések „sora”, mivel a cél (a versenyképesség növelése) megvalósításához kidolgozott intézkedések, illetve azok várható hatékonysága igencsak aggályos volt.



M3/1. ábra: A Közös Borpiaci Szabályozás intézkedéseivel kapcsolódó 1 228 millió €-s költségvetési keret megoszlása (2005), forrás: DG Agri, 2006

1. A borpiaci költségvetési keret felosztásának alapelve

A Bizottsági javaslat leginkább kifogásolt eleme a rendelkezésre álló éves költségvetés (1,3 milliárd €) tervezett felhasználásának és tagországok közti felosztásának alapelve. Az elképzelés szerint ez úgy valósulna meg, hogy a keret 12%-át a szőlőültetvények végleges kivágási támogatására fordítanák, 62%-át az úgy nevezett nemzeti borítékra, amiből 9%-ot kötelezően a harmadik országokba irányuló borok promóciójára kellett volna költeni, 21%-át pedig átcsoportosították volna az I. pillérből (most a teljes borpiaci költségvetés itt található) a II. pillérbe, tehát a vidékfejlesztésbe, ami bizonyos mértékig forráselvonást jelentett volna a borpiaci támogatásoktól. Ezt a felosztási alapelvet sikerült a miniszteri egyeztetés során átalakítani, így az új EU tagországok esetében nem lesz vidékfejlesztési átalakítás, az esetükben a nemzeti boríték összege az átcsoportosításra szánt összeggel megnövekedett.

1.1 A nemzeti boríték

A költségvetés legtöbb vitát kiváltó eleme a nemzeti boríték volt, amit úgy nevezett történeti alapon kívánt felosztani a Bizottság, a 2000-től igénybe vett támogatások alapján (50% súllyal) és alapvetően nem a terület (25% súllyal) és a termésmennyiség alapján (25% súllyal szerepel a felosztásnál), ami diszkriminatív lett volna, hiszen az új tagállamok 2000-ben még nem csatlakoztak az EU-hoz. Ráadásul azok a déli tagállamok részesedtek volna nagyobb támogatásban, amelyek eddig is felesleget termeltek és évente több millió hl bort pároltak le (Spanyolország 7 millió hl-t, Olaszország 4 ,illió hl-t 2005-ben). Azok viszont, akik korábban sem termeltek felesleget (pl. Németország, Ausztria, Magyarország), vagy kevesebbet pároltak le (Franciaország) és inkább a szőlőültetvények szerkezetátalakítására, a minőségi alapanyag-termelésre helyezték a hangsúlyt, kevesebb támogatáshoz jutottak volna, mintha terület és termés alapon osztották volna fel a nemzeti borítékra fordítandó keretet. Így a Bizottság a nemzeti borítékon keresztül továbbra is azokat jutalmazta volna, akik eddig sem tartották szem előtt minden tekintetben a versenyképes termék előállítását, hiszen bizonyos termékek esetében sokkal egyszerűbb „piacszerzési” lehetőségnek bizonyult a lepárlás, mint a tényleges kereslethez történő igazodás. Ugyanakkor, akik eddig próbáltak megfelelni az EU elvárásainak és a minőségi termelést előtérbe helyezni, őket hátrány érte volna a támogatás elosztásánál.

A M3/1. táblázat mutatja be a tervezet alapján Magyarország számára odaítélt keretet 2009-2014 közötti időszakban:

Borpiaci év	A magyar nemzeti boríték			
	Bizottsági javaslat (2007.07.04.)			Tanácsi döntés (2007.12.19.)
	Összesen (1000 €)	Ebből promócióra (1000 €)	Többi intézkedésre (1000 €)	Összesen (1000 €)
2009	12 432	2 659	9 773	16 816
2010	17 095	2 659	14 436	23 014
2011	16 745	2 659	14 086	23 809
2012	16 862	2 659	14 203	29 455
2013	16 628	2 659	13 969	29 081
2014	16 590	2 659	13 931	29 103
2015-től	16 454	2 659	13 795	

Forrás: DG Agri, 2007

A táblázatból is jól látható, hogy a Bizottság által kidolgozott elosztási módszerrel Magyarország kevesebb támogatási összeghez jutott volna, mint amit igénybe tudott venni a csatlakozás évében (2004/2005-ben), amikor 15 millió €-t tudtunk lehívni a borpiaci támogatásokból. 2005/2006-ban ennél lényegesen többet, 20,4 millió €-t (de ebből 5 millió €-t kivágásra fordítottunk). Ugyanakkor minden évben 10 millió € körüli összeget fordíthattunk csak a szőlőültetvények szerkezetátalakítási támogatására. A Tanácsi döntés és vidékfejlesztési keretbe történő átcsoportosítás elvetése lehetővé tette Magyarország számára azt, hogy lényegesen nagyobb, az időszak végére az eredetileg tervezett összeghez képest majdnem még egyszer akkora összeget költhetünk a nemzeti borítékban meghatározott intézkedésre. A tárgyalások lényeges eredménye volt az is, hogy a promóciós támogatás kötelező jellege megszűnt. Így a tagállamok választhatják ezt az intézkedést és a hozzárendelt összeg is a nemzeti boríték opcionális részét képezik, tehát más intézkedésre is fordítható.

A promóciós támogatáson felül megmaradó keretet négy intézkedés között kellett volna megosztani, amiből három teljesen új intézkedést jelent:

- szőlőültetvények szerkezetátalakítása (itt megmaradnak az eddig alkalmazott támogatási alapelvek)
- zöldszüret, ami az éretlen szőlőfürtök eltávolításával a termés teljes megsemmisítését jelenti az adott parcellán, ahol a támogatás mértéke a költségek legfeljebb 50%-áig terjedhet;
- szüreti biztosíték, ami a szőlőtermelők jövedelem biztosítását célozza természeti katasztrófák, kedvezőtlen időjárás, betegségek és korokozók okozta jövedelem kiesés esetén, ahol a hozzájárulás mértéke 50% illetve 80% lehet;
- kockázatkezelési alap: a piaci kockázat okozta veszteségek biztosítására szolgáló, termelők által létrehozott alap.

Így tehát elaprózódott volna a Magyarország számára tervezett támogatási összeg és a szőlőültetvények szerkezetátalakításra, a minőségjavításra a jelenleginél szignifikánsan kevesebb támogatási keret jutott volna. Holott Magyarországnak éppen a fejlesztésre lenne szüksége. A miniszteri tárgyalások eredményeként azt is sikerült elérni, hogy a választható intézkedések köre kibővüljön a technológiai fejlesztési típusú támogatásokkal. A nagy bortermelő országok pedig visszatették a választható intézkedések közé négy éves átmeneti jelleggel:

- a krízis lepárlási támogatást,
- a szeszestital piacot támogató lepárlást
- a melléktermék lepárlást, de itt csak a melléktermék begyűjtésének költségei támogathatók (nem a felvásárlás és az alkoholtárolás)
- mustfelhasználás támogatása a must cukortartalmának növelésére.

Az a terület, ahol nem sikerült a Bizottság koncepciójához képest áttörést elérni, az a borpromóció. A promóciós támogatást csak harmadik országba irányuló eladás esetén lehet felhasználni, ami maximum 50%-os támogatást jelent. Tehát termelői önrész is szükséges hozzá. Tekintettel arra, hogy ehhez Magyarországon a termelőktől külön alapot kellene gyűjteni, ez a támogatási lehetőség csak elvi támogatás marad. Addig, amíg a jelenlegi 8 Ft/liter forgalomba hozatali járulék az állami költségvetés részét képezi és nem termelői befizetési alapot jelent, nehezen ösztökélhetők arra, hogy újabb, önkéntes járulékot fizessenek.

Ugyanakkor azt is meg kell állapítanunk, hogy a legjelentősebb piacot az EU bortermelői számára éppen az EU tagországok jelentik (Németország, Nagy-Britannia, Benelux államok, skandináv országok stb.), ahol a szinte akadály nélkül beérkező újkiválási borokkal kell versenyezni. Az EU bortermelői számára a legjelentősebb piacot a többi EU tagállam jelenti, különösen azok, ahol növekszik a borfogyasztás. Az EU tagországok egymás

közi borkereskedelme az összes az EU eredetű borkivitel 72%-át teszi ki. Magyarország borkivitelét tekintve a borok 80%-át más EU tagországban adja el, és csak 20%-a kerül a harmadik országokban eladásra. Így továbbra is felvetődik a kérdés, hogy miért ne lehetne a belső piaci borpromóciót is ugyanúgy támogatni, mint a harmadik országba irányulót?

A borpiaci reform bevezetéséig az egyik legfontosabb stratégiai feladat a nemzeti boríték intézkedéseinek és felosztásának meghatározása és az ehhez kapcsolódó öt éves projekt elkészítése lesz. A prioritás mindenképpen a fejlesztési típusú támogatásoké, így a szőlőültetvények szerkezetátalakítási támogatásáé, ahol a jelenlegi (kb. 11 millió €) támogatási szint fenntartása, valamint a technológiai fejlesztések ösztönzése a cél.

Értelemszerűen Magyarország számára a lepárlási intézkedések nem lesznek relevánsak, hiszen nincs és tekintve a szőlőtermő-felület csökkenésének ütemét, nem is várható, hogy túltermelés lesz. A melléktermék kötelező lepárlásának eltörlése, de a kötelező kivonás bevezetése egyértelműen könnyebbséget jelent a kistermelők számára, ugyanakkor a nagyborászatok (1000 hl felett termelők esetében) nehézséget okozhat a melléktermék elhelyezése, tehát itt valószínűleg a nem kötelező jellegű beszállítás lehetősége nyújthat megoldás. Így indokolt lehet a nemzeti borítékból egy kisebb összeget elkülöníteni a melléktermék lepárlóhoz történő beszállítás támogatásához.

Szintén megfontolandó az intézkedések közül a mustsűrítmény felhasználás támogatása minőségi borok esetében, aminek egyrészt minőségjavító hatása van, másrészt pedig versenyképes árat jelentene a cukor árához képest.

1.2. A szőlőültetvények végleges kivágási támogatása

A Bizottság továbbra sem tett le nagyarányú szőlőültetvény kivágás támogatásáról, igaz a korábbi 400 000 ha-nyi kivágás mértékét 200 000 ha-ra, majd végül 175 000 ha csökkentette. Szerinte ekkora terület végleges kivágására van szükség az EU területén a következő 3 évben ahhoz, hogy visszaálljon a borpiaci egyensúly. A korábbi elképzelésekhez képest még annyi változott, hogy ugyan minden termelő szabadon eldöntheti, hogy részt kíván-e venni a kivágásban, de amennyiben egy tagállam szőlőtermő felületének 6%-a az intézkedés keretében kivágásra kerül, a tagállam korlátozhatja a további kivágásokat. Illetve a termőfelület 2%-a mentesülhet kivágás alól, ha környezetvédelmi, gazdasági vagy szociális okokból feszültségeket okozna a kivágás borvidékeken. Magyarország esetében ezt a felületet a Bizottság 1 705 ha-ban állapította meg, ez az a terület nagyság, ami kivonható az intézkedés alól.

Véleményünk szerint az EU-nak és különösen Magyarországnak nem a nagymértékű terület kivágásra van szüksége, hanem fejlesztésre és a szőlőültetvények szerkezetátalakítására, tehát a kínálat kereslethez történő igazítására.

A kivágással kapcsolatban az az alapvető probléma merül fel, hogy a kivágásösztönző támogatási rendszerrel, a megnövelt támogatási összegekkel (átlag 6 600 €/ha átlag támogatási összeg az első évben) nem érhető el a kívánt hatás. Hiszen nem azok a tagországok fogják igénybe venni a támogatást, ahol a strukturális feleslegek képződnek (Spanyolország vagy Olaszország bizonyos régiói, hiszen ők eddig sem vágtak ki, pedig a lehetőség adott volt), hanem azok - főleg közép- és kelet európai országok-, ahol ez a támogatási szint igen jövedelmező, mivel évtizedek óta nem lehetett ilyen magas jövedelemre szert tenni a szőlőművelésből, mint amit most a Bizottság felajánl egy hektár szőlőültetvény kivágásáért. Nem ezek a tagországok rendelkeznek strukturális felesleggel, Magyarországon évek óta nincs borfelesleg, sőt inkább alapanyag hiánnyal küzdünk. Ráadásul Magyarország 2005/2006-ban kivágott 3600 ha-ral és a 2007/2008-ra a 2000 ha-os keretre benyújtott kivágási kérelmek alapján már most – még a reform bevezetése előtt - teljesítette a 10%-os kivágást. Ennél nagyobb mértékű kivágás már veszélyezteti a borászatok alapanyag-ellátását,

de megakadályozni is nehéz lesz a további kivágásokat az új borpiac szabályozás bevezetése után. Ennek következtében, míg a közép-kelet európai országokban a bortermelő régiókban inkább szociális és környezetvédelmi problémák jelentkezhetnek, addig a dél-európai borfeleslegek továbbra is nehezen eladhatók maradnak, tehát ezzel nem oldható meg hatékonyan a borpiaci egyensúly visszaállításának kérdése, sőt az inkább további problémákat generál, így csak elpazarolt pénz lesz az, amit a Bizottság a kivágásra fordít.

Természetesen az is elképzelhető, hogy az EU borpiaci egyensúlya annak következtében áll majd helyre, ha a közép- és kelet európai szőlők jó része kivágásra kerül, így a felszabaduló piacokra be tudnak törni a feleslegben termelt olasz vagy spanyol borok egy része, amire még a Bizottság borkészítési eljárásaira vonatkozó szabályozási javaslatai is rásegíthetnek. Bár kérdéses, hogy az évi 20-25 millió hl-es feleslegüket az említett piacok fel tudják-e venni, hiszen ott is korlátozottak a lehetőségek, de részmegoldásnak jó lehet.

Úgy tűnik, hogy jelenleg a Bizottság számára nem fontos, hogy hol vágnak ki 175 000 ha-t, a legfontosabb az, hogy ez az előirányzat teljesüljön, és el lehessen mondani, hogy az EU-ban ez a terület kivágásra került, de hogy azt tényleg ott vágták-e ki, ahol arra szükség lett volna, az jelen pillanatban másodrendű kérdésnek tűnik. Nem beszélve arról, hogy míg Európában gőzerővel szüntetik meg a szőlőültetvényeket, Európán kívül – ami már nem csak az újvilágot jelenti, hanem Kínát és Indiát is - nem győznek telepíteni a termelők, annak érdekében, hogy a növekvő piacok igényeit ki tudják elégíteni, és ott egyre nagyobb piaci részesedésre tegyenek szert. Ezzel szemben a Bizottság erőteljes rövidlátására vall, hogy a fejlesztés és a piacra jutás támogatása helyett a felszámolást tartja szem előtt, ezzel is a versenytársak malmára hajtva a vizet.

Magyarország érdeke az lenne, ha a kivágási támogatás nem különülne el, hanem a nemzeti borítékon belül választható intézkedés lenne, illetve a szubszidiaritás elvét követve azokban a tagországokban és régiókban lenne kifejezetten ajánlott, ahol eddig is a feleslegre termelés és a lepárlási támogatásból való jövedelemszerzés volt a „stratégia” a fejlesztés és a minőségjavítás helyett.

1.3. A vidékfejlesztésbe történő átcsoportosítás

Az EU inkább abba az irányba vitte el a borpiaci reformot – hasonlóan a Közös Agrárpolitika általános reformjához – hogy egyre inkább a területalapú és vidékfejlesztési keretbe csoportosít át összegeket az ágazatot érintő I. pillérbe tartozó költségvetési keretből.

A Bizottsági jogszabálytervezet alapján Magyarország 1,9-7,7 millió € támogatást kapott volna 2009-2014 között egyre növekvő mértékben, amit a vidékfejlesztési támogatásokon keresztül elvileg csak a borvidékek használhattak volna fel. Ezek a támogatások ugyanolyan alapelvvel kerülhettek volna felhasználásra, mint a jelenleg futó EMVA programok esetében jellemző: tehát a tagállam által kidolgozott program, nemzeti társfinanszírozás és termelői önrész szükséges hozzá. Az eddigi tapasztalatok alapján ez utóbbi kettő sok esetben nem áll rendelkezésre, ami a magyar termelők számára gyakorlatilag elérhetetlenné tette volna a vidékfejlesztési forrásokat, vagy csak korlátozott mértékben juthattak volna hozzá a vállalkozások, ami súlyos versenyhátrányt jelent a magyar termelők számára a többi bortermelő országhoz képest (ld. agrár-környezetvédelmi támogatás, ami esetében Magyarország a többi tagországhoz képest fele-harmada támogatási szintet tud biztosítani, mint a többi EU-tagország). Így bravúrosnak tekinthető az a tárgyalási folyamat, aminek eredményeként elértük azt, hogy a vidékfejlesztési átcsoportosítás ne történjen meg és ez az összeg a nemzeti borítékba kerüljön.

Ugyanakkor arra az összefüggésekre is tekintettel kell lenni, hogy ha a kivágás miatt eltűnnek a szőlőültetvények a domboldalról, hogyan tudnak a borturizmusra, vagy a tájkép

megőrzésre irányuló programok, illetve a borászati technológiai modernizációs programok stb. részesülni a vidékfejlesztési támogatásból?

Éppen ezért célszerű lenne az átcsoportosítás helyett a vidékfejlesztési összeget is a nemzeti borítékba tenni, ahol a választható intézkedések listáját kellene olyan intézkedésekkel kibővíteni mint, ami most a vidékfejlesztési programok között szerepel.

2. Borkészítési eljárások

A Bizottság eredeti elképzelésében gyökeres és a versenyképesség szempontjából igen aggályos változások következtek volna be a borkészítési eljárásokat illetően. Csak az élénk tiltakozásnak köszönhetően (mind a 25 tagállam ellenezte) került ki a javaslatból az, hogy a harmadik országokból származó bort házasítani lehessen az EU-s borokkal, illetve a harmadik országból származó mustból az EU területén bort lehessen készíteni. Ezzel együtt a végsőki kiállt a cukor felhasználás eltörlése mellett a must természetes cukortartalmának növelését, valamint a javítás mértékének megváltoztatását illetően.

A Bizottság a sokáig tartotta magát az alkoholtartalom növelése esetén a cukor használatának eltörléséhez és ezzel egy időben a mustsűrítmény-felhasználás (mint alkoholtartalom növelő anyag) támogatásának megszüntetéséhez. A számításaink szerint Magyarország esetében csak a cukorfelhasználás eltörlése 15 %-os bor-előállítási költségnövekedést jelentett volna amiatt, hogy a mustsűrítménnyel történő alkoholtartalom növelés költsége (támogatás nélkül) két és félszerese 1 tf% alkoholtartalom cukorral történő javítás költségének. A javítás maximális mértékének drasztikus csökkenése (a C zónában, 2 tf% helyett csak 1 tf%), pedig azt is jelentette volna, hogy magasabb cukortartalmú alapanyag feldolgozása miatt összesen akár 30%-kal növelhette volna a bor-előállítási költségeket. Mindez jelentős versenyhátrányt jelentett volna, hiszen az 1-2 €/palack áron értékesített borok nem bírnak el ekkora költségnövekedést a legfontosabb piacainkon (a német, az angol, az orosz, de akár a hazai piacon sem). Így jelentős eredmény volt a miniszteri egyeztetés során, hogy sikerült fenntartani a cukorfelhasználást, a mustsűrítmény támogatást nemzeti hatáskörben, valamint a 2 tf%-os maximális alkoholtartalom kiegészítés csak 1,5tf%-ra csökkent, ami 0,5%-kal növelhető kedvezőtlen időjárás esetén. Ezzel a magyar bortermelők elkerülték a versenyképesség drasztikus csökkenését.

Sikerült a Bizottságot meghátrálásra kényszeríteni a borkészítési eljárások másik területén is, ugyanis a Bizottság eredetileg eltérő borkészítési eljárásokat engedélyezett volna az exportra (tehát harmadik ország piacára) kerülő borok esetében, mint az EU belső piacára szánt termékek esetében. Ennek az intézkedésnek a gyakorlati kivitelezése elképzelhetetlen lett volna, hiszen képtelen helyzetbe hozta volna mind a termelőket, mind a hatóságokat. Ugyanis azok az exportra szánt termékek, amit nem sikerült mégsem kiszállítani, az EU belső piacon nem kerülhettek volna forgalomba (mivel nem a jogszabálynak megfelelően készültek). Adminisztratív és ellenőrzési szempontból is aggályos lett volna az intézkedés, sok visszaélésre ad lehetőséget és nem segíti a termék útjának és eredetének követhetőségét.

Nem beszélve arról, hogy a Bizottság úgy javasolta a kéttípusú eljárás alkalmazhatóságát, hogy közben a kétoldalú bormegállapodásokban (ld. Amerika. Ausztrália stb.) kölcsönösen elismeri a harmadik országok borkészítési eljárásait, így ezek a termékek minden gond nélkül piacra jutnak az EU piacon, és egyértelműen versenyhátrányba kerültek volna az EU korlátozó szabályozással készült borai. Végül ezt az elképzelést is el kellett vetnie a Bizottságnak.

3. Eredetvédett és földrajzi jelöléssel ellátott termékek

A Bizottság javaslatában teljesen új alapokra helyezi a borok jelölésének rendszerét, ahol a többi élelmiszeripari termék esetében alkalmazott eredetmegjelölési módok kerülnek átvételre:

- Eredetmegjelöléssel ellátott termék (AOP): ahol a bor minősége, beltartalmi értékei alapvetően a termőhely adottságából, a természeti környezetből, fajtából, alkalmazott borkészítési eljárásból származnak és csak akkor viselheti az eredetmegjelölésként szolgáló földrajzi nevet, ha a szőlő 100%-ban arról a termőhelyről származik és csak *Vitis vinifera* szőlőfajta lehet.
- Földrajzi árujelzővel ellátott termék (IGP): a bor minősége, jellemzői, vagy hírneve az adott földrajzi helyhez kapcsolódik, a szőlő 85%-ban az adott földrajzi helyről származik.

A borok védelméhez egy teljesen új termékspecifikációs rendszer kerül kialakításra az élelmiszerekkel analóg módon részletes termékleírást kell készíteni, ami nem biztos, hogy a legalkalmasabb eljárás a borok esetében, hiszen nem standard termékről van szó, az évjárat, az időjárás hatására a paraméterek és az alkalmazott technológia is változik.

A közösségi lajstromozási rendszer bevezetésénél nem egyértelmű, hogy a termékleírásokat hogyan kéri a Bizottság, pontosan mit vár el. Hiszen egy eredetmegjelölés alatt több terméket találunk, pl. „Egri” eredetmegjelölés alatt számos fajta, fehér, vörös, rosébor, és számos küvé készíthető. Ezeket egy termékleírásba nehezen lehet beletenni, mivel a beltartalmi értékek, organoleptikus és egyéb jellemzők nem egyeznek meg az Egri leányka és az Egri merlot esetében. Ha ilyen részletességgel kell elkészíteni a termékleírást, akkor gyakorlatilag borvidékenként több száz termékleírást kell elkészíteni, tekintettel a nagyszámú variációra. Kérdés, hogy a Bizottságnak lesz-e kapacitása ezeket a termékleírásokat viszonylag gyorsan elbírálni és mi alapján fogja megállapítani, hogy az abban foglaltak szerint a termékben tényleg különbség tehető-e pl. az Egerszóláti olaszrizling és az Egerszalóki olaszrizling között, ha ezekre beadják az eredetmegjelölés oltalmához szükséges termékleírást. Csak Magyarország esetében ezres nagyságrendű termékleírásra lehet számítani! (Nem beszélve Franciországról, ahol most 480 külön AOC található). Ráadásul ezek a termékleírások egyenként 15-20 oldalas dokumentumok a mezőgazdasági termékek esetében is (ld. Gönci kajszi termékleírása a magyar 20 oldalával).

Nem igazán értjük, hogy miért nem elegendő a nemzeti eljárásban lefolytatott eljárás és utána annak automatikus közösségi szintű elismerése? Miért tudja az EU jobban védeni a WTO-ban vagy a kétoldalú bormegállapodásokban az európai földrajzi árujelzőket, ha arról több oldalas dokumentumokat tart az irattárban, mint most, hogy tagállami szinten jogszabályok állapítják meg az adott eredetmegjelöléshez vagy földrajzi jelzéshez tartozó termékeket?

Tekintettel arra, hogy most is hosszadalmas a közösségi lajstromozási eljárás a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek esetében (a 2004-ben beadott magyar jelölések a mai napig nem lettek kihirdetve a Közösségben, mint közösségi földrajzi árujelzők pl. gönci kajszi, makói hagyma stb.), a boroknál még hosszabb eljárásra számíthatunk, hiszen több ezer termékleírás részletes megvizsgálásáról lesz majd szó!

4. Címkézés

Az élelmiszerekkel analóg címkézési eljárást vezet be a Bizottság, ami nehezen adaptálható a borok esetében. Így a többi élelmiszerhez hasonlóan bor alkotóelemeinek, valamint a borkészítés során felhasznált anyagoknak (pl. derítőanyagok) kötelező

feltüntetéséről van szó. Először is ez ellenőrzési problémákat vet fel, hiszen pl. a derítőanyagok esetében a derítőszer nem mutatható ki a borból, annak pont az a lényege, hogy a végtermékben nem kívánt anyagokat megkösse és kivonja a borból. A címkén olyan információkat lehet feltüntetni, ami mérhető és ellenőrizhető! A bor esetében nem állományjavító-anyagokról van szó, ami bent marad a termékben úgy, mint más élelmiszereknél! Ugyanakkor, ha ez az intézkedés bevezetésre kerül az EU-ban termelt borok esetében, akkor ugyanezt a szabályozást kellene előírni és alkalmazni a harmadik országokból származó import borok esetében a fogyasztó tökéletes tájékoztatása, valamint az EU-s és harmadik országbeli termelők esélyegyenlőségének fenntartása érdekében a piacon. Különösen gondolunk itt arra, hogy a harmadik országokból származó borok esetében (ahol a kétoldalú megállapodásokban egyébként is kölcsönösen elismerésre kerültek a borkészítési eljárások), kötelezően fel kelljen tüntetni a címkén az olyan hozzáadott anyagokat mint pl. víz, aroma, répacukorral történő javítás mértéke, ami bizonyos harmadik országban megengedett borászati eljárás (ld. USA). Illetve cukrozás esetében lényegesen magasabb lehet a harmadik országokban a javítás megengedett mértéke, mint Európában (ld. USA, ahol 13,5 tf%-ig lehet répacukorral javítani, az EU-ban pedig legfeljebb 2 tf%-kal lehet alkoholtartalmat növelni). Így a fogyasztó megkapja a megfelelő tájékoztatást és eldöntheti, hogy milyen terméket kíván megvásárolni vagy fogyasztani: szőlőből készült bort, vagy aroma, víz stb. hozzáadásával készült borszerű alkoholos italt!

5. Termőpotenciál kezelése

A javaslatban a Bizottság foglalkozik az illegális telepítések kezelésével: 1998. szeptember 1. előtt újraterelítési jog felhasználása nélkül terelített ültetvényeket ki kellene vágni, az azt követő terelítéseknel pedig az újraterelítési jog árának kétszeres összegének megfizetése mellett az ültetvények legálissá tehetők.

Továbbra sem tartjuk indokoltnak a végleges kivágás jelentős mértékét (175 000 ha), mivel nem eredményezi a borpiaci egyensúly visszaállítását. Az intézkedés több veszélyt hordoz magában, ami a következőkkel indokolható

1. Valószínűleg inkább a közép-kelet európai országok fognak kivágni, mert ott a kivágási támogatás vonzó támogatási forma, pedig ott nincsenek strukturális borfeleslegek (néha előfordul az időjárás miatt pl. 2004/2005 5 millió hl-es bortermés), tehát ezzel nem fog szignifikánsan csökkenni az EU bortürelmelése
2. Valószínűleg mindenki az alacsony termés hozamú előregedett ültetvényeit fogja kivágni, még a nagy bortermelőknél is (Olaszország, Spanyolország, Franciaország), így a szőlőtermelők a támogatás egy részét akár vissza is tudják forgatni az ültetvények modernizációjába, a minőségi alapanyag termelésbe (fajtaváltás, átterelítés), és a piac igényeihez igazított terméket tudnak előállítani. Ugyanakkor ezzel sem fog szignifikánsan csökkenni az EU borfeleslege, hiszen nem valószínű, hogy a nagy termés hozamú ültetvényeket vágják majd ki. Ráadásul a modernizációnak olyan következményei ismertek, hogy a fajtaváltással inkább nő a termésátlag, mint hogy csökkenne. Erre kiváló példa Spanyolország, ahol a szőlőültetvények szerkezetátalakításával az alacsony termés hozamú (20-30 hl/ha), elavult fajtákkal beültetett, alacsony minőséget adó, extenzív kultúrákat váltották fel a piacképes fajtákkal (+ csepegtető öntözéssel), pl. Merlot, Syrah, Cabernet stb. amelyek 100 hl/ha-os termés hozamot produkálnak. Ezzel Spanyolország átlagtermés hozama 6 év alatt megduplázódott, 1996-2002 között Spanyolország bortermelése 15 millió hl-rel nőtt!!!
3. Az EU-ban jelenleg 232 000 ha újraterelítési jog áll rendelkezésre, ami felhasználható terelítésre, gyakorlatilag korlátozás nélkül! Tehát ez azt jelenti, hogy felesleges lesz

200 000 ha kivágásához óriási pénzeket elkölteni, amikor ugyanennyi szabadon betelepíthető. Így nem lesz piacszabályozó hatása a kivágásnak, és nem fogja tudni betölteni azt a piaci egyensúly visszaállító szerepet mint, amit a Bizottság vár ettől az intézkedéstől! Ezt a pénzt hatékonyabban is fel lehet használni: szőlőültetvények szerkezetátalakítására, a borászatok modernizációjára, a piacra jutás támogatására. Egyébként a bor piaci lehetőségeitől függően ma is kivágnak azok, akik ki akarnak vonulni a termelésből. Spanyolország, Olaszország most is kivághatna, ha akkora lenne a piaci probléma, de nem teszi, mert más eladási, megsemmisítési csatornát talál a borának, illetve a szőlőnek (a reform következtében ez a sűrítmény lehet, különösen, ha a cukorhasználat megszűnik). A kivágás csak úgy lenne hatékony, ha ott vágnának ki szőlőt, ahol valóban strukturális feleslegek képződnek.

A termőpotenciál kezelésének központi eleme tehát a kivágási támogatás. Ugyanakkor 2014-től a telepítések liberalizálását tervezte a Bizottság, de végül a miniszterek tanácsa döntése alapján 2015-ig fennmarad az újratelepítési jogok rendszere, amit a tagállamok 2018-ig meghosszabbíthatnak. A Bizottság eredeti elképzelése visszas helyzetet teremtett volna, mivel a lehatárolt, minőséget adó területeken továbbra sem lehetett volna szabadon telepíteni (ez az eredetvédelmi szabályokból következik), viszont azon kívül igen. Semmi garancia nem lett volna arra, hogy így nem jelentkezik majd túltermelés. Ráadásul elvileg a minőséget adó borok piaca fejlődik jobban és a telepítés liberalizálás elvileg azt a célt szolgálná, hogy azok telepíthessenek szabadon, akiknek fejlődő piacaik vannak, de pont a minőségi bort adó területeket nem lehetett volna növelni. Így az intézkedés hatása és hatékonysága könnyen a visszájára fordulhatott volna.

Összességében elmondhatjuk, hogy a Bizottság az ellenvélemények és javaslatok ellenére sem változtatta meg reform koncepcióját, amelynek célkitűzései ugyan az európai szőlő- és bortermelők versenyképességét hívatottak javítani, de a tervezett intézkedések mégsem töltötték volna be ezt a feladatot, hiszen több bortermelő régiót hoztak volna hátrányos helyzetbe. Így a Bizottság elképzeléseinek a miniszterek tanácsa szabott határt és gyökeresen átalakította az eredeti koncepciót.

Tény, hogy kommunikációs és „marketing” fogásnak kiválóan hangzik 200 000 ha szőlőültetvény kivágása, a címkézési eljárások egyszerűsítése, a borkészítési eljárások és a szőlőtelepítések liberalizálása a vidékfejlesztési támogatások bővítése a borpiaci egyensúly visszaállítása, bortermelők versenyképességének növelése és az EU pénzek hatékony felhasználása annak érdekében, hogy szavazatot lehessen nyerni a nem bortermelő országok körében, de a versenyképesség tekintetében a Bizottság által felvázolt koncepció csak a jéghegy csúcsára koncentrált. A világ borpiacán a versenyképességet nem az egyszerű címkékben és a fogyasztó által könnyen olvasható feliratokban mérik, hanem költség- és mérrethatékonyságban a szőlőtermelés, a borkészítés, a kereskedelem és a marketing területén, a minőségfejlesztésben, a minőség biztosításában és a fogyasztói igények kielégítésben a különböző piaci szegmensekben. A Bizottságot sokszor a WTO-nak való mindenáron megfelelés hajtja, ami miatt még az EU bizonyos borrhégióinak termelőit is feláldozták volna. A miniszterek tanácsának sikerült megakadályozni azt, hogy az EU termelői ne szenvedjenek jelentős versenyhátrányt a világ borpiacán az eredeti Bizottsági javaslatához képest, de lényeges versenyképességi kérdésekre nem ad választ a végső koncepció sem. Arra kellene stratégiát kidolgozni, hogy legyen végre egy nemzetközi szinten elfogadott bor fogalom, amit az újvilági és európai termelők is tiszteletben tartanak, ehhez kapcsolódóan pedig elfogadott borkészítési eljárások. Az EU bortermelőinek alapvetően nem a szőlőtermesztés felszámolására van szükségük, hanem a versenyképesség javításához a szőlőültetvények és a borászati technológia modernizációjára, a piacképes üzemméretek kialakítására és a piacra jutás támogatására az EU és a harmadik országok piacán. Ilyen megoldással esetleg még az EU bortermelői is fel tudják venni a versenyt az újvilági termelőkkel.

4. MELLÉKLET

A BOR VILÁGPIACI TENDENCIÁINAK ALAKULÁSA

1. Szőlőtermő terület

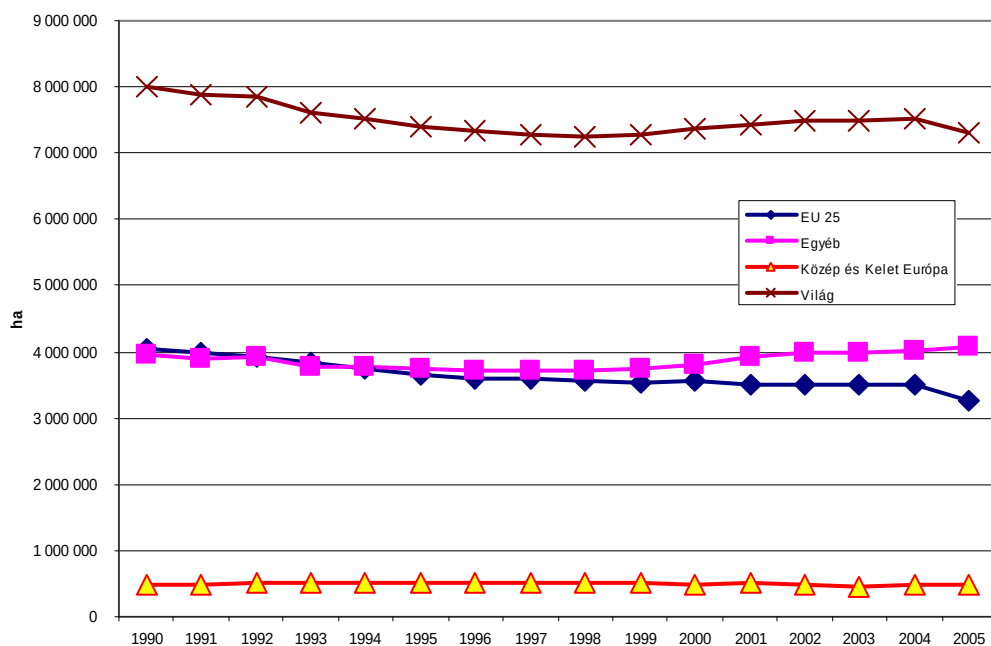
Az 1980-as évek elejétől a világ szőlőtermő területének alakulásában szignifikáns csökkenés következett be, ami elsősorban az európai kontinensen tapasztalható termőfelület csökkenés következménye, ott is az EU 6, majd 9 illetve 15 tagállamában történt kivágásoknak köszönhető. Ez a változás az EU tudatos, az asztali borokat érintő túltermelési válság megoldására kialakított politikájának eredménye, ami a támogatott, végleges kivágási intézkedésen, valamint 1984. óta a Dublin-i Szerződés megkötése (Spanyolország és Portugália EU-csatlakozása) óta bevezetett és drákói szigorral alkalmazott kötelező lepárlási intézkedésen keresztül valósult meg. Ennek következtében 30 év alatt a világ szőlőtermő felületének 25%-át veszítette el, Európa szőlőtermő felülete 30%-kal az Európai Unióé pedig 34%-kal csökkent.

Az 1980-as években tapasztalt termőfelület csökkenés az 1990-es évek végén megállt, és növekedésnek indult, elsősorban amiatt, hogy az EU-ban a korábbi intenzív kivágások csökkentek, valamint az Európán kívüli szőlő és bortermelő országok intenzív telepítésbe kezdtek (OIV, 2006). Jelenleg a világ szőlőtermő felülete 7,9 millió ha (2005) körül stabilizálódik, ebből az EU 3,5 millió ha szőlőtermő felülettel rendelkezik. Az elmúlt 5 évben az EU 25 tagországát figyelembe véve kb. 150 000 ha-ral csökkent a szőlőterület nagysága (OIV, 2006)²⁹, ugyanakkor az EU-n kívüli országokban, az újvilági és különösen az ázsiai országokban tovább folytatódtak a telepítések, ami a világ szőlőtermő területének növekedését is magyarázza (M4/1-3. ábra).

Európában a szőlőtermő területek csökkenése a három legnagyobb bortermelő országot érintette (Spanyolország, Franciaország, Olaszország), akik az EU összes szőlő kivágásának 91%-át adták 1988-2004 között. Ugyanakkor a kivágások üteme ez alatt az időszak alatt igen eltérő volt. A jelenleg hatályos borpiaci szabályozás 1999-es megalkotása és bevezetése óta egyedül Franciaország és kisebb mértékben Németország tartotta fenn a kivágási támogatás alkalmazását, de a korábbi időszaknál lényegesen kevesebb területet vágtak ki. Az új telepítési jogok kiosztása³⁰, ugyan elenyésző mértékben, de hozzájárult a termőfelület növekedéséhez a 2000-es évek elején, majd a kezdeményezés folytatásának a piaci nehézségek vetettek gátat. Ez alatt az időszak alatt (1999-2004) Spanyolország, ami egyébként a világon a legnagyobb szőlőtermő felülettel rendelkezik (1,2 millió ha), 61 000 ha-ral növelte termőterületét (vagyis 5,4%-kal 1999-hez képest).

²⁹ Az OIV által közzétett adatok nemcsak a borszőlőfajtákkal, hanem a csemege- és mazsolaszőlő termőterületét is magukban foglalják, ami az USA-ban, Törökországban és Görögországban jelentős területeket takar.

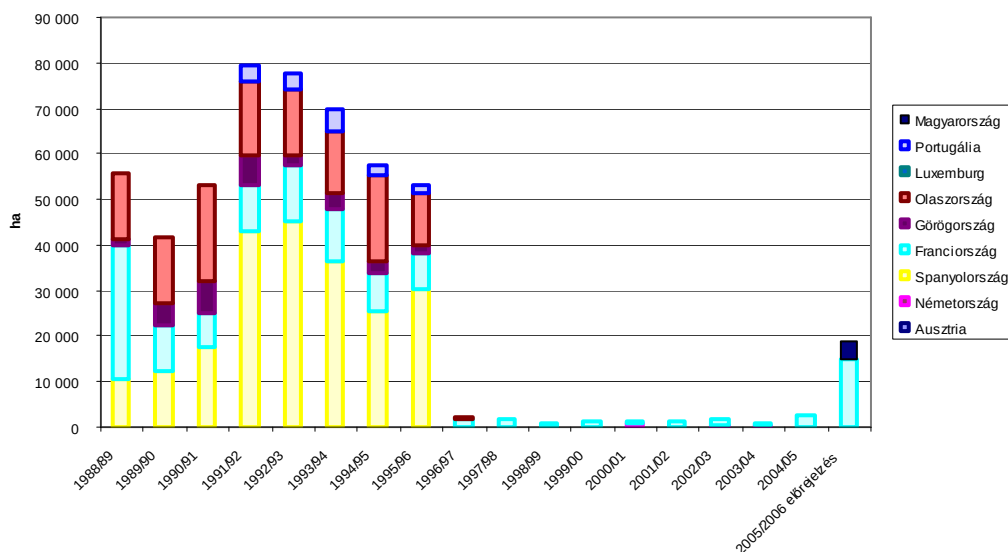
³⁰ Ld. 1493/1999 EK Tanácsi rendelet 6. cikk (1) pont szerint meghatározott újonnan létrehozott telepítési jogok tagországok közötti felosztásáról.



Forrás : FAO³¹

M4/1. ábra : A termőterület alakulása a világon, az EU 25 tagállamaiban, Közép és Kelet Európában, valamint a világ többi országában.

Az EMOGA alpból támogatott kivágások területe



Forrás : DG Agri, a 2005/2006-os előrejelzés a tagországok becsléseinek alapul

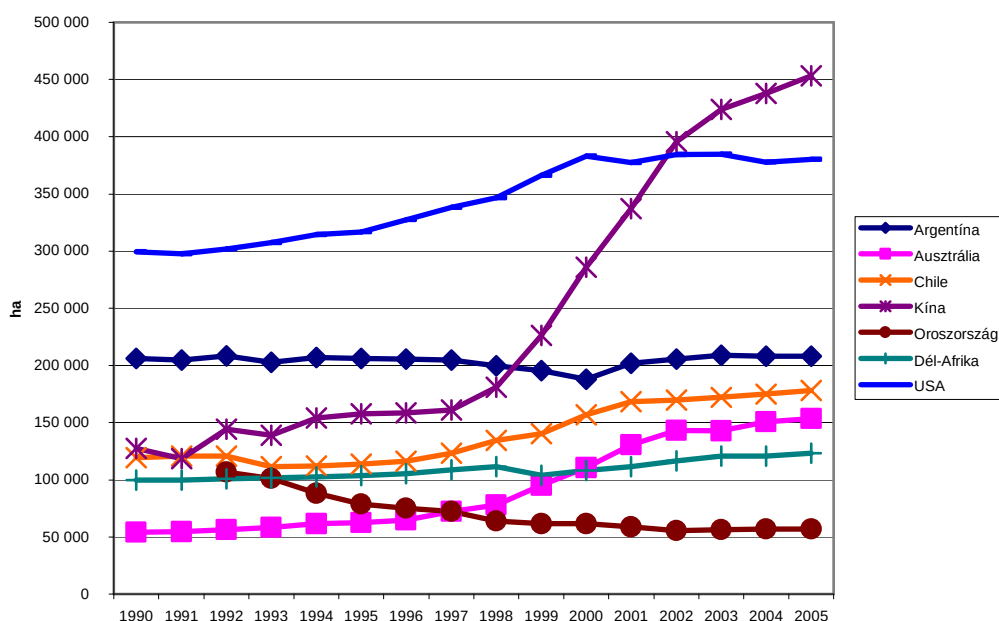
M4/2. ábra : Az EMOGA alpból támogatott kivágások területe

³¹ A FAO adatai szerint 2005-ben az EU 25 termőterülete 3,2 millió hektár volt, ami 300 000 hektár csökkenést jelent, amire nincs magyarázat. Valójában sem Olaszország sem Spanyolország nem vágott ki szőlőt. Valószínűsíthető, hogy az adatgyűjtés nem volt teljes, ezért fenntartással kell használni a 2005-ös adatokat. A termőterület nagyjából stabil volt az EU 25 tagállamaiban 2005-ben.

Az EU szőlőtermő felületének stabilizálódása után újabb kivágási hullámnak lehettünk tanúi a 2005/2006-os borpiaci évben a borágazat gazdasági válságának következményeként. Franciaország 15 000 ha szőlőt vágott ki, ebből 12 500 ha-t Languedoc-ban (a hagyományosan nagy asztali bort adó területekkel rendelkező borvidéken) vágta ki, illetve Magyarország kért kivágási támogatást. A többi tagország inkább a lepárlási rendszeren keresztül próbált megszabadulni feleslegeitől, így pl. Spanyolország, ami köztudottan óriási feleslegeket termel, évi 7 millió hl bort párol le szeszesital piacot támogató lepárlás keretében, illetve esetenként 4 millió hl-t krízis lepárlás keretében, viszont egyetlen hektár szőlőt sem vágott ki az elmúlt néhány évben.

Az újvilági és a déli félteke bortermelői, különösen Ausztrália és Chile, olyan szőlőterület fejlesztési programokat dolgoztak ki, ahol a bort elsősorban az export piacokra termelik. Ezeket a fejlesztési programokat, a célpiacok bővüléséhez igazodva dolgozták ki: Nagy-Britannia, Észak-Európa, az USA, és Japán piacait célozzák meg, tehát olyan országokat és régiókat, amelyek nem bortermelők, viszont óriási piaci potenciált hordoznak magukban a magas életszínvonal miatt, a borfogyasztás pedig évek óta töretlenül növekvő tendenciát mutat. Argentínában a szőlőterület stabilitása mögött a (languedoc-i típusú) minőségi átalakítás és szerkezetváltás húzódik meg, a régi ültetvények és elavult fajták leváltásával modern ültetvényeket hoznak létre (világ fajtákkal, modern támlerendezéssel, csepegtető öntözéssel) (Martin, 2002). Hasonló jelenséggel találkozhatunk Dél-Afrikában is.

Az utóbbi néhány év új jelensége az ázsiai szőlőtermő felületek növekedése. Kínában a szőlőterületek növekedése igen látványos, 2005-ben elérte a 450 000 ha-t, ebből 60 000 ha borszőlőt adó terület, évi 3,9 millió hl-es bortermeléssel, ami 80 hl/ha-os terméshozamnak felel meg. Ezzel a termőfelülettel Kína leelőzte az Amerikai Egyesült Államokat. Jelenleg a borszőlőt adó területek évi 38 000 ha-ral nőnek. Kína célja, hogy elérje az 5 millió hl-es bortermelési szintet. Egyébként a kínai kormány is támogatja a bortermelést a szeszesital rovására, ráadásul a bor egészségre gyakorolt jótékony hatását is igen komolyan veszik, ami újabb lehetőséget jelent a borpiac szereplői számára.



Forrás: FAO³²,

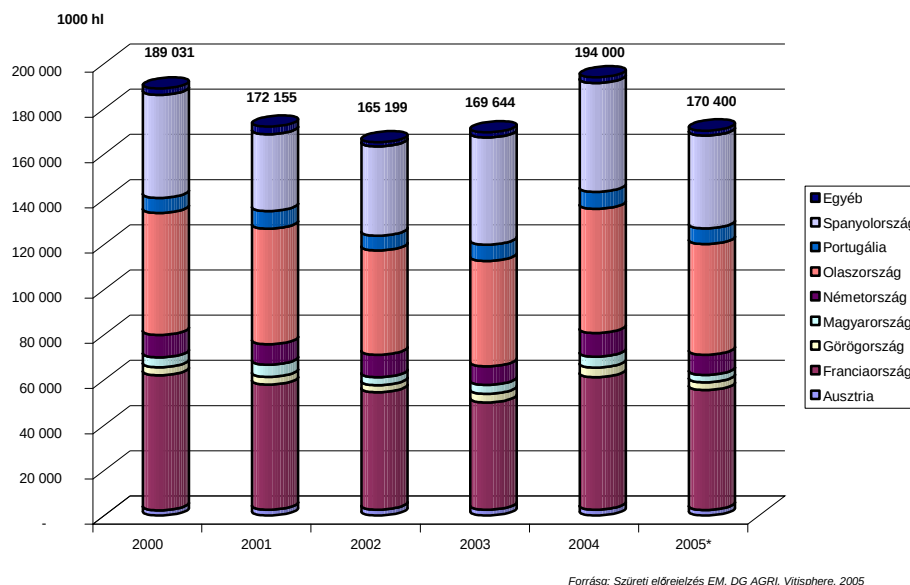
M4/3. ábra : Szőlőtermelésbe vont területek az EU-n kívüli országokban

2. Bortermelés

A világ bortermelését (ami jelenleg 277 millió hl, OIV, 2006) alapvetően az EU bortermelése befolyásolja, mivel ez a régió a világ legnagyobb bortermelője (az EU részesedése a világ bortermeléséből 59%). Az európai bortermelés 1970-as évek közepe óta tartó csökkenése egyértelműen befolyásolta a világ bortermelését, a két tendencia hosszú időn keresztül egymással párhuzamosan alakult, viszont az 1990-es évek közepétől kezdve a világ bortermelésének tendenciája megfordult, elsősorban az újvilági bortermelők javára, ahol az új telepítéseknek köszönhetően látványosan nőtt a bortermelés (M4/4-6. ábra).

Az utóbbi években az EU bortermelése 165 millió hl (2002. évi alacsony termés) és 194 millió hl (2004. évi nagy termés) között változott. Ugyanakkor számolni kell az események egymásra hatásával is: egymás után két évben, 1999-ben és 2000-ben nagy termést regisztrált az EU, majd három alacsonyabb termést adó évjárat következett, 2004-ben szintén kiemelkedő mennyiségű termést szüreteltünk, majd 2005-ben a termés mennyiség visszatért az átlag körüli szintre. Ez a típusú fluktuáció és a terméskiegyenlítődés hiánya az EU számára valódi nehézséget jelent abban a tekintetben, hogy egyik évről a másikra stabilizálni tudja a borkínálatot.

³² Nincs magyarázat az Olaszországban és Spanyolországban bekövetkezett jelentős szőlőtermő terület csökkenésnek. Feltételezhető, hogy az adatszolgáltatás nem volt teljes, így a 2005-ös FAO adatokat fenntartással kell kezelni. A FAO adatai szerint Magyarországon 2001 óta növekedett a szőlőtermő terület, de a KSH adatai szerint pont ellentétes tendencia volt megfigyelhető. 2005-ben Magyarország szőlőtermő területe 93 000 hektár volt (az 1999 és 2005 közötti adatok nem megbízhatók.)

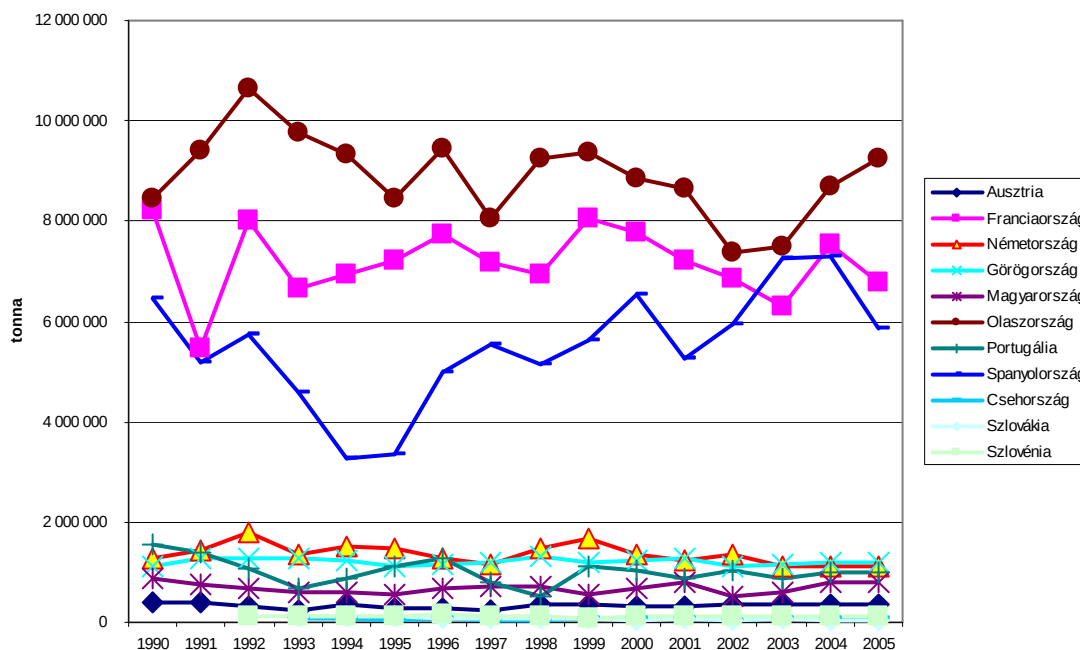


M4/4. ábra : A termés alakulása az EU-25 tagállamaiban

A 2004. évi magas termés és a 2005. évi átlag körüli termés újra a borpiac egyensúlyi helyzetének megbomlásához vezetett, ami elsősorban a nagy bortermelőket, Olaszországot, Spanyolországot és Franciaországot érintette, ahol kénytelek voltak bevezetni a lepárlási intézkedéseket (krízislepárlás) a borfeleslegek levezetésére. Olaszország és Spanyolország viszonylag jól jött ki a válsághelyzetből, ugyanakkor Franciaország továbbra is válsághelyzettől szenved, mivel a piactisztító intézkedések nem bizonyultak elég hatékonynak. Ráadásul a bortúltermelési válság már nemcsak az asztali és tájborokat borokat érinti, hanem a védett eredetű AOC borokat is, különösen az ún. generikus AOC borokat (az AOC borok legtágabb kategóriáját) érinti. Itt a terméskorlátozásnak inkább negatív hatása volt a válságkezelésben, mivel a csökkentett terméshozam és a bor árának visszaesése jelentős költségnövekedést és jövedelem kiesést okozott. Olaszországban a terméshozam korlátozás sokkal flexibilisebb, lehetőség nyílt a termelők számára, hogy a jövedelem kiesés egy részét a terméshozam emelésével kompenzálják. Ezen túlmenően Spanyolországban és Olaszországban a lepárláshoz kapcsolódó támogatások sokkal inkább ösztönzők a feleslegek levezetésében, mivel a folyóbor árához képest ezek a támogatások, viszonylag jövedelmezőbbek, mint Franciaországban.

Az EU-ban az utolsó 5 évben tapasztalható tendenciák Magyarországot sem kerülték el. Ugyan Magyarország a viszonylag kis bortermelők közé tartozik, de a túltermelési problémák és az eladási nehézségek a hazai borpiac szereplőit is sújtják. 2004-ben a bőséges bortermés (5 millió hl) és a felhalmozódott év eleji készletek (3,3 millió hl) okoztak problémát, elsősorban amiatt, hogy beszűkültek a piaci lehetőségek: a hazai piac stagnál, az export pedig meredeken zuhan, 2004-ben és 2005-ben elérte eddigi mélypontját. A 2004. évi piaci problémákra a 2005. és 2006. évi igen alacsony termés (3-3 millió hl) hozott enyhülést. Ugyan a piaci lehetőségek nem igazán javultak, de

legalább a nagy termés elhelyezésének problémájával nem kellett megküzdeni. Ennek viszont az a következménye, hogy sokan, főleg a kistermelők szeretnének végleg felhagyni a szőlőtermesztéssel, és kivágási támogatás igénybevételével kivonulni az ágazatból.



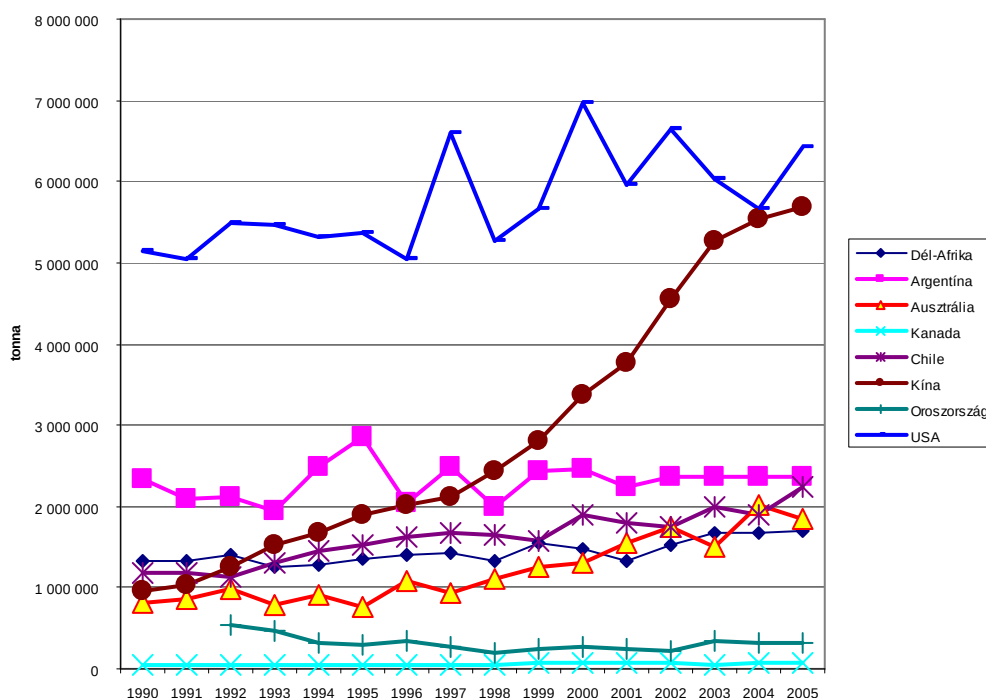
Forrás : FAO³³

M4/5. ábra. : Az EU 25 bortermelése tagországokként

A közép kelet európai országokra általában jellemző, hogy a rendszerváltást követő drasztikus visszaesés után stabilizálódott a bortermelésük. A bortermelés csökkenése alapvetően abból adódott, hogy a KGST piacok összeomlottak, a bortermelő országok elvesztették piacaikat, csökkent a boraik iránti kereslet, nyitottá váltak a piacaik, lényegesen megnövekedtek a termelési költségek stb. Ezekben az országokban a bortermelés igen erősen függ a klimatikus viszonyoktól és a kontinentális klíma hatásától, ami sokszor konjunkturális borpiaci válsághelyzetet vált ki. Romániában a szőlőtermés 1,1 millió tonna körül ingadozik, Magyarországon 600 000 tonna körül változik, míg Bulgáriában az utóbbi öt évben (2000-2005) fokozatosan csökkent a termés.

Ezzel párhuzamosan az újvilági országokban, az USA-ban és Ausztráliában egymás után két évben, 2004-ben és 2005-ben rekordtermést szüreteltek. Míg tendenciáját tekintve az EU-ban csökken a bortermelés, addig az Újvilágban ezzel ellentétes folyamatnak lehetünk tanúi: az USA-ban, Chilében, és Ausztráliában szignifikáns termésmegnövekedést tapasztalunk, Új-Zélandon és Dél-Afrikában a növekedés megállt, míg Argentínában hosszabb ideje stabilnak mondható.

³³ Olaszország és Magyarország :A FAO adatai nem megbízhatók, a termés csökkent 2005-ben. Olaszországban 49 millió hl, Magyarországon 3 millió hl (azaz 550 tonna szőlő)



Forrás : FAO

M4/6. ábra : Bortermelés a világ többi országában

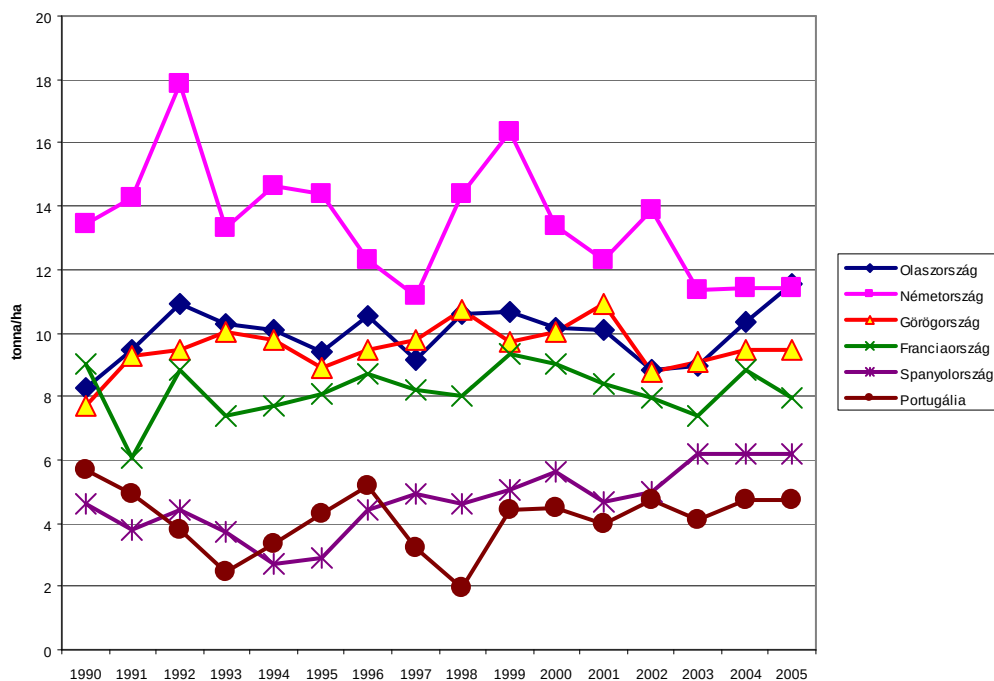
A világ bortermelése jelenleg 277 millió hl (2005), ami 1995-höz képest (250 millió hl) a világ növekvő bortermelésének tendenciáját erősíti és az 1999-2000. év szintjének felel meg. Az előrejelzések szerint (OIV, 2006), a szőlőtermő felület és a termés hozam alakulását figyelembe véve, további növekedés várható: 2010-re a világ bortermelése elérheti a 300 millió hl-t.

3. Terméshozam

A termés hozam elemzésében, a termés hozam szintek, és tendenciák tekintetében jelentkező különbségeket kell kiemelnünk (M4/7-9. ábra). A termés hozam szintje egyrészt a klimatikus és agronómiai feltételektől függ, másrészt, pedig a termelési céltól: milyen minőségű bor előállítás a cél. Így az északabbra fekvő fehérbortermelő országok klímája (pl. Németország, Magyarország) és a termékeny talaj a magas termés hozamoknak kedvez (8-12 t/ha). Ugyanakkor az arid klímájú mediterrán vidékeken (Spanyolország, Portugália) az alacsony termés hozamok jellemzőek (4-6 t/ha). A többi országban az átlag termés hozamot a szőlőterületek elhelyezkedése és a minőségi célkitűzések befolyásolják: a meghatározott termőhelyről származó minőségi borok és a földrajzi jelzővel megkülönböztetett borok esetében a termés hozamok lényegesen alacsonyabbak (8-14 t/ha), mint az asztali borok esetében (14-22 t/ha). Az újvilági országokban a viszonylag magas termés hozamok elérése (11-17 t/ha) annak köszönhető, hogy a csepegtető öntözéssel hatékonyan ki tudják küszöbölni a vízhiány okozta stresszt (míg ez az eljárás az EU minőségi bort adó területein nem vagy csak szélsőséges esetekben alkalmazható).

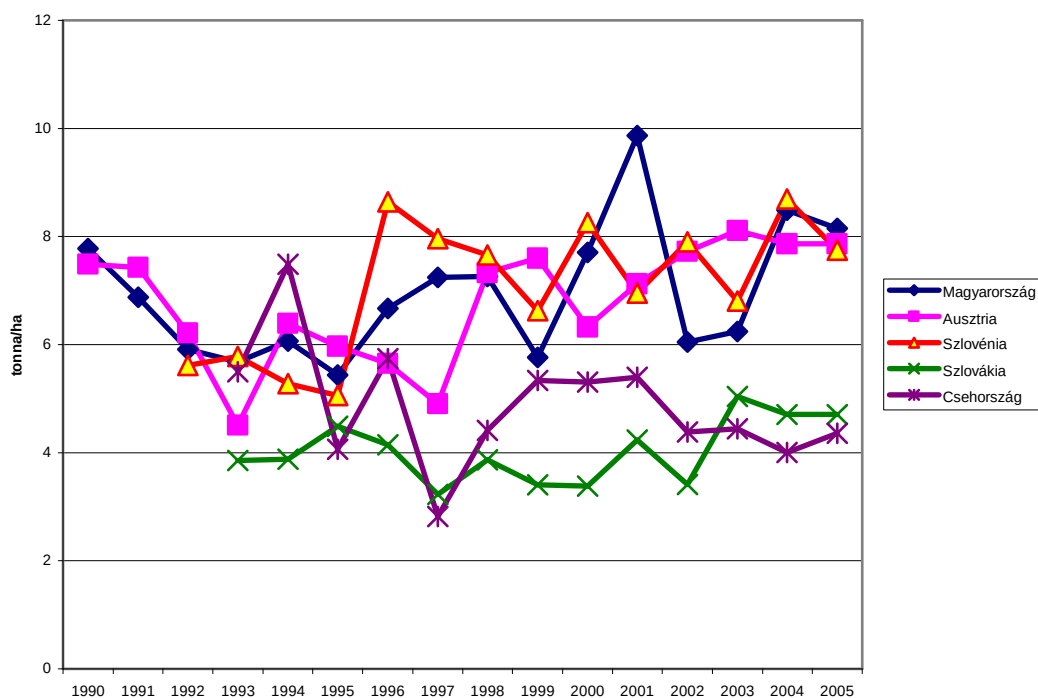
A terméshozamok tendenciájának alakulásánál meg kell említeni az időjárás alakulását, valamint a termelési rendszer átalakulását, mint befolyásoló tényezőt. Ki kell azt is emelnünk, hogy a terméshozamok alakulásában eltérő tendencia tapasztalható az EU és a harmadik országokban. Míg az utóbbi 5 évben (2001-2005) az EU(25)-ban 7,3 t/ha körül alakult az átlag terméshozam, addig a harmadik országokban 8,8 t/ha-ról 9,7 t/ha-ra nőttek a terméshozamok (ami 10%-os növekedésnek felel meg). Az EU-n belül Spanyolország esetét kell kiemelnünk, ahol a szőlőültetvények minőségi szerkezetátalakítása következtében – ami elsősorban Castilla-La Mancha borvidék alacsony terméshozamú, elavult fajtaösszetétellel rendelkező, asztali bort adó ültetvényeinek egy részét kb. 100 000 ha-t, a régió 1/6-át érintette, - szignifikáns, 100%-os terméshozam növekedés tapasztalható az elmúlt 10 évben (1995-2005), ugyanis 3 t/ha-ról 6,1 t/ha nőtt a terméshozam. Egyébként hasonló tendencia figyelhető meg a dél-olasz borvidékeken is. Szintén növekvő tendencia tapasztalható Ausztriában (6 t/ha-ról 8 t/ha-ra nőtt a terméshozam). Magyarország esetében igen erőteljes ingadozásnak lehetünk tanúi (6-10 t/ha közötti termésátlagokkal), de tendenciáját tekintve csak kismértékű (10%-os) emelkedés könyvelhető el a rendszerváltás óta.

Az újvilági országok átlag terméshozama minden esetben meghaladja a 10 t/ha-t. Az utóbbi két évet, 2004-et és 2005-öt a viszonylag nagy, Ausztrália esetében pedig kiemelkedő terméshozam jellemezte. A piacon jelentkező új versenytársak közül 2000 óta Dél-Afrika és Kína regisztrált növekvő terméshozamot. A többi újvilági bortermelő ország stabilizálta terméshozamait.



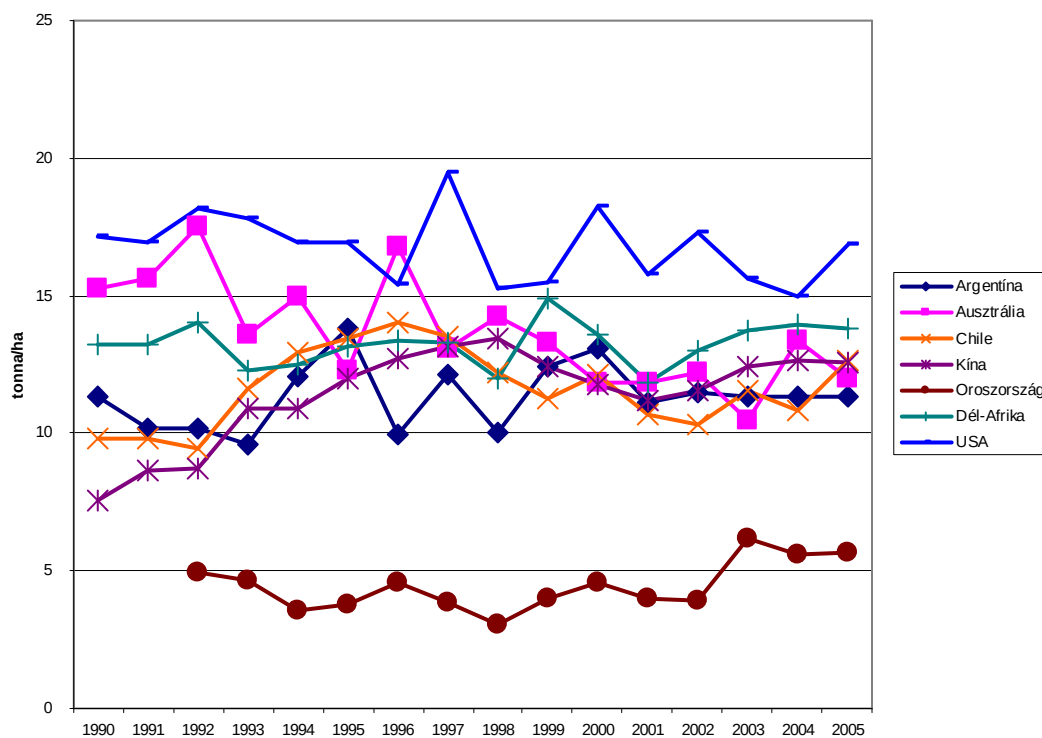
Forrás FAO

M4/7. ábra : A terméshozam alakulása az EU-25 országának 6 nagy termelőjénél



Forrás FAO

M4/8. ábra : A termés hozam alakulása az újonnan csatlakozó országokban



Forrás : FAO

M4/9. ábra : A termés hozam alakulása az EU-25 tagállamain kívüli országokban

4. Borfogyasztás

Az EU (15)³⁴ borfogyasztása a világ borfogyasztásának 55%-át teszi ki. A borfogyasztás tendenciáját tekintve, pedig kissé eltér az általános tendenciától: az 1970-es évek végétől az 1990-es évek közepéig csökkent. Ugyanakkor az elmúlt 10 évben 126 és 130 millió hl között stabilizálódott. A 25 tagúra bővült EU 132 millió hl-es mennyiséget teszi ki az OIV becslése szerint (OIV, 2006).

A hagyományos borfogyasztó országokban, ahol korábban a bor a vízzel együtt az étkezésekhez leginkább fogyasztott ital volt (a bor vízzel történő hígítása egyébként még ma is elterjedt gyakorlat), a borfogyasztás lényegesen lecsökkent az életmódváltozás következtében, valamint az erőteljesen „marketingelt” italok konkurenciájának hatására. Franciaország kiváló példa az említett országokban lezajlott fogyasztói-magatartás változásra, talán itt alakult át a leglátványosabban a borfogyasztás az elmúlt 40 évben.

A borfogyasztás változását a rendszeres és az alkalmi borfogyasztók valamint a bort egyáltalán nem fogyasztók arányának megváltozása magyarázza. Egy rendszeres borfogyasztó 2000-ben kb. ötször több bort fogyasztott (190 liter/év), mint egy alkalmi fogyasztó (35 liter/év). Az alkalmi borfogyasztók főként minőségi bort isznak. Az AOC (védett eredetű) borok fogyasztása 2000-ig rendszeresen emelkedett, 25 év alatt megduplázódott és jelenleg 16-17 millió hl-t tesz ki. Azóta ez a piac is telítődött: a kínálat egy része értékét veszítette (ma már AOC borokat a piac minden szegmensében találunk, akár 1,5 €/palack ártól, forrás ONIVINS, 2003) és direkt konkurenciát jelent a tájborok feltörekvő részének, különösen a fajtaboroknak. Ugyan a piac mennyiségben csökkent, de értékben növekedést mutat. A bor továbbra is privilégiumot élvez a családi és baráti összejövetelek esetében: a bor kilépett az alapvető élelmiszerek világából (a mindennapi étkezést kísérő ital kategóriájából) és az élvezeti, a szabadidőhöz kapcsolódó fogyasztás része lett (a különleges alkalom és étkezés része lett).

Ez a változás alapvetően a fiatalabb generáció fogyasztói szokásainak megváltozásából adódik. A fiatalok inkább üdítőitalt fogyasztanak (az étkezésekhez is), az alkoholos italokat inkább alkalmyszerűen fogyasztják, főként hétvégén és inkább az étkezéseken kívül. Ennek következtében a sör és a magas alkoholtartalmú szeszesitalok piaca erős növekedést mutat.

A hagyományos bortermelő és borfogyasztó országokban a kínálat a termelés alapján szegmentálódik: meghatározott termőhelyről származó minőségi borok, védett eredetű borok, tájborok és asztali borok kategóriája szerint, ahol az olcsó borok fogyasztási szintje viszonylag magas (pl. 2003-ban Franciaországban az otthoni borfogyasztásra vásárolt borok több mint 60%-a 2,5 €/liter és kb. 20%-a 1 €/liter átlagárú volt). Az újvilági borok jelenléte marginális ezeken a

³⁴ Mivel az EU 2004-ben 10 tagállammal bővült és az adatok nem állnak rendelkezésre minden esetben az EU 25 vagy 27 tagállamáról a csatlakozást megelőző időszakról, illetve az elmúlt 5-6 év időszakának részletes elemzésére támaszkodunk, amikor az EU mégcsak 15 tagállammal rendelkezett, ezért zárójelben jelöljük, hogy az elemzett adatok az éppen hány tagállammal rendelkező EU-ra vonatkoznak.

piacokon. Ebbe a kategóriába soroljuk a közép-kelet európai hagyományos bortermelő országokat is, ahol a bortermelés csökkenése illetve részben a termelés minőségi átalakulása a borfogyasztási szokások megváltozásának köszönhető.

A többi országban, ahol nem rendelkeznek nagy szőlőtermesztő kultúrával, más italok fogyasztása jellemző, az ipari úton előállítható termékek dominálnak (szeszesital, sör, üdítő). A bor elsősorban a külkereskedelemnek köszönhetően nyert teret és versenyez a piacon a többi itallal, különösen az étkezéseken kívüli fogyasztások esetében. Ugyanakkor a borfogyasztás fejlődése az új borfogyasztó országokban nem mindig tudja kompenzálni a tradicionális borfogyasztó országokban bekövetkező csökkenést.

A borfogyasztás tekintetében az egyik legdinamikusabban fejlődő, mennyiségben is számottevő piacot Nagy-Britannia jelenti, ahol a borfogyasztás 2005-ben megközelítette a 12 millió hl-t (10 év alatt megduplázódott, az egy főre jutó borfogyasztás pedig elérte az évi 20 literes mennyiséget). Ezzel majdnem utolérte a spanyol piac szintjét, ami a világ harmadik legnagyobb és egyben tradicionális bortermelője.

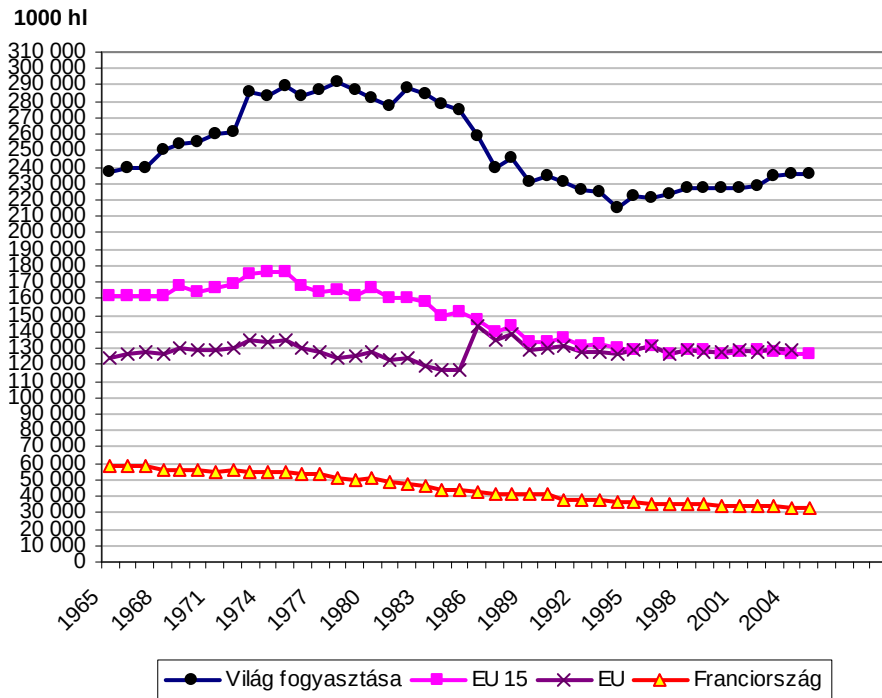
A brit és az amerikai piac az, ahol a világ borkínálatának legszélesebb választéka található. Így mindkét piacot a bor indikátor piacának tekintjük. Az USA piaca szintén dinamikus fejlődést mutat, az előrejelzések szerint 2008-ra a világ legnagyobb borfogyasztó országa lesz.

Az új borfogyasztó országokban a bor egyrészt divatos ital, másrészt pedig a társadalmi megkülönböztetés megtestesítője. A bor elsősorban az 1995-ös GATT/WTO megállapodás óta vált divattá, aminek fejlődése (és kialakulása) nagy teljesítményű és hatékony iparágnak köszönhető, ami elsősorban az újvilágban alakult ki, a szőlőtermesztéstől a keresletre alapuló marketingig (könnyen elérhető borok, márkák, fajták stb. bevezetésével) megvalósuló integráción keresztül. Olyan prémium borokról van szó, amelyek ára a jövedéki adó mértékétől függően alakul ki: pl. Nagy-Britanniában az újvilági borok átlagára 3 £-tól kezdődik, ami kb. 5 €-nak felel meg. Az új borfogyasztó országokban általában elmondható, hogy a borfogyasztás növekedésével a bor átlagára csökkenő tendenciát mutat (pl. az ausztrál borok szignifikáns export árcsökkenése 10 év alatt -18% (forrás: AWBC³⁵, 2007).

A bor, a társadalom bizonyos rétegei számára a társadalmi megkülönböztetést megtestesítő italként jelenik meg, és elsősorban a szuper-prémium és ikon borokon keresztül kapcsolódik az elit borfogyasztásához, ahol még mindig inkább a nagyhírű európai termőhelyek (terroir-ok) borai dominálnak.

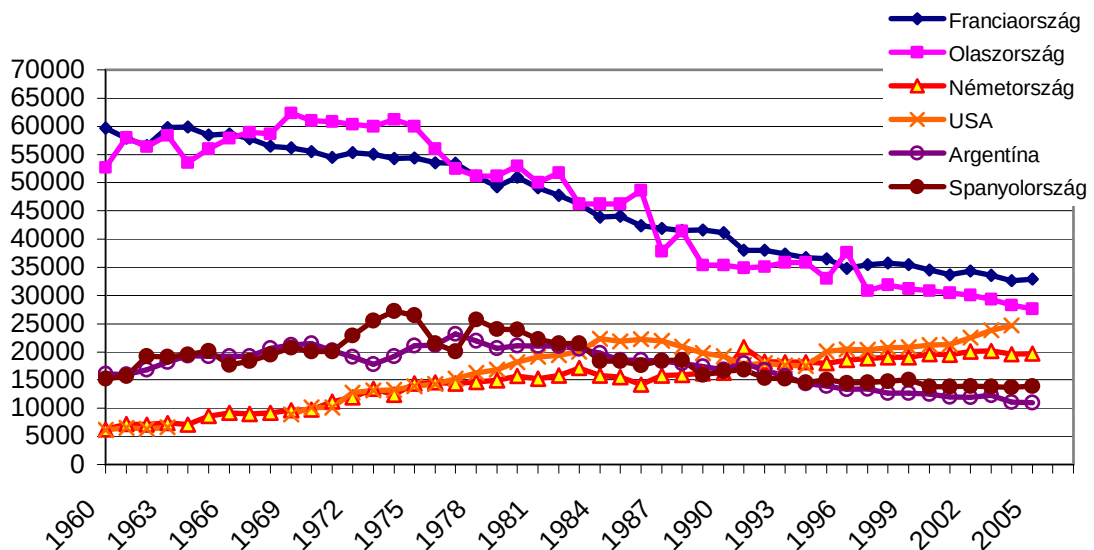
³⁵ AWBC : Australian Wine and Brandy Corporation

A borfogyasztás alakulása a világban, Európában és Franciaországban (Forrás:OIV)



Forrás OIV

M4/10. ábra: A borfogyasztás alakulása a világban, Európában és Franciaországban



Forrás : FAO

M4/11. ábra: A nagy piacok fogyasztásának alakulása (> 10 millió hl azaz a világpiac 5%-a) több, mint 60%-a világpiacnak 2000-ben (Forrás: OIV)

5. Borexport

Jelenleg a világ borexportja 80 millió hl (2005). Az Újvilág (különösen az USA, Argentína, Chile, Ausztrália, Új-Zéland, és Dél-Afrika), mennyiség tekintetében a világ borexportjának 23%-át

teszik ki 2005-ben, szemben a 14%-os részesedésükkel 1998-ban és a 8%-os piaci részesedésükkel 1991-1995 közötti időszakban, illetve 3%-os átlaggal az azt megelőző 5 évben (1986-1990).

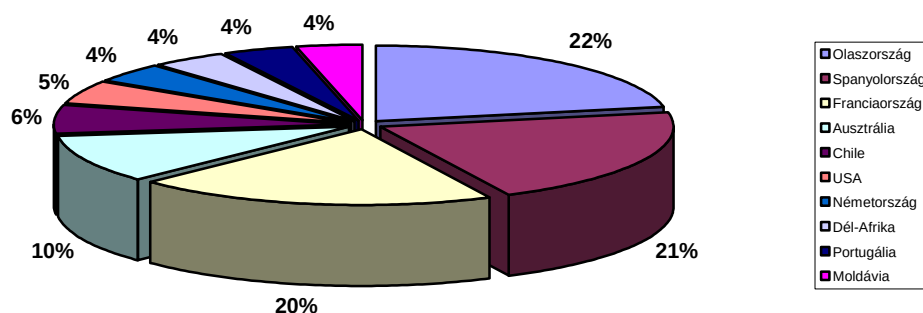
A nagy borexportáló országok igen eltérő áron pozícionálják termékeiket. 2004-ben a francia export átlagár kétszerese volt az olasz és a görög borok export átlagárának és négyszerese a magyar és a spanyol borokénak. Így Franciaország esetében a minőségi politika dominál (tehát a magas áron pozícionált meghatározott termőhelyről származó minőségi borok) az export mennyiségi növekedése felett. A német borok esetében viszont az árak csökkenése figyelhető meg.

Hasonló eltérés tapasztalható az átlagárak alakulásában az újvilági borexportálók esetében is: az ausztrál borok átlagára lényegesen magasabb az amerikai vagy a chilei borokénál. A dél-afrikai borok pedig az amerikai és a chilei borok árszintje között helyezkednek el.

A nagy újvilági exportőrök mind mennyiségben, mind értékben 1996 óta töretlenül tudták növelni borexportjukat. Ugyanakkor az átlagárak tekintetében 2000 és 2001 között csökkenés tapasztalható (5,4 \$/literrel 4 \$/literre), majd némi emelkedés után 4,6 \$/liter körül stabilizálódtak az export árak. Az amerikai borok export átlagára 3\$/liter körül ingadozik 2000 óta. Chile 2001 óta szintén árat növel, de ez az árszint jóval elmarad az amerikai borok árától.

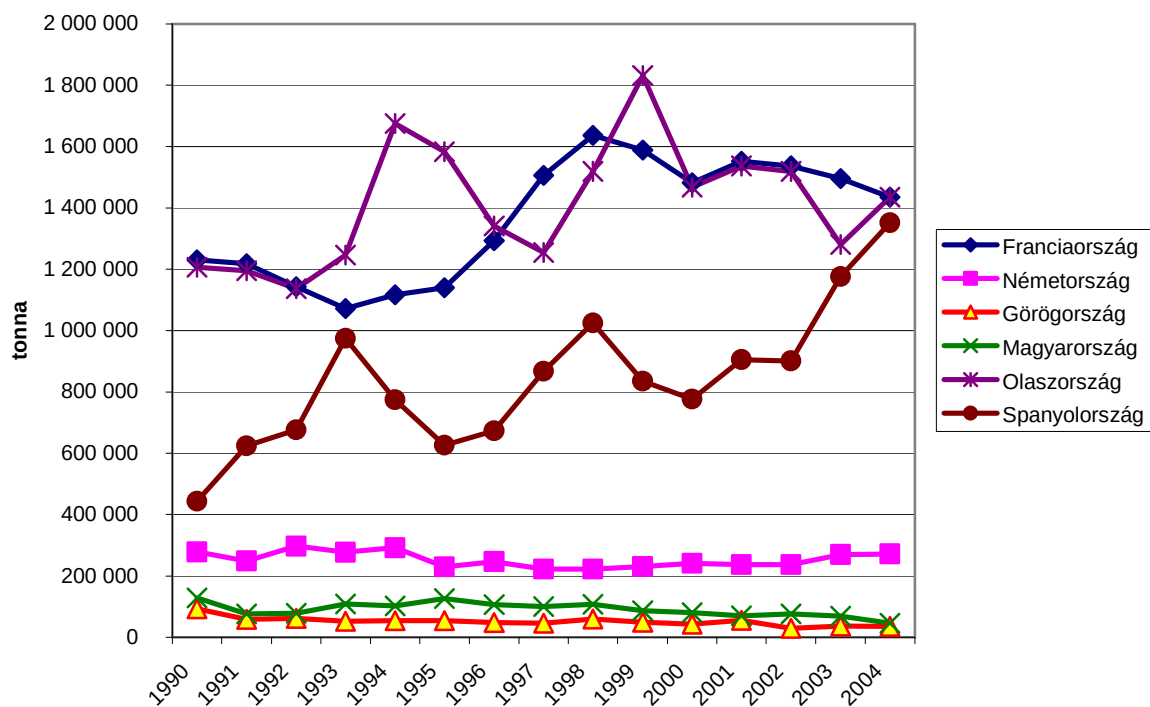
Összességében tehát elmondható, hogy az EU (25) borexportja a 2000-ben tapasztalt visszaesés után 2001 óta növekszik, de ez a növekedés lényegesen alatta marad a harmadik országokban tapasztalható borexport növekedésnek. Ugyanakkor értékben az EU borexport növekedése 33%-kal meghaladja az EU-n kívüli országokét. Az átlagár tekintetében pedig a két térség közti különbség 2001 óta 0,4 \$/literrel 0,7 \$/literre nőtt. Ez azt is jelenti, hogy az EU (25) inkább a magasabb hozzáadott értékű borokat exportálja, míg a harmadik országok összességében ennél lényegesen alacsonyabb áron pozícionálják termékeiket.

A 10 legnagyobb borexportőr a világ exportjának 87%-át tették ki 2005-ben



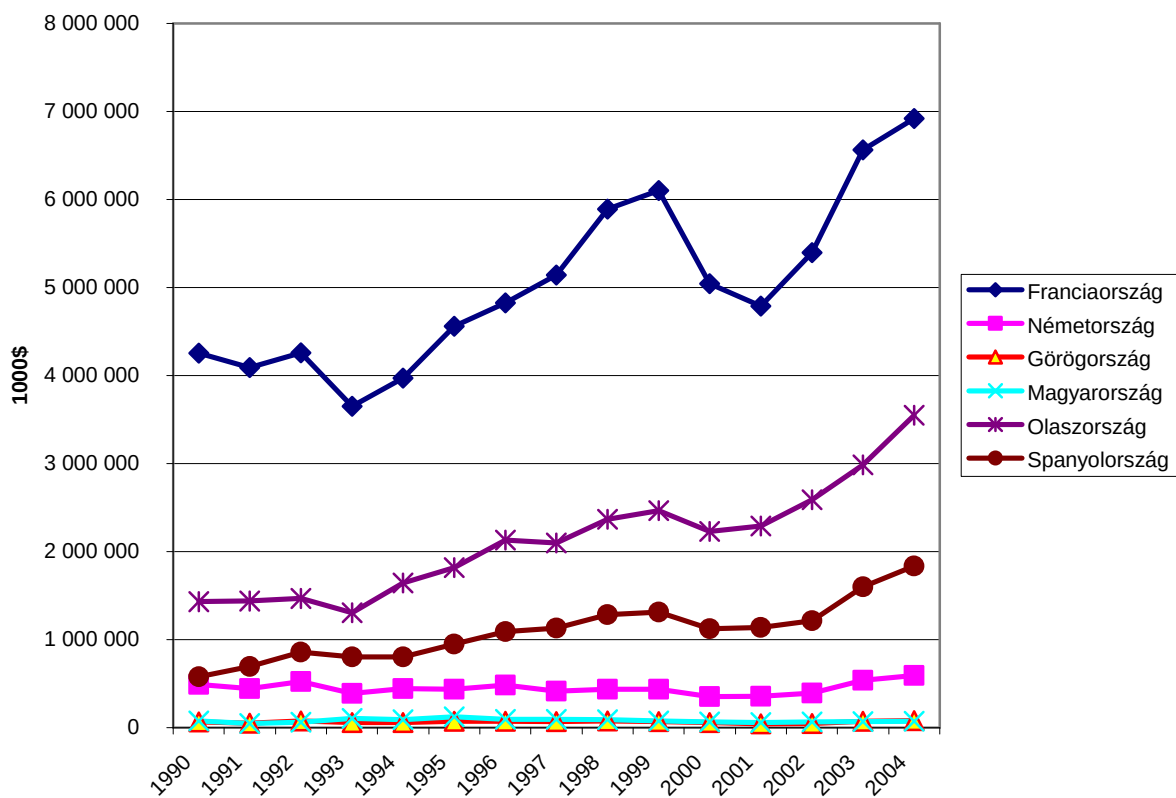
Forrás : OIV

M4/12. ábra : A 10 legnagyobb borexportőr a világ exportjának 87%-át tették ki 2005-ben



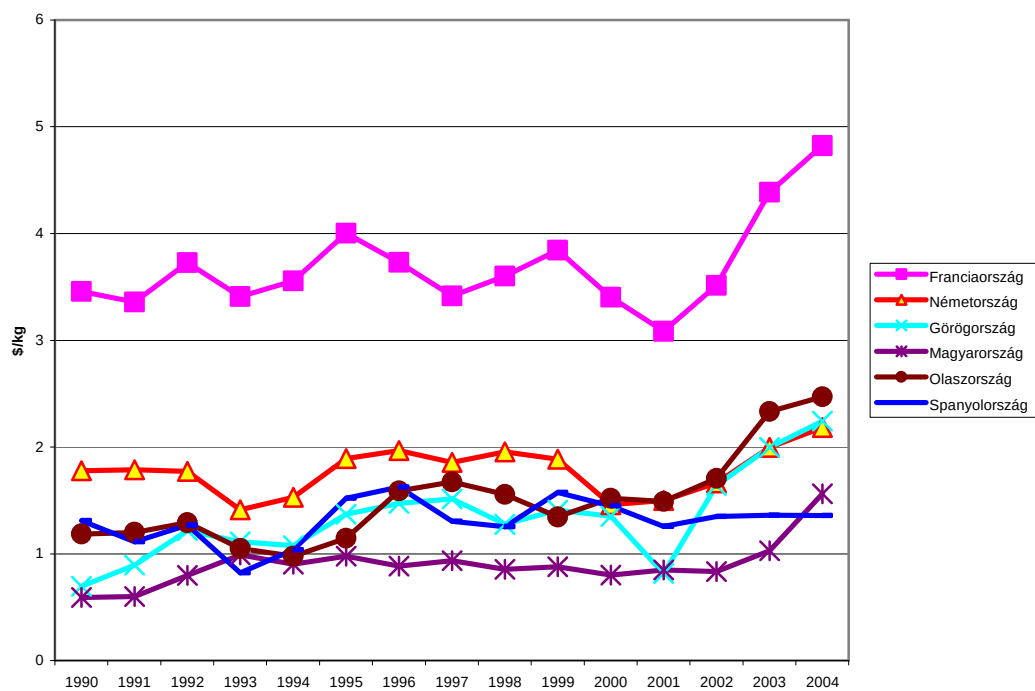
Forrás : FAO

M4/13. ábra: Az EU 25 legjelentősebb exportőreinek kiviteli mennyisége



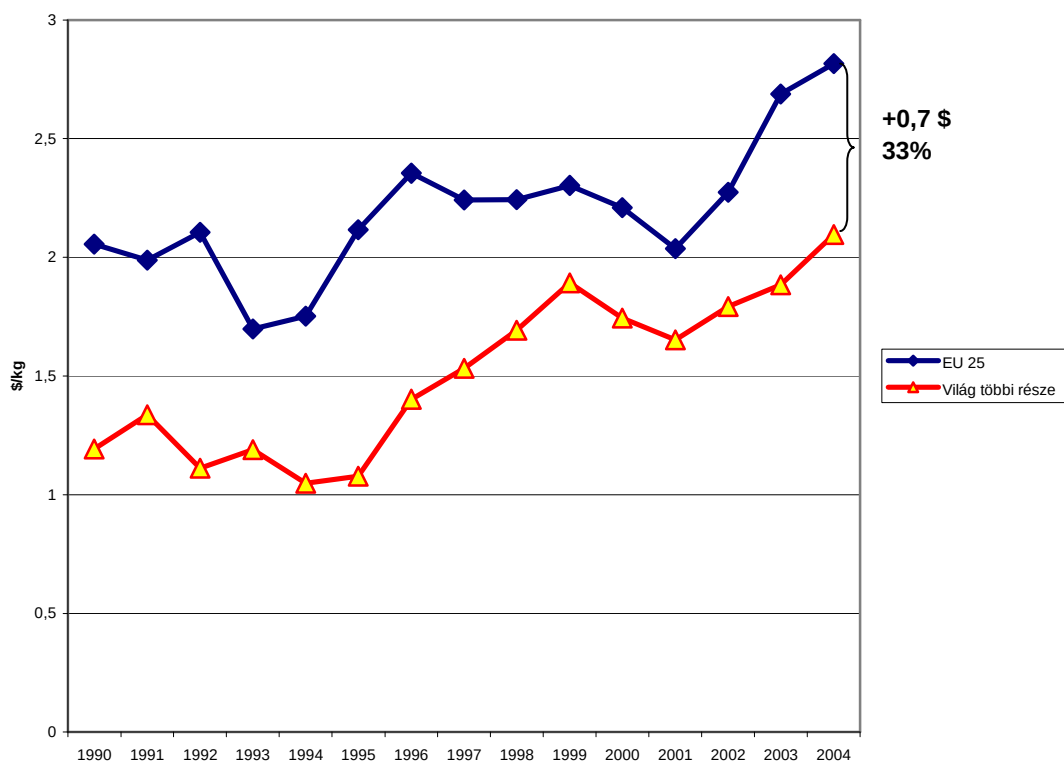
Forrás : FAO

M4/14. ábra : Az EU 25 legjelentősebb exportőreinek kiviteli értéke



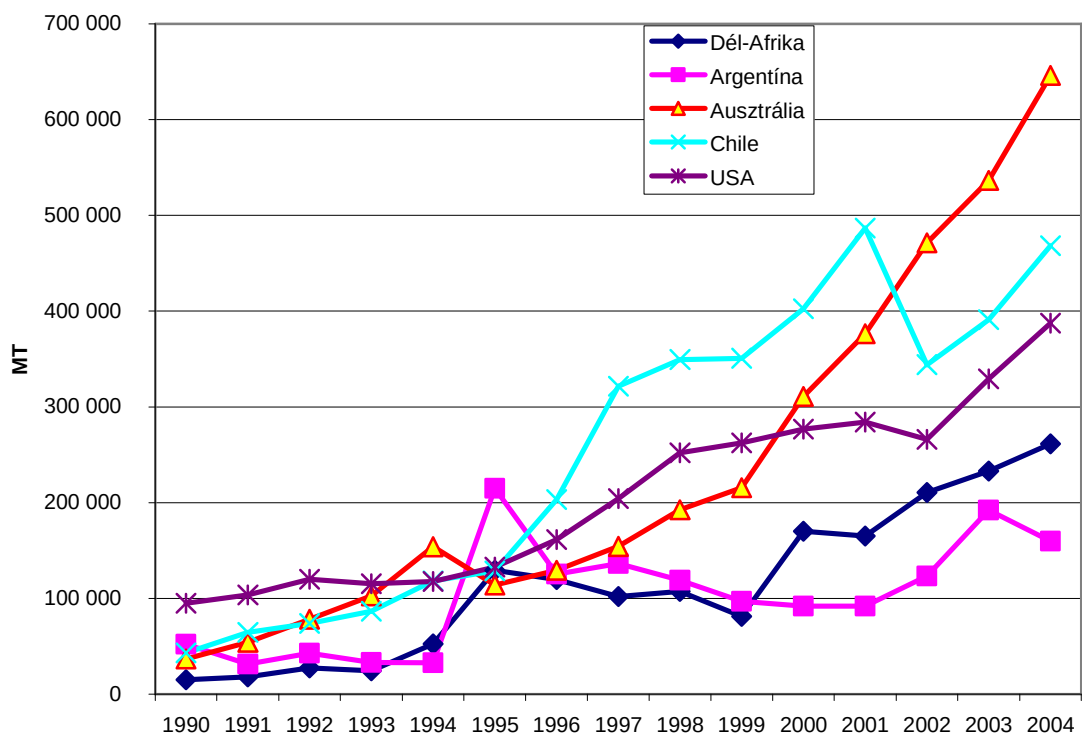
Forrás : FAO

M4/15. ábra: Az EU 25 legjelentősebb exportőreinek kiviteli átlagára



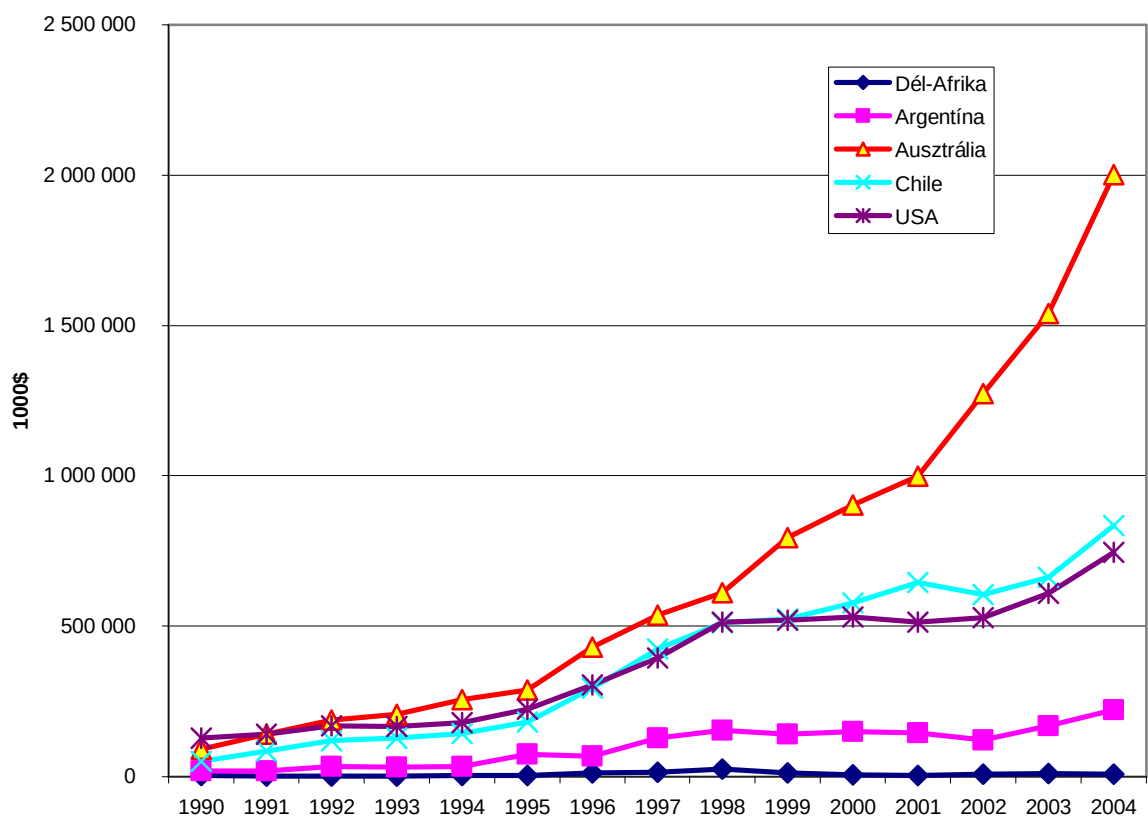
Forrás : FAO

M4/16. ábra : Összehasonlítás :az EU és a világ többi részének kiviteli átlagára



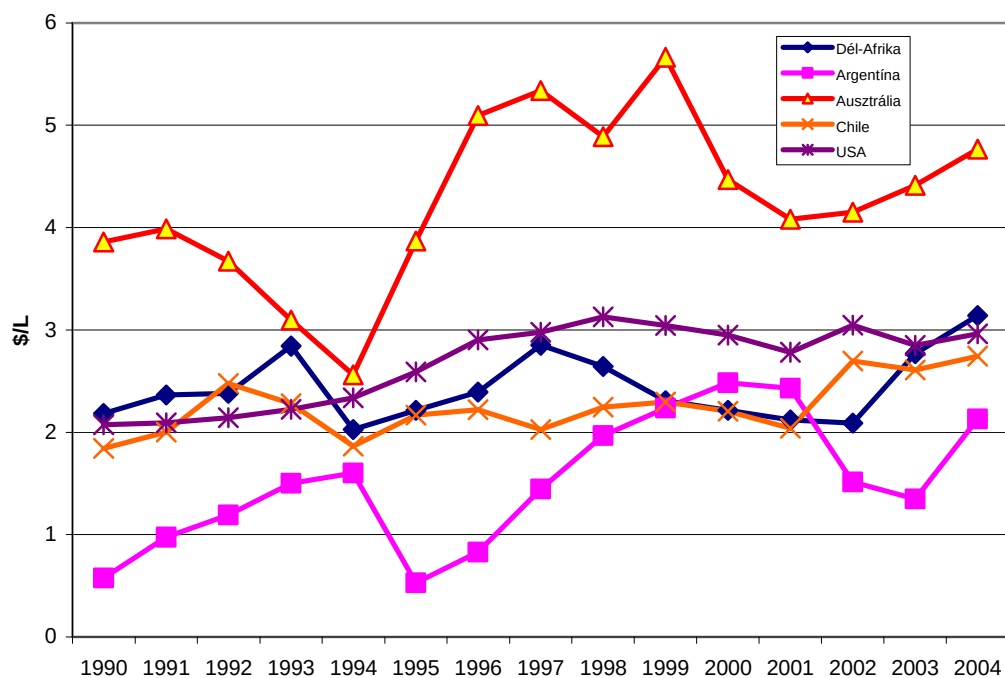
Forrás : FAO

M4/17. ábra : A világ EU 25-ön kívüli országainak nagy exportőrei – kiviteli mennyiségük



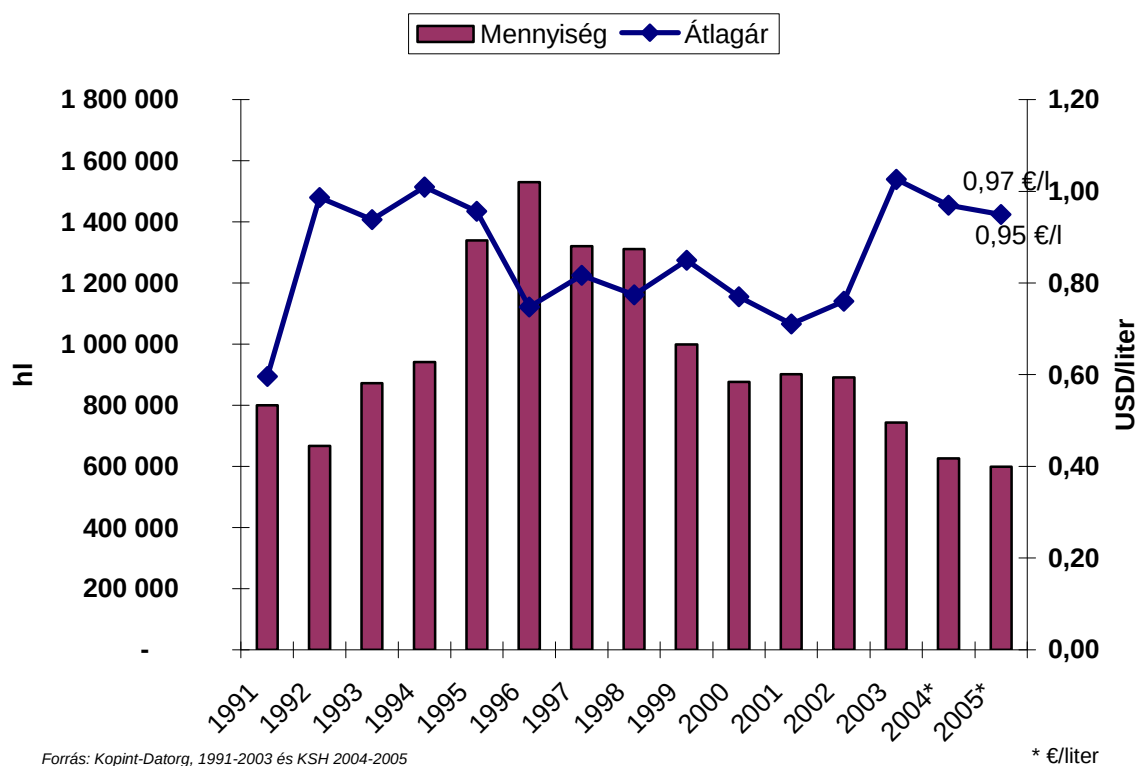
Forrás : FAO

M4/18. ábra: Az EU-25-ön kívüli nagy exportőrök kivitele érték szerint



Forrás : FAO

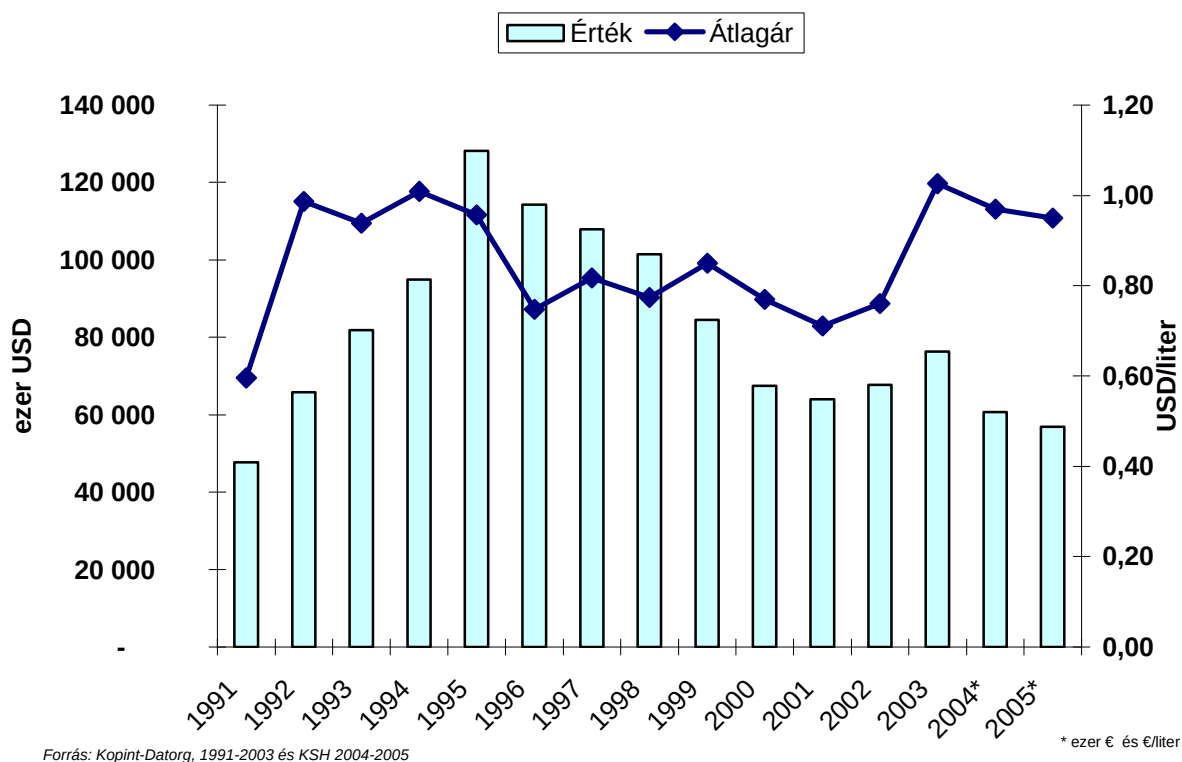
M4/19. ábra: Az EU-25-ön kívüli exportőrök átlagára



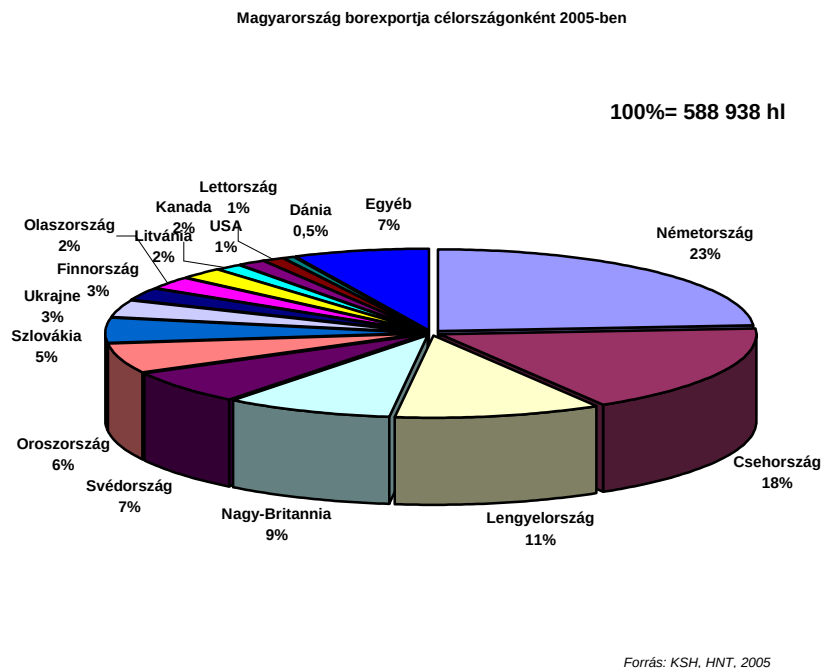
Forrás: Kopint-Datorg, 1991-2003 és KSH 2004-2005

* €/liter

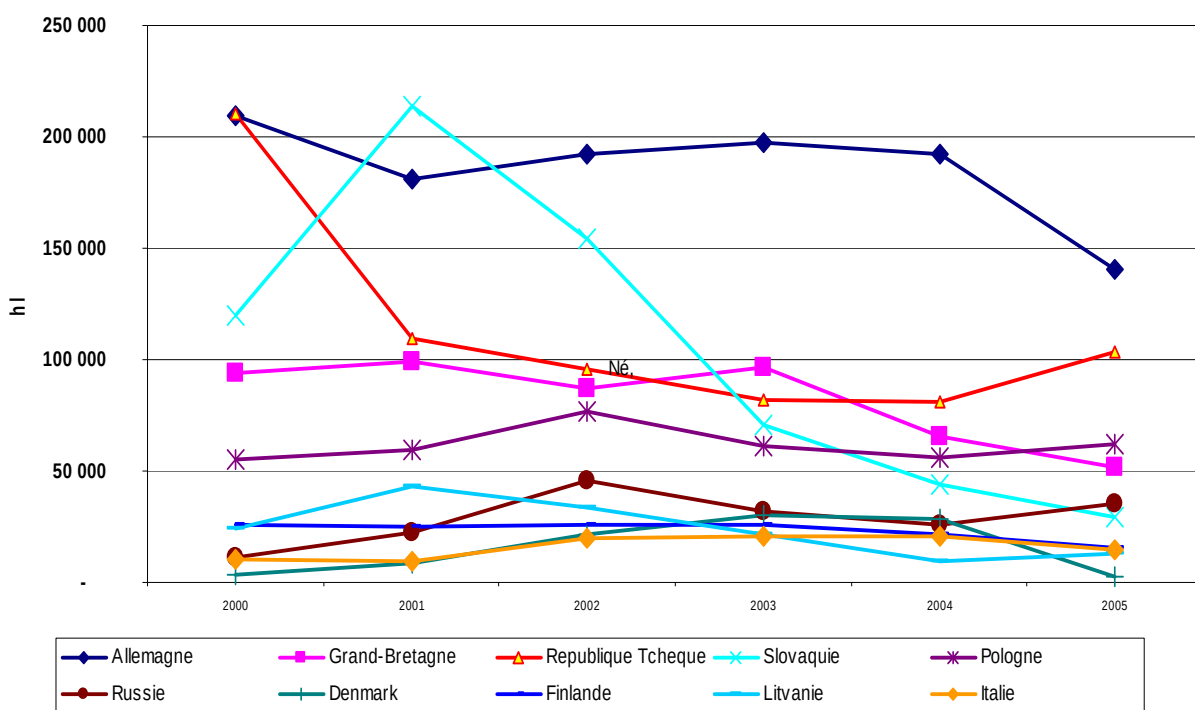
M4/20. ábra: Magyarország borexportja, a mennyiség és az átlagár alakulása



M4/21. ábra: Magyarország borexportja, az érték és az átlagár alakulása



M4/22. ábra: Magyarország borexportja célországoként 2005-ben



Forrás : Kopint-Datorg, KSH, HNT

M4/23. ábra: Magyarország borexport alakulása célszázagonként 2000-2005 között

6. Borimport

6.1. Az EU (25) tagországok borimportja

Németország a világ legnagyobb borimportőre, 12,6 millió hektoliterrel és 1,7 milliárd € értékű borimportjával (M4/27-29. ábra). Jelentős borimport ingadozással jellemezhető időszak után, 2000-2004 között a német borimport egyenletesen emelkedett, ugyanakkor 2005-ben kisebb visszaesés (-6%) volt tapasztalható. Az import értékét tekintve eltérő tendencia tapasztalható: 1999-2002 között visszaesés, majd 2004-ig értéknövekedés, végül 2005-ben újabb csökkenés (-8%) figyelhető meg.

A német piacon Olaszország az első számú beszállító, a második helyen Franciaország, a harmadikon pedig Spanyolország áll. Míg Olaszország és Franciaország meg tudta őrizni piaci részesedését (33% illetve 30%), addig Spanyolország erőteljes növekedési időszak (2002-2004) után visszaesett. Az újvilági országok, Ausztrália, Chile, Dél-Afrika és az USA nemcsak mennyiségben de értékben is növelte beszállításait. Egyedül az USA csökkentett árat 2004-ben. Az import borok árának csökkenése 1995 óta általános jelenség a német piacon. 2002 óta csak három beszállító tudta növelni az árait: Franciaország, Olaszország és Dél-Afrika. A német piacon az árszegmensek 0,5 és 2,8 \$/liter közé szorúlnak, ami a disztribúcióban a hipermarketek és hard diszkontok

dominanciájának következménye. Ebben az „árháborúban” Franciaország viszonylag magasabb árakat tud elérni, míg Ausztrália, az USA, Spanyolország és Chile csökkentették áraikat. Magyarország ezen a piacon az 1990-es években még 5-7 %-kal részesedett, mára ez az arány 1 %-ra olvadt. A német piac alapvetően a nagymennyiségű, alacsony árú, de konstans, jó minőségű termékeket igényel, amit alapvetően a mérethatékony termeléssel lehet elérni. Az alacsony árak miatt viszonylag kicsi marzs és alacsony jövedelmezőség érhető el.

Nagy-Britannia a világ második legnagyobb borimportőre (M4/30-32. ábra). A brit piac a világ borpiacának kiváló indikátora: nyílt piacával, az új borfogyasztókkal és a borértőkkel. Azok közé a piacok közé tartozik, ahol a legkielevezettebb a piaci verseny. 1995-2004 között a borimport mennyisége megkétszereződött, értéke pedig megháromszorozódott. 2005-ben némi visszaesés (-8%) tapasztalható: a növekedési tendencia megtorpanni látszik.

Az angol piac szegmentációja a világ borpiaci szegmentációjának modelljévé vált, ahol az ár határozza meg a piaci kategóriákat (a bor minőségét visszatükrözi az ár), ami már régóta nem esik egybe a közös borpiaci szabályozásban meghatározott minőségi kategóriákkal. A szabályozás szerint hiába tekinthető egy bor minőségi bornak, ha azt a piac nem ismeri el és nem ad érte magasabb árat. Éppen ezért elengedhetetlen a beszállítói árak elemzése.

Az angol palackos borok piacán általában 5 piaci szegmenset különböztetünk meg (Ernst&Young, ONIVINS, 2003a, 2003b; 12. ábra):

1. 5\$ alatti kategória a „Basic wine” és „Popular premium” kategória,

amelynek piaci részesedése kb. 50%-ra tehető. Ezen belül a basic wine felső szegmensét a 3-5\$-os árkategóriát a „Popular premium” borok jelentik. Itt találhatók az EU-ban és Közép-Kelet Európában termelt asztali borok és a tájborok nagy része, valamint az alacsony árú újvilági fajtaborok, mint pl. az úgy nevezett „two buck chuck” borok, ezek a 2\$-ért kapható USA-ban termelt fajtaborok, valamint egyes kevésbé ismert meghatározott termőhelyről származó minőségi borok.

A „Basic” piaci szegmensben a siker kulcsa a borok árának versenyképessége, ami a termelési költségek csökkentésén, a technológia és a logisztikai eszközök versenyképességének növelésén, valamint a termelési költségek piaci célokhoz történő igazításán alapul, amit a termelők és a piacra juttatók közösen határoznak meg. Ebben a kategóriában a kereslet élnékihető olyan eszközökkel, mint a csomagolás fejlesztése, különösen a „szolgáltatás-termékek” esetén, mint amilyen a „bag-in-box” csomagolás, valamint a termék megjelenésének vonzóvá tétele.

A „Popular premium” kategóriában a kereslet növekedése a magas marketing és promóciós beruházásoknak, a termelők és kereskedők közti erős koordináció kialakulásának, valamint a márkák bevezetésének köszönhető.

2. 5-7\$ közötti kategória: Premium borok, amelynek piaci részesedése 34%, és 7-14\$ közötti kategória: Szuper prémium borok 10%-os piaci részesedéssel.

Ezt a két kategóriát a borpiac „szívének” is nevezik, ugyanis piaci részesedésénél és áránál fogva ez a két piaci szegmens a legjövedelmezőbb. Egyébként ez az a szegmens, amit az Újvilág is megcélzott, termékeik jó részét, ma ebben az árkategóriában adják el és ez az a két piaci kategória, ahol érthetően a legintenzívebb a verseny. Itt találjuk a magasabb értékű fajtaborokat és tájborokat, valamint a meghatározott termőhelyről származó minőségi borok egy részét. Ebben a két kategóriában a nagymértékű marketing beruházások, a termőhely hírneve és az imázs jelenti a legfontosabb versenyképességi tényezőket.

3. **14-50\$ közötti kategória az Ultra prémium borok** piaci szegmense, ide már csak a piac 5%-a tartozik, itt találjuk az Európában termelt magas minőségű védett eredetű borokat (pl. Bordeaux-ból, Bourgogne-ból származó védett eredetű borok).

4. **50\$ feletti borokat nevezzük Ikon boroknak,** itt pozícionálják a piaci szereplők a „niche” termékeket, a specialitásokat, a borkülönlegességeket és ritkaságokat. Ez a kategória a borpiac 1%-át teszi ki.

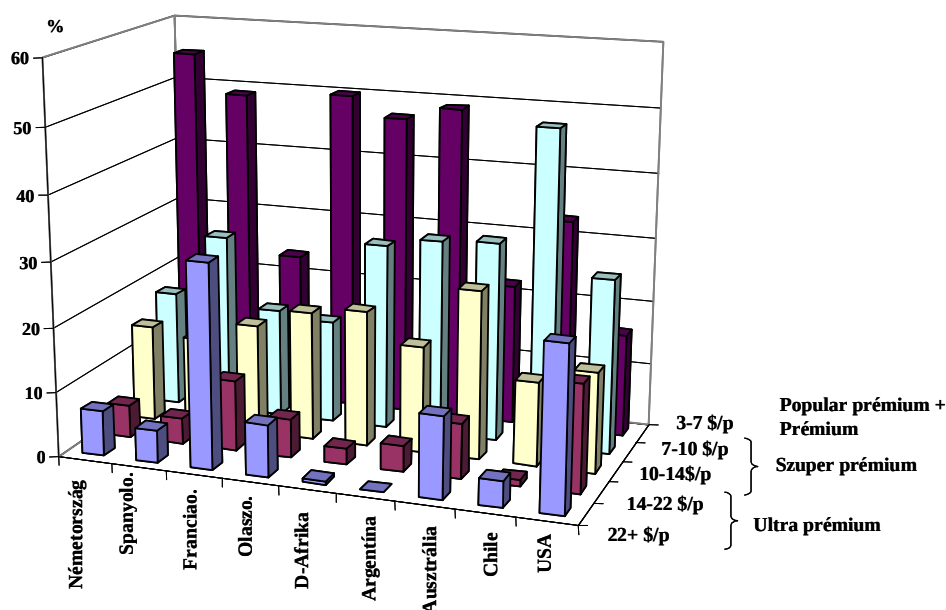
A két legmagasabb kategóriában találjuk a luxustermékeket, ahol a hírnév és az imázs elsődleges. Ezek a termékek főként éttermekben és borszaküzletekben kerülnek forgalomba.

A brit piacon az elmúlt tíz évben a beszállítók köre radikálisan megváltozott. 2004-ben Ausztrália beérte az első helyen álló Franciaországot. Az újvilági országok, amelyek 1995-ben még csak 4%-kal részesedtek az angol borimportból, addig 2004-ben elérték a 45%-os piaci részesedést, egy olyan piacon, ami ez idő alatt az import mennyiségét tekintve megkétszereződött. 2005-ben Olaszország (+8%) és Spanyolország (+13%) kivételével, akik az áraik segítségével jobban bírták a versenyt, a többi beszállító lényeges piacvesztést könyvelt el: az USA (-40%), Franciaország (-12%), Ausztrália és Chile (-7%). A verseny a prémium és szuper prémium kategóriában a legintenzívebb.

A kiélezett verseny, valamint a nagy európai és újvilági borexportálók piacszerző harcának legnagyobb vesztesei a brit piacon a közép-kelet európai országok és Németország. Ezek az országok elvesztették versenyképességüket a brit piacon, és nagymértékben visszaszorultak a piaci részesedésüket tekintve. Beszállítóként Németország a korábbi harmadik helyről (1995) a hetedikre csúszott vissza. Magyarország piaci részesedése 2%-ról 1%-ra olvadt.

A brit piacon az árak alakulása meglehetősen érdekes tendenciát mutat: 10 év alatt az árintervallum kinyílt, 1,7-3,1 \$/literre 1,3-5,1 \$/literre, ahol jelenleg elhelyezkedik az importborok ára. Franciaország az intervallum felső részénél található, míg Németország a legalacsonyabb árhoz közelít. Egyébként Magyarország is ehhez a tartományhoz tartozik (1,48 €/liter). A többi beszállító (Ausztrália, Olaszország, Spanyolország, Dél-Afrika, Chile és az USA) 2,4 és 3,4 \$/liter között pozícionálja árait. Ez az a szegmens, ahol a legkiélezettebb versenynek lehetünk tanúi.

Ha összehasonlítjuk az angol piacon, hogy az EU nagy borexportőrei és az Újvilág milyen árstratégiát alkalmaz³⁶ (M4/24. ábra), megállapítható, hogy Németország, Spanyolország, Olaszország, D-Afrika és Argentína borkínálatának felét a Popular prémium és a Prémium kategóriában adja el. Chile elsősorban a Szuper prémium kategóriát célozta meg, kínálatának több mint 60%-át itt adja el, de Ausztrália, Argentína, D-Afrika, az USA 45-50%-át valamint az európai termelők közül Spanyolország borkínálatának 40%-át ebben az árkategóriában pozicionálja. Ugyanakkor Németország, Franciaország és Olaszország borainak csak 30-35%-át adja el a Szuper prémium kategóriában



M4/24. ábra: A borkínálat megoszlása árkategóriánként az angol piacon (Forrás: *Wine and Spirits Intelligence*, 2002)

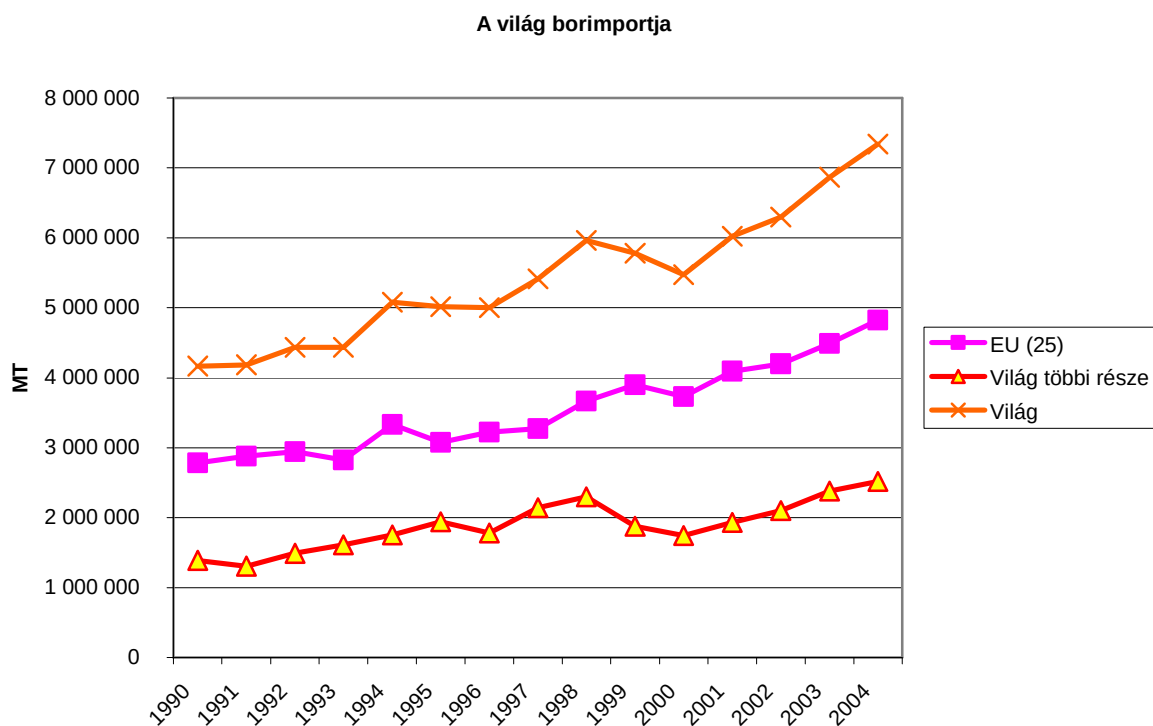
Az Ultra prémium vagy annál magasabb árkategóriát főleg az európai termelők célozzák meg, Franciaország kínálatának 43%-át 14\$-nál magasabb áron pozicionálják, Olaszország, Spanyolország és Németország esetében ez az arány 10-15%-ra tehető. Az újvilági országok közül főként az USA pozicionálja termékeit a magasabb árkategóriában, kínálatának több mint 40%-át, ezen kívül Ausztrália van még jelen relatíve nagy részesedéssel az Ultra prémium kategóriában, borainak kb. 20%-a található 14\$ feletti áron. A többi újvilági ország borainak csak kis részét, 4-5%-át pozicionálja az Ultra prémium kategóriában. Az angol piacon található magyar borok export átlagára 1,48 €/liter, így az eladási árak a 2-3 \$/palack közé tehető ezzel a Basic és Popular prémium kategóriára koncentrálódik a magyar borkínálat.

³⁶ Ennél az elemzésnél azt néztük meg, hogy az EU legfontosabb bortermelő országai és exportőrei valamint az Újvilág országai az angol piacon a kínálatuk hogyan oszlik meg (%-ban) az egyes árkategóriák között.

A piaci szereplők árstratégiája igen jól tükröződik az angol piacon: az Újvilág uralja a szuper prémium kategóriát, az EU pedig az Ultra prémium kategóriát. Amikor az újvilági borokat bevezették nemzetközi piacon, először a 3-7\$-os áron a Popular prémium és a Prémium kategóriát célozták meg, azóta viszont széles árukínálatot teremtettek meg: a 3\$-os tömeg boroktól kezdve a 22\$-os magas minőségű borokig megtalálhatók az Újvilág termékei. Például ezen a piacon az ausztrál Jacob's Creek márka, ami egyébként, francia cégcsoport a Pernot Ricard tulajdona, érte el a legnagyobb növekedést az utóbbi két-három évben: ezzel a második legnagyobb eladást regisztráló márka lett az angol piacon. Borainak kiskereskedelmi ára 7-8,5\$/palack (4,5-5,5£) között található. A 2000-ben bevezetett Jacob's Creek Reserve márkát pedig 12\$ körüli áron kínálják a piacon. Itt jegyezzük meg, hogy az angol piacon a top 15 márkában igen kevés európai márkát találunk (egy spanyol márkát), francia például nem is szerepel az első 15 helyen (Intangible Business, 2007), ott nem meglepő módon főként amerikai és ausztrál márkákat találunk, ami az európai piaci részesedésének visszaesésére is utal.

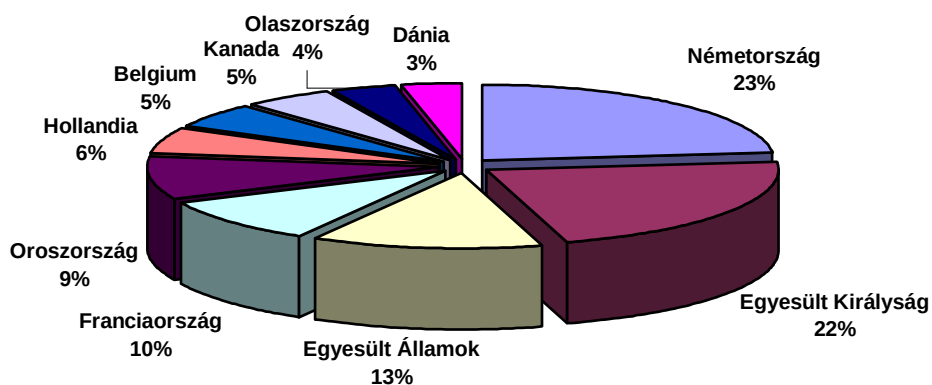
Franciaország a világ borimportőrei között a negyedik helyet foglalja el, 5,4 millió hl mennyiségű és 477,1 millió € értékű borimportjával. Az import a 2001-es mélypont óta emelkedik, 2005-ben kismértékű csökkenés volt tapasztalható (-2%). Franciaország alapvetően olcsó (0,6-0,9 \$/liter) spanyol és olasz asztali borokat importál a mindennapi fogyasztásra szolgáló francia borok kínálatának kiegészítésére. Az Olaszországból importált borok mennyisége 1999 óta csökken, piaci részesedése 2005-ben 21%, ugyanakkor a spanyol bor importja nő, és elérte az 50%-os részesedést. A más országokból származó borbefozatal marginális, inkább választékbővítő szerepet tölt be (M4/33-34. ábra).

Az EU-ban szintén jelentős importőrnek számítanak a **Benelux államok**: Hollandia a világ hatodik, Belgium pedig a hetedik helyen áll. Mindkét piac jelentős importnövekedést könyvelt el az utóbbi időszakban. Ebből a növekedésből itt is az újvilági országok profitáltak jelentősen: Hollandiában Dél-Afrika feljött a második helyre (14%-os piaci részesedéssel), az első helyen még mindig Franciaország áll 31%-os piaci részesedéssel. Belgiumban Franciaország uralja a piacot (68%-os részesedéssel), de Chile jelentős piacbővülést ért el, mind mennyiségben, mind értékben növelte behozatalát. Az árakat tekintve a holland piacon alacsonyabb az árintervallum (az import borok 1,9-4,1 \$/liter között pozícionáltak), mint Belgiumban, ahol a francia borok érik el a legmagasabb árat 11\$/liter-es átlagárral, a többiek 3-6 \$/liter között viszik piacra termékeiket.



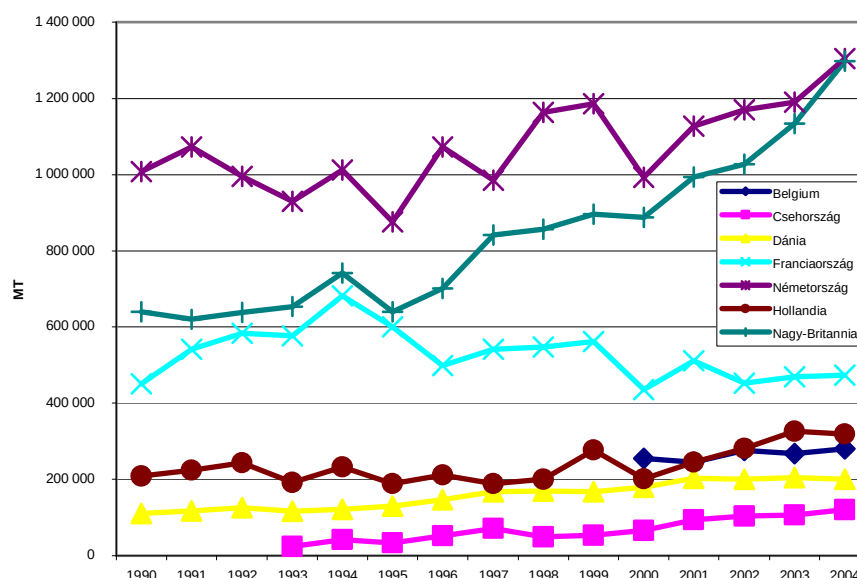
Forrás : FAO

M4/25. ábra : A világ, az EU, valamint a világ többi részének borimportja (mennyiség)



Forrás : OIV

M4/26. ábra : A világ 10 legnagyobb borimportőre 2005-ben a világ borimportjának 74%-a)



Forrás : FAO

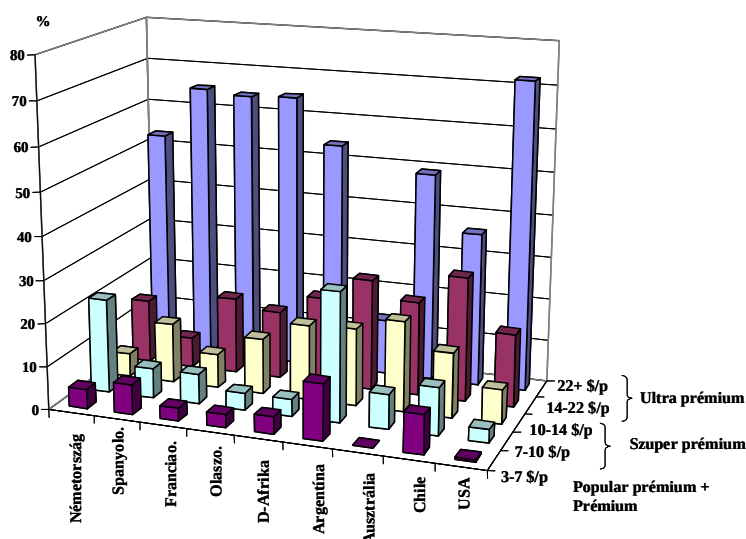
M4/27. ábra : Az EU legfontosabb borimportőr országainak behozatali mennyisége

6.2. A harmadik országok borimportja

Az USA a világ harmadik legnagyobb borimportáló országa. A beszállítók közt az első helyen Olaszország áll, 29%-os piaci részesedéssel. Őt követi Ausztrália, igen erőteljes piaci részesedés növekedéssel. Franciaország áll a harmadik helyen, ugyan még megelőzi Olaszországot és Ausztráliát, de fokozatosan csökken a részesedése mind a borimport mennyiségét, mind értékét tekintve. Az amerikai piac a világpiacon az egyik legjobban jövedelmező piac, itt igen jó áron értékesíthetők az import borok, aminek alapvetően az az oka, hogy a hazai, mármint amerikai előállítású minőségi borok is magas áron, a magas minőségi szegmensben pozícionáltak, ami felfelé húzza a piacot, de természetesen találunk alacsony árú amerikai borokat is: ezek az. úgy nevezett „two buck chuck” borok (2 \$-os borok).

A piaci szereplők árstratégiája és a borok piaci pozícionálásának tekintetében az amerikai piac lényeges eltérést mutat az angol piachoz képest. Az USA-ban főként a magas árkategóriában, a 14\$ felett, de leginkább 20\$ felett pozícionálják a borok 70-80%-át (M4/28. ábra). Ezt az árkategóriát hagyományosan az európai borok uralják, de az Újvilág is erre az árkategóriára összpontosítja energiáit. Az Újvilág eredetileg a 3-5\$-os kategóriát részesítette előnyben, de gyorsan váltott a magasabb árkategóriára. Például Dél-Afrika és Ausztrália gyakorlatilag letett a 3-5\$-os borokról. Így az amerikai piacon a legintenzívebb verseny az Ultra prémium kategóriában alakult ki, amihez az is hozzájárult, hogy az amerikai borok is a magas árkategóriában koncentrálnak, 85%-uk 14\$ feletti áron kapható. Az alacsonyabb árkategóriákból elkezdtek kivonulni az említett piaci szereplők. A Popular premium kategória gyakorlatilag nem fejlődik. Ugyanakkor meg kell azt is emléteni, hogy némi élénkülés tapasztalható ebben a kategóriában 2002. év vége óta köszönhetően az

USA-ba jelentkező bortúlermelésnek és gazdasági válságnak. Így a megjelentek a „2\$-os borok” amelyeket 1,99 \$-os áron kaphatók.



M4/28. ábra A borkínálat megoszlása árkategóriánként az USA-ban (kiskereskedelmi árak)
Forrás: Wine & Spirits Intelligence

A magyar jelenlét az amerikai piacon csekély, évi 7 000-8 000 hl között változik az USA piacára irányuló borexportunk. A kiviteli átlagárak lényegesen (2,5-szer) magasabbak a teljes magyar export áránál, így az amerikai piac viszonylag jól jövedelmező piacnak számít a magyar borok esetében is. Bár a 2,49 €/literes átlagáron történő kiszállítás még így is többségében a Popular prémium kategóriába sorolja a magyar borokat. Ugyanakkor meg kell említeni, hogy az amerikai piac fontos felvevőhelye a magyar specialitásoknak, de ez a kivitel igen csekély mértékűnek mondható.

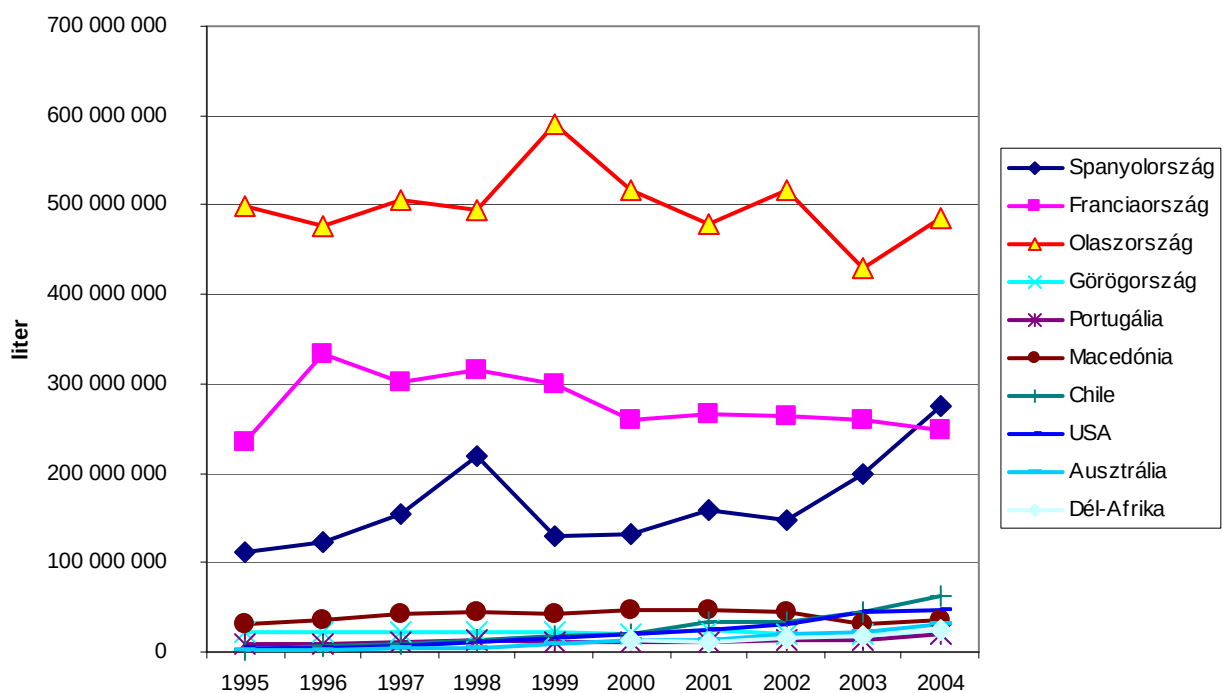
Az ázsiai piacok közül, különösen Japán és Kína játszik fontos szerepet, elsősorban, mint nagy potenciállal és nagy lehetőséggel kecsegtető piacokként tartjuk számon. Ázsia, mint kontinens 3,9%-kal részesedik a világ borimportjából, ott is Japán foglal el jelentős szerepet: a 12. helyen áll a világ borimportőreinek sorában.

Mára kialakult, hogy az európai borokat főként popular premium és a magas árkategóriájú ultra premium szegmensben pozícionálják, az újvilágiak pedig a legjövedelmezőbb szuper premium kategóriát célozzák meg, de egyre jobban kiszélesítik kínálatukat a magasabb árkategória felé.

Az újvilági borok eladási árának növekedése más következményeket is maga után von, mégpedig azt, hogy növekszik a szőlőterületek ára. Pl. Kaliforniában 10 év alatt 1 ha szőlő átlagára több mint 200%-kal növekedett. Ez a jelenség igen jól ismert Európában, hiszen ugyanez zajlott le az meghatározott termőhelyről származó minőségi borok termelésének bővülésével: a kínálat a közép és magas minőségi kategóriára koncentrálódik, elsősorban a termőhely alapján történik a borok megkülönböztetése, ami együtt jár a termelési költségek növekedésével és a szőlőterület árának emelkedésével. Úgy tűnik, hogy ugyanezt a tendenciát követi az Újvilág stratégiája.

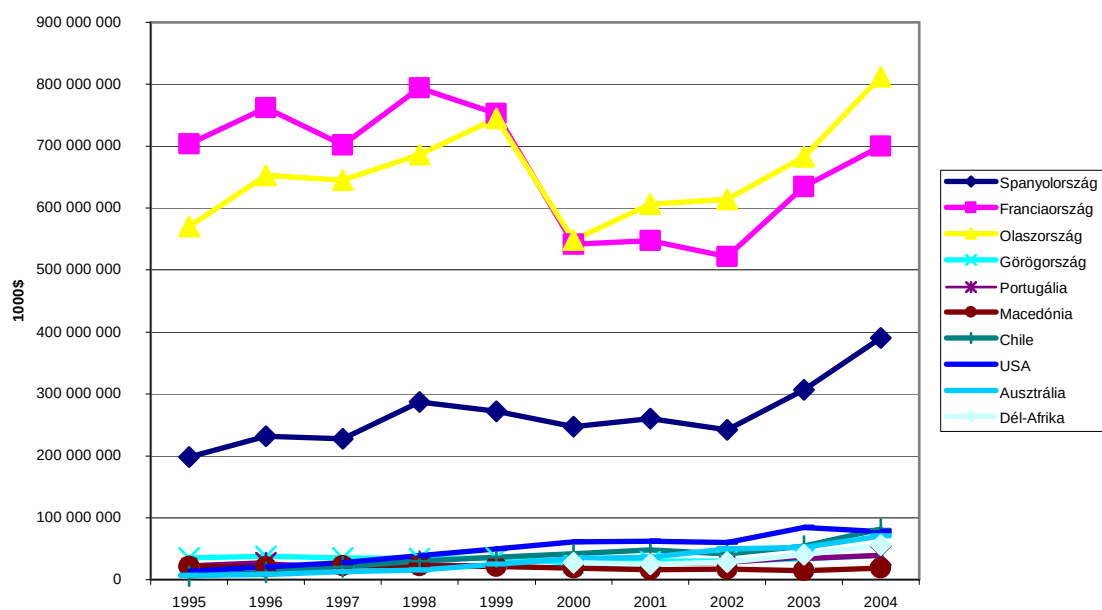
Azzal, hogy az Újvilág egyre magasabb minőségi kategóriát céloz meg és kivonul az alsóbb piaci szegmensekből, ezt a helyet a Közép-Kelet Európából származó borok (magyar, bolgár, román, grúz, moldáviai borok) tölthetik be, amelyek 1\$/palack körüli átlagáron hozzák forgalomba. A közép-kelet európai országok versenyelőnye a termelési költségek (mivel relatíve alacsony a munkaerő költsége, alacsony a termőföld ára, hagyományos fajtáikból készült borokat alacsony, 1\$ alatti nagykereskedelmi áron tudják eladni) és a szállítási költségek vonatkozásában jelenik meg, mivel közel helyezkednek el felvevőpiacaikhoz, Nyugat-Európához, Oroszországhoz és az ázsiai országokhoz.

Végül, ha felvázolnánk a jelenlegi általános képet a világ borpiacának árszegmentációjáról, akkor az EU borait helyeznénk el a Szuper és az Ultra prémium kategóriában, amelyek az idősebb, 50 év feletti generációt céloznák meg, azokat a fogyasztókat, akik relatíve nagy borfogyasztók és borértők. Az Újvilág borai foglalnék el a Prémium és a Szuper prémium kategóriát, akik a középkorú és a fiatal generációt, főként a 17-32 éves korosztályt célozzák meg. A közép-kelet európai borok alacsony árak miatt szintén a fiatal korosztálynak (a 17-23 éveseknek) szólnak, azoknak, akik még nem ismerik a borokat és relatíve alacsony vásárlóerővel rendelkeznek.



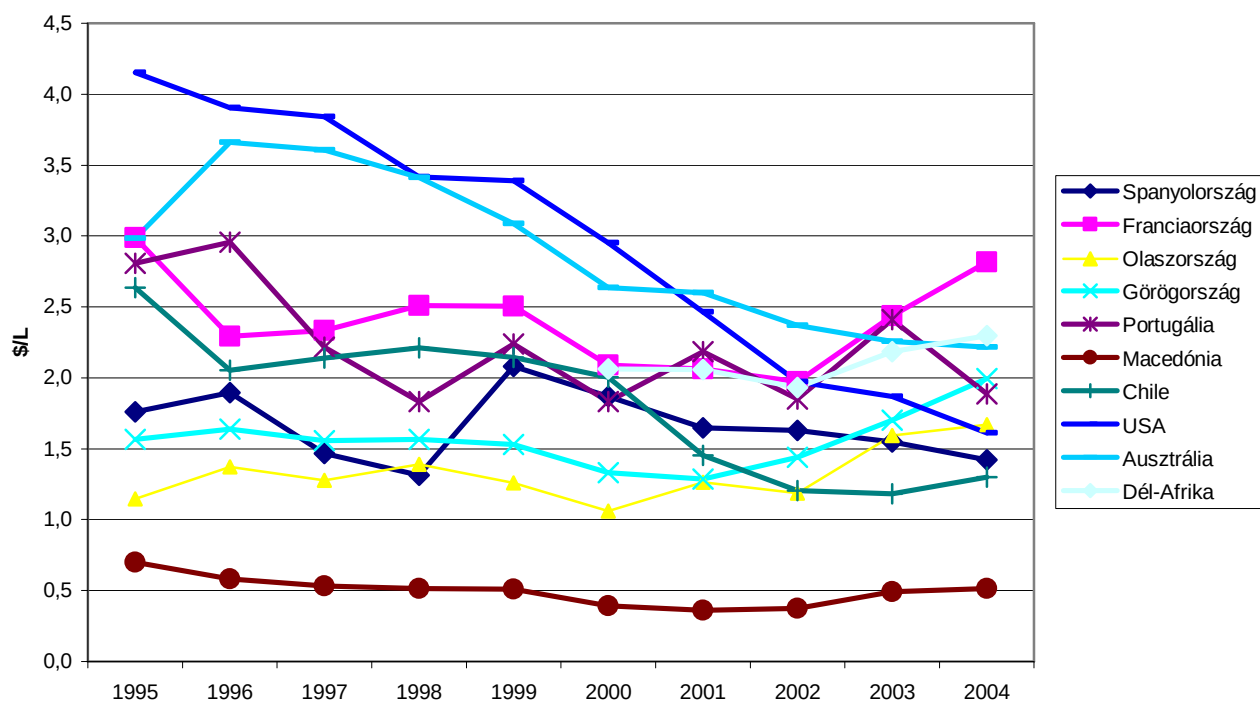
Forrás : COMTRADE

M4/29. ábra : A német borimport mennyisége



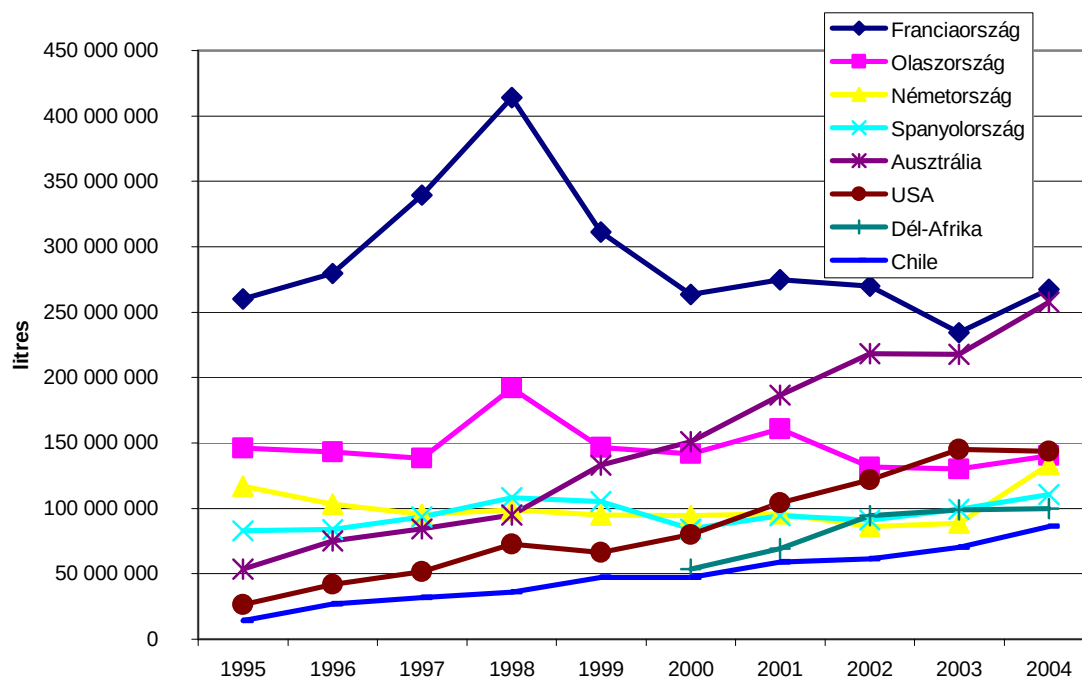
Forrás : COMTRADE

M4/30. ábra : A német borimport értéke



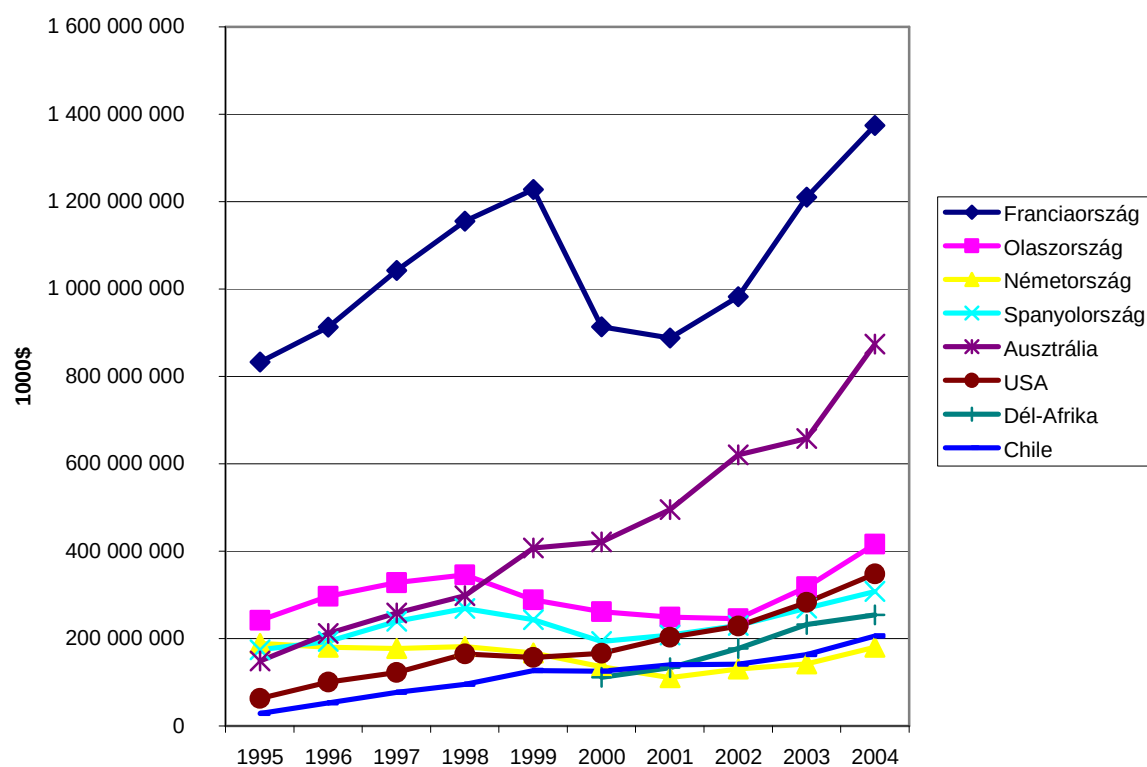
Forrás : COMTRADE

M4/31. ábra : A német borimport átlagára



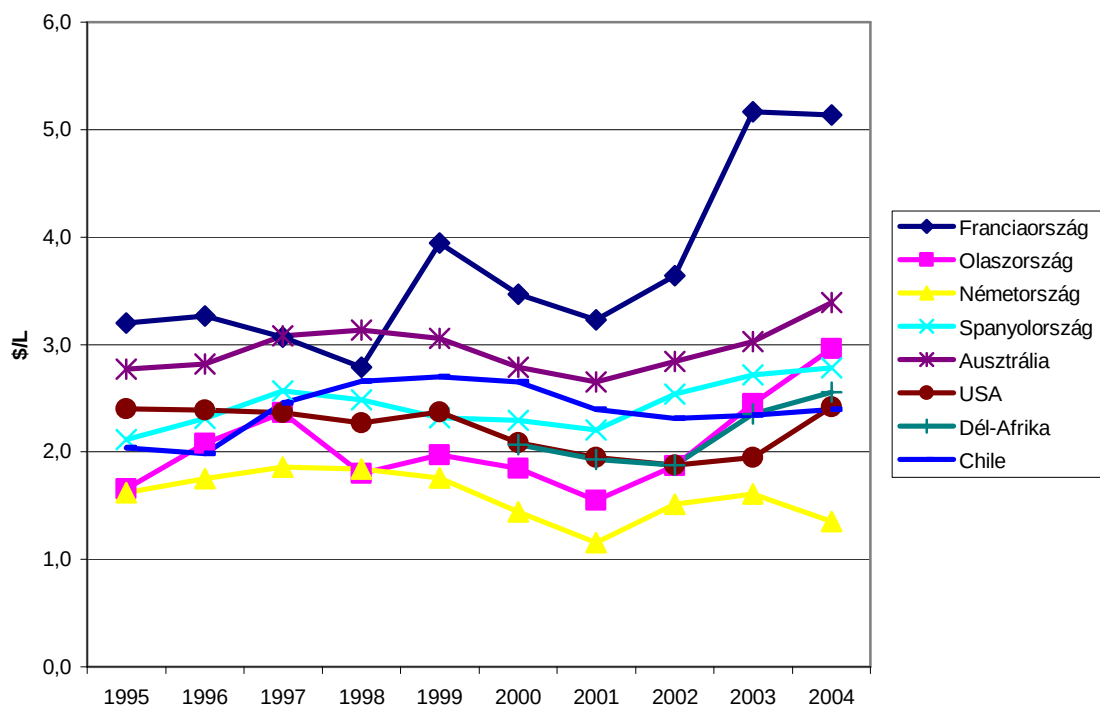
Forrás : COMTRADE

M4/32. ábra : A brit borimport mennyisége



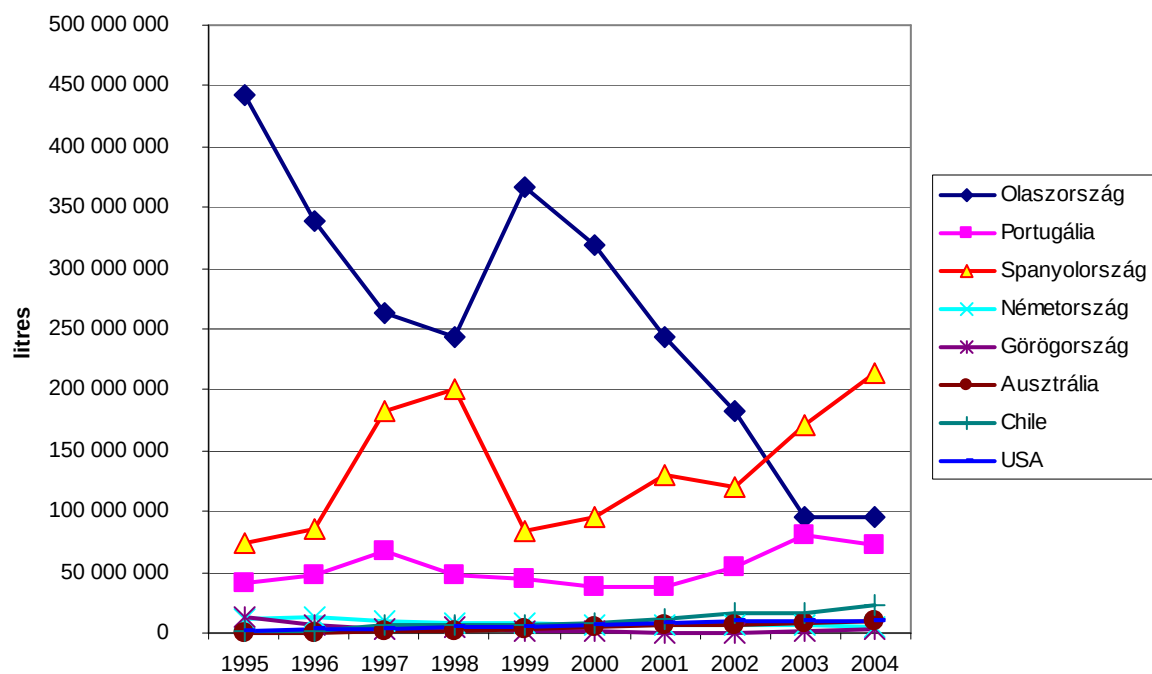
Forrás : COMTRADE

M4/33. ábra : A brit borimport értéke



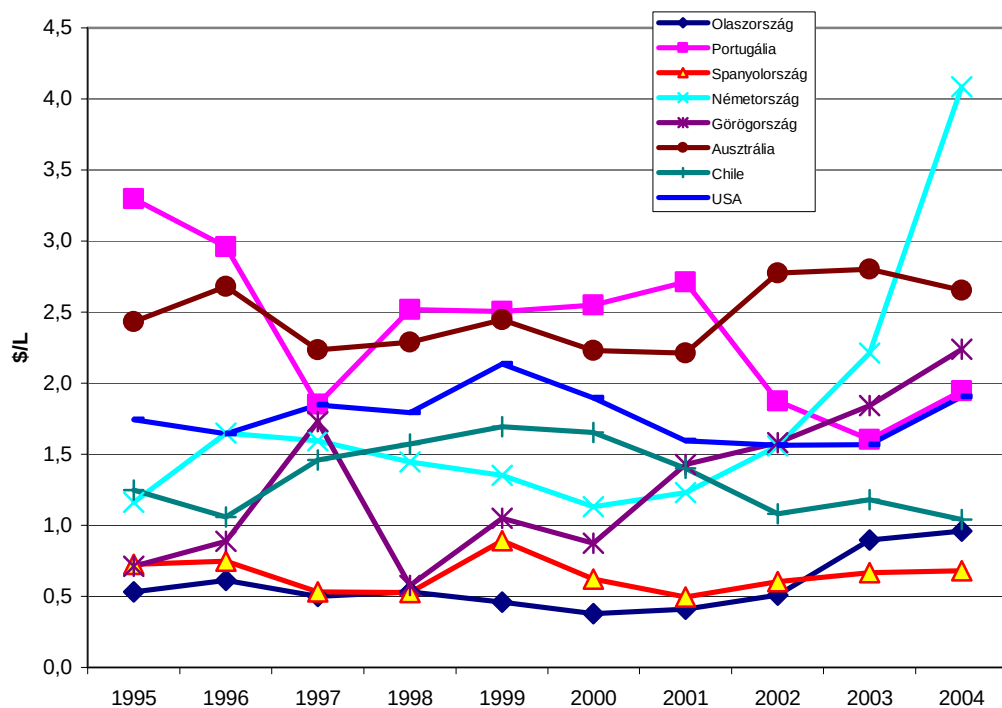
Forrás : COMTRADE

M4/34. ábra : A brit borimport átlagára



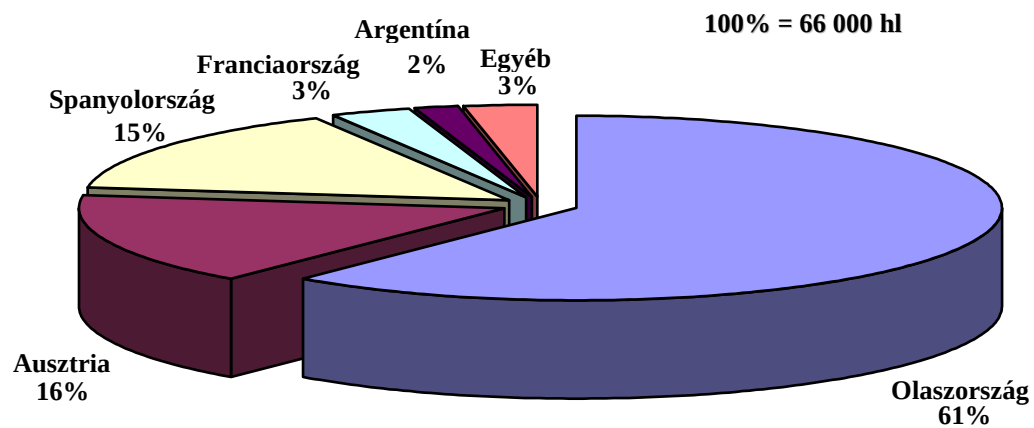
Forrás : COMTRADE

M4/35. ábra : A francia borimport mennyisége



Forrás : COMTRADE

M4/36. ábra : A francia borimport átlagára

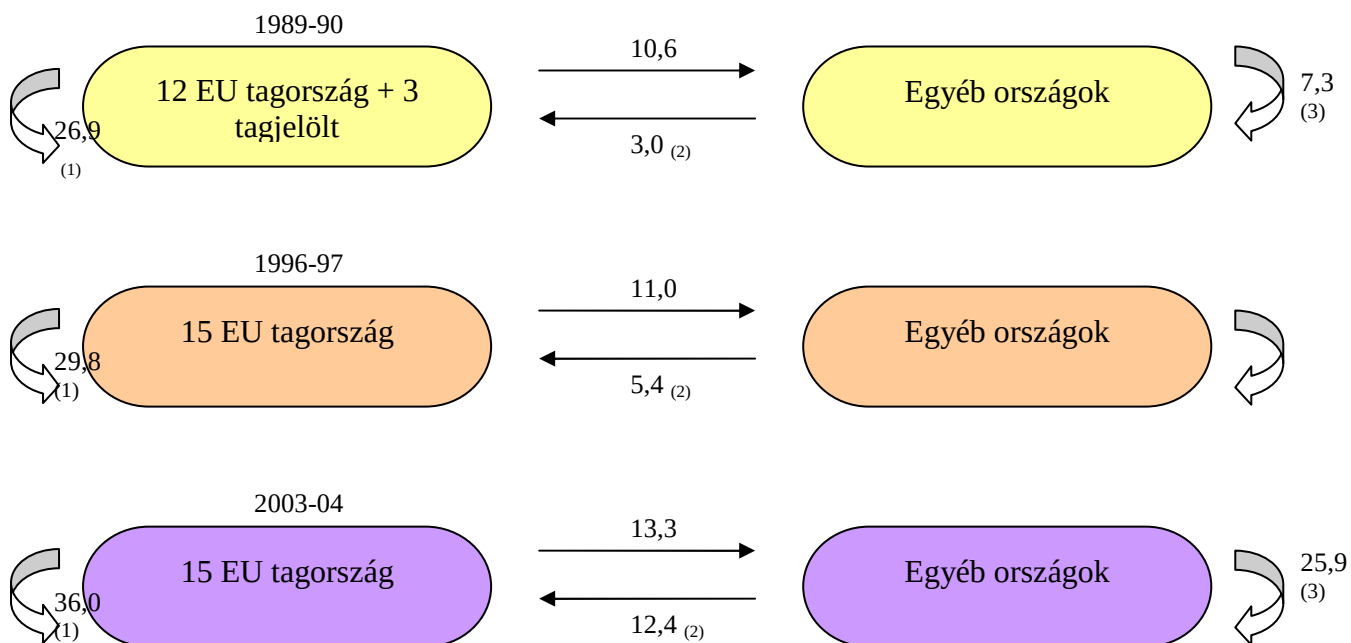


Forrás : Kopint-Datorg, KSH, HNT

M4/37. ábra : Magyarország borimportja 2005-ben

7. A nemzetközi borkereskedelem

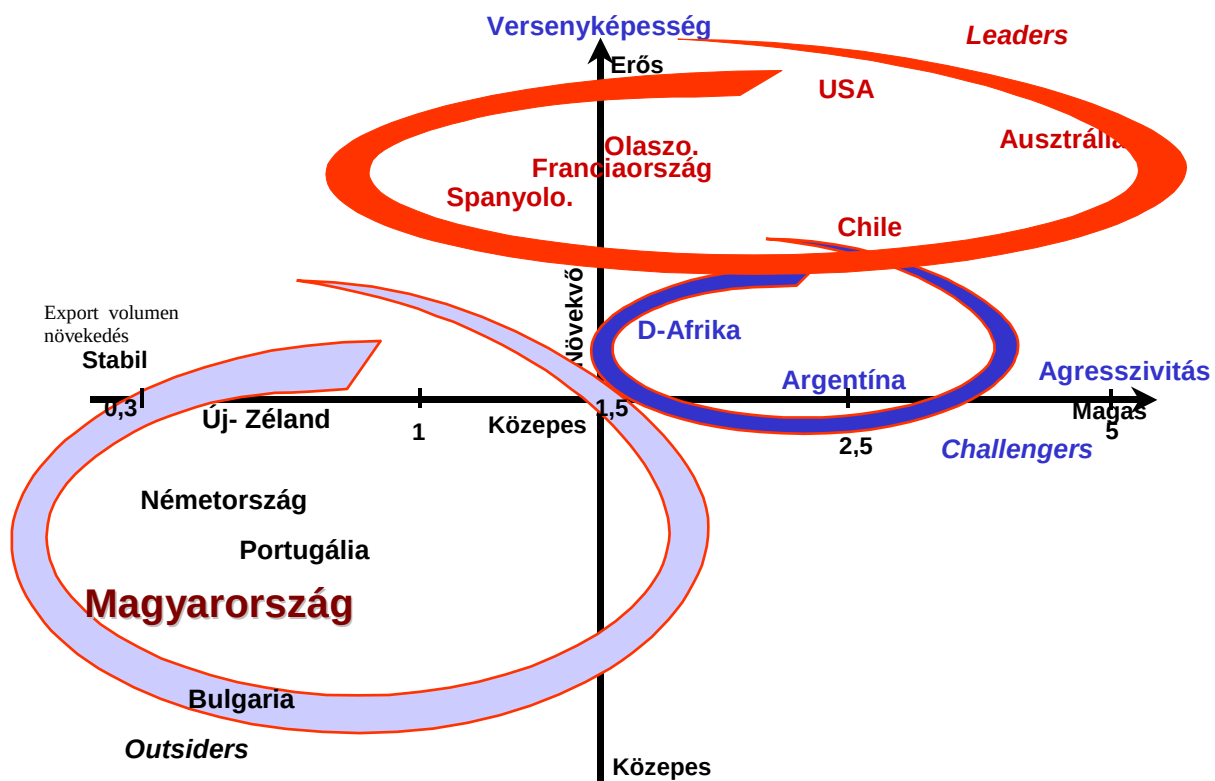
A világ borkereskedelme 1995 óta igen erőteljesen fejlődött, mind Európában és az Európán kívüli régiókban, valamint az EU és a harmadik országok között (M4/38. ábra). Ez alatt az időszak alatt a harmadik országokból származó import megkétszereződött: 5,4 millió hl-ről 12,4 millió hl-re nőtt. A másik irányba, tehát az EU-ból a harmadik országok felé irányuló borkivitel viszont csak 30%-kal nőtt, 11 millió hl-ről 13,3 millió hl-re. Jelenleg az EU borimportja megközelíti borexportjának mennyiségét. Ugyanakkor értékben az EU borexportja lényegesen az import fölött helyezkedik el, az export értéke 50%-kal haladja meg az importét. Így az európai borok átlagára is lényegesen meghaladja az importbotokét. Ennek következtében a piaci verseny a 2\$/liter körüli kategóriában a legintenzívebb, ahol Olaszország és Spanyolország viszonylag jól tartja magát, viszont ebben a szegmensben, pl. Franciaország nem igazán versenyképes, ugyanakkor a magasabb árszegmensekben kiválóan megállják a helyüket a francia borok. Magyarország ebben a nemzetközi versenyben inkább „outsider” pozíciót tölt be, a döntően 1\$/liter átlagáron pozícionált termékeivel pedig alapvetően azokkal kell versenyeznie, akik nagy mennyiségben és költséghatékonyan képesek asztali bort előállítani.



- (1) : 15 tagország közötti kereskedelem (közösségen belüli)
 (2) : Az EU-15 tagországok és a harmadik országok közötti kereskedelem
 (3) : A harmadik országok közötti kereskedelem

Forrás : Eurowines

M4/38. ábra : A világ borkülkereskedelmének alakulása (millió hl)



Forrás: ONIVINS, Ernst&Young, 2001

M4/39. ábra : A világ bortermelő országainak versenyképessége

5. MELLÉKLET

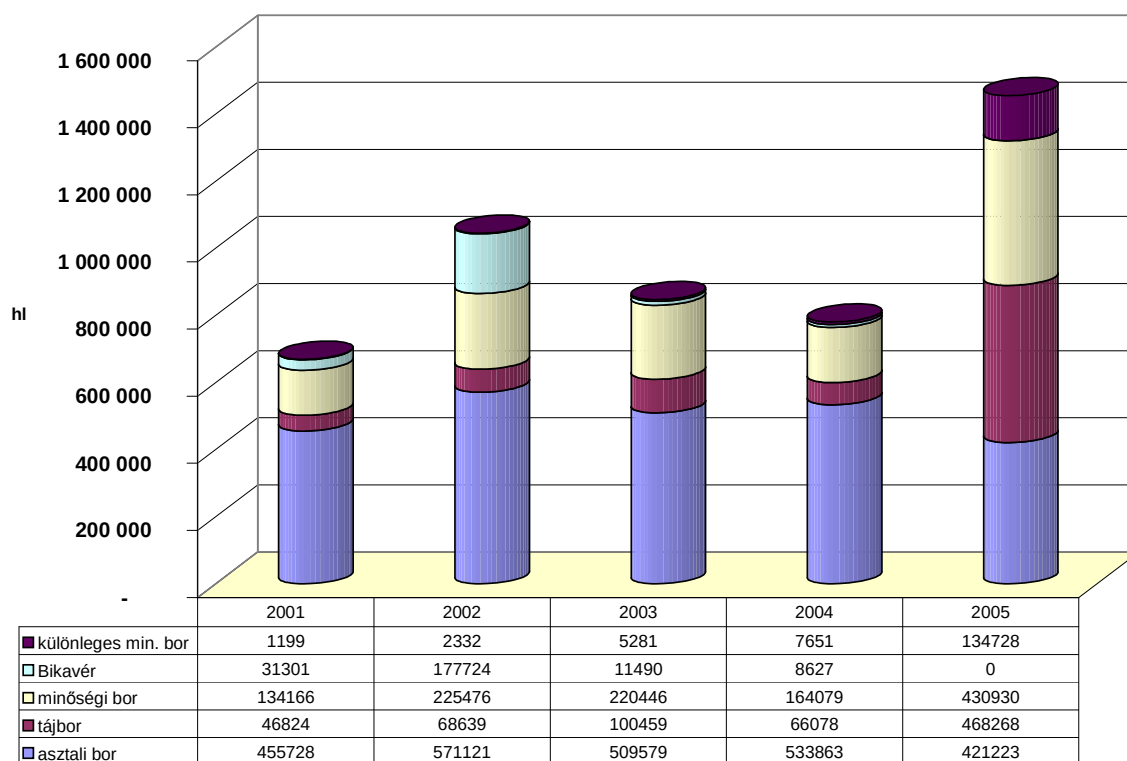
Kategória	Fehérbor				Vörösbor				Rosé				Összesen					
Év	2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Folyóbor																		
Asztali bor	354109	934261	726298	532667	89722	146663	106190	97852	18	0	322	221	443849	1089924	832810	630740	534086	529484
Tájbor	242504	263151	209237	279241	59928	69847	77984	59123	636	120	8	33	303068	333118	287229	338397	493771	500417
Minőségi bor	231775	491832	633665	519212	98121	182428	197827	213554	127	3107	1873	3618	330023	677367	833365	736384	999755	693411
<i>ebből bikavér</i>	5	0	0	0	5	45822	22051	18911	5	0	0	0	15	45822	22051	18911	8826	0
<i>különleges minőségi</i>	7090	23578	16807	13594	2153	4043	7147	3120	5	0	0	0	9248	27621	23954	16714	15810	23647
<i>szamorodni</i>	1392	4875	964	1763	0	0	0	0	0	0	0	0	1392	4875	964	1763	3429	0
<i>aszú</i>	3246	17160	2472	7547	0	0	0	0	0	0	0	0	3246	17160	2472	7547	1540	0
<i>máslás</i>	0	118	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	118	0	0	0	0
<i>fordítás</i>	444	364	127	188	0	0	0	0	0	0	0	0	444	364	127	188	188	0
Összesen	840565	1735339	1589570	1354212	249929	448803	411199	392560	791	3227	2203	3872	1091285	2196369	2002972	1750644	2057407	1746958
Palackos bor																		
Asztali bor	176202	366595	422999	379130	57411	88981	147464	122184	17	152	658	8265	233630	455728	571121	509579	533862	421223
Tájbor	41196	32749	25594	58623	24729	13990	42916	40058	1251	85	129	1778	67176	46824	68639	100459	66078	468268
Minőségi bor	62128	74707	120372	103211	28226	56731	97542	115328	2147	2728	7562	1907	92501	134166	225476	220446	164079	430930
<i>ebből bikavér</i>	6	0	0	0	1061	31301	177724	11490	6	0	0	0	1073	31301	177724	11490	8627	0
<i>különleges minőségi</i>	1260	887	965	5153	216	297	1367	128	6	15	0	0	1482	1199	2332	5281	7651	134728
<i>muzéális</i>	52	45	24	15	6	0	0	0	6	0	0	0	64	45	24	15	0	0
<i>szamorodni</i>	3367	752	830	3050	6	0	0	0	6	0	0	0	3379	752	830	3050	3884	0
<i>aszú</i>	2352	1348	1393	3056	6	0	0	0	0	0	0	0	2358	1348	1393	3056	2934	0
<i>máslás</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>fordítás</i>	0	0	29	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	29	10	23	0
Összesen	286563	477083	572206	552248	111661	191300	467013	289188	3439	2980	8349	11950	401663	671363	1047568	853386	787140	1455150

Kategória	Fehérbor				Vörösbor				Rosé				Összesen				
Egyéb termékek																	
Pezsgő	77	0	0	0	18	0	0	0	18	0	0	0	113	0	0	0	26,69
Habzóborok	2212	30	0	0	18	0	0	0	18	0	0	0	2248	30	0	0	5093,08
Tankpezsgő	48963	290	11737	4602	7	0	0	257	7	0	0	0	48977	290	11737	4859	0
Pezsgő (palackos erjesztés)	7181	49781	9270	5987	7	0	194	0	253	0	0	0	7441	49781	9464	5987	43242,51
Pezsgő (klasszikus)	7	0	0	0	7	0	0	0	7	0	0	0	21	0	0	0	0
Összesen	58440	50101	21007	10589	57	0	194	257	303	0	0	0	58800	50101	21201	10846	48362,28
Vermut (folyó)	58	248	6220	0	97	150	0	0	7	0	0	0	162	179	6220	0	
Vermut (palack)	8922	232	6881	6282	14577	12752	13302	12166	7	0	0	0	23506	19799	20183	18448	
Összesen	8980	480	13101	6282	14674	12902	13302	12166	14	0	0	0	23668	19978	26403	18448	
Brandy	7	3	0	106	7	0	0	0	7	0	0	0	21	3	0	106	
Boralapú ital	112	50	0	50	218	0	0	0	7	0	0	0	337	50	4	50	
Összesen	1194667	2263056	2195884	1923487	376546	653005	891708	694171	4561	6207	10552	15822	1575774	2937864	3098148	2633480	2 900 000
																	3 202 109

Forrás: HNT

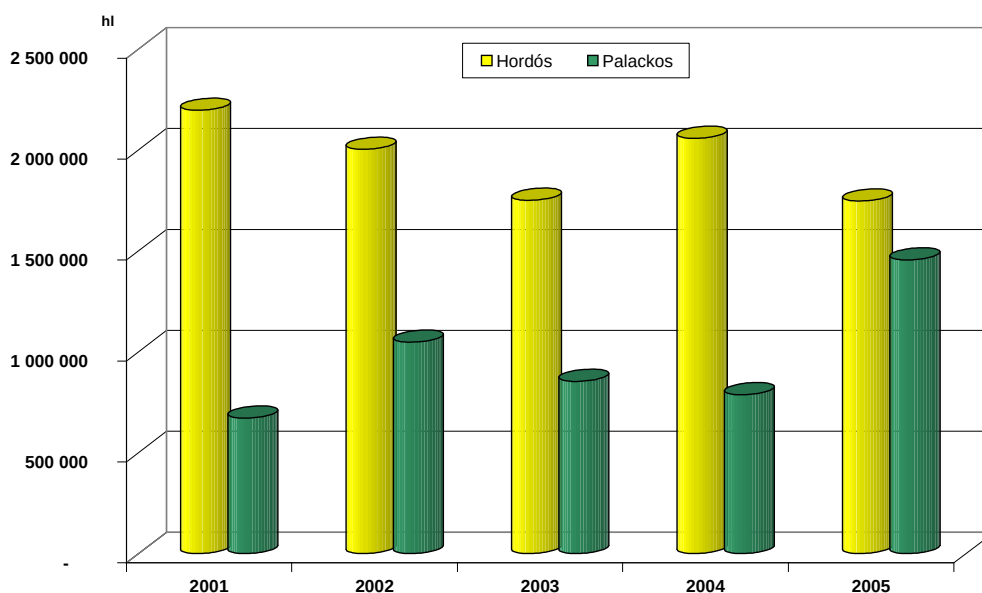
* becslés 8 havi eladás alapján

M5/1. táblázat: Boreladás a hazai piacon termékkategória, szín és kiszerezés szerint



Forrás: HNT

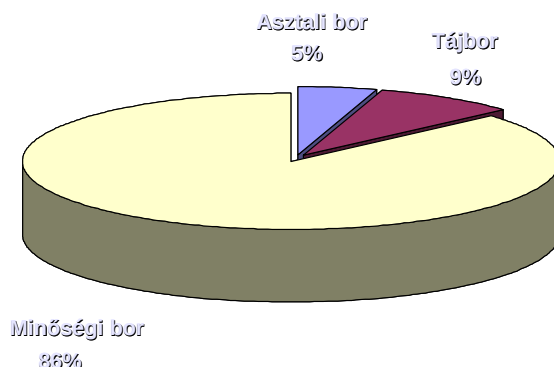
M5/1. ábra: A boreladás alakulása a hazai piacon minőségi kategóriánként (2001-2005 között)



Forrás: HNT

M5/2. ábra: A hordós és palackos kiszerelésű borok eladásának alakulása a hazai piacon (2001-2005 között)

1. A borválaszték minőség szerinti megoszlása



M5/3. ábra: A borválaszték megoszlása a minőségi kategóriák tekintetében (Forrás: Kuti Bt., HNT)

2. A borválaszték szín szerinti megoszlása

A nagyobb választékkal rendelkező üzletekben a fehérborok vannak túlsúlyban. Arányuk majdnem eléri az 50%-ot. A vörösborok részesedése nem sokkal marad el a fehérborokétól, a választék 45%-át a vörösborok teszik ki. Ez az arány üzletenként 35-45% között mozog.

A rosé borok 7%-kal részesednek a hiper- és szupermarketek kínálatából és úgy tűnik, hogy választékuk nő, valamint bővül a beszállítók köre. A siller borok csak marginális szerepet kapnak a választékban, ma gyakorlatilag csak egy referenciát találunk ebben a termékkategóriában, ami Villányból származik.

Ha összehasonlítjuk a mostani állapotot a korábbi évek élelmiszerkereskedelmi polcképével, akkor azt állapíthatjuk meg, 10-15 évvel ezelőtt a fehérborok domináltak a borkínálatban, 60-70%-os részesedéssel, ugyanakkor a vörös borok 30-40%-ot tettek ki a borválasztékból, rosét pedig csak elvétve lehetett látni. Ez a kép mára teljesen átalakult. Egyrészt a vörösbor fogyasztás divatja miatt megnőtt a kereslet a vörösbor iránt, valamint egyre népszerűbbek a rosé borok.

A boreladás tekintetében az AC Nielsen által közzétett adatok állnak rendelkezésre (AC Nielsen, 2007). A 2004-2006 időszakban a vörösbor és a fehérbor eladása a mennyiség tekintetében 48-48% körül alakul, a rosé borok 3-4 %-ot tesznek ki. Ugyanakkor értékben a vörösborok nagyobb, 52% körüli részesedéssel rendelkeznek, a fehérborok 43%, a rosék pedig 5%-kal részesednek az eladott mennyiségből.

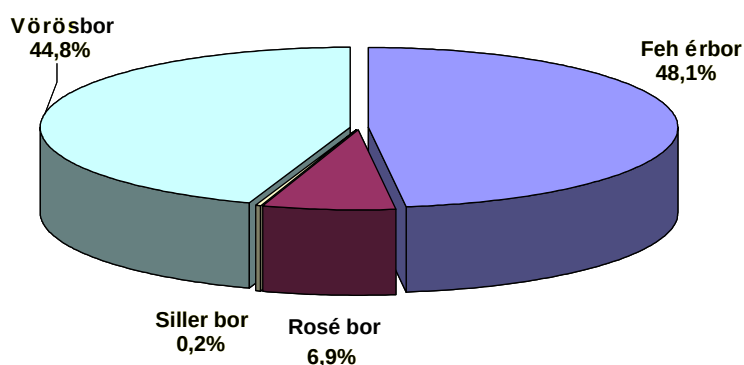
3. A borválaszték cukortartalom szerinti megoszlása

A száraz borok aránya domináns a hiper- és szupermarketek kínálatában, ugyanakkor nagy eltéréseket mutat üzletláncenként, arányuk 45-70% között mozog. Ez azonban nem jelenti azt, hogy az eladás is ugyanezt a tendenciát követi.

Viszonylag kicsi a félszáraz borok aránya, 5%-kal részesednek a hipermarketek kínálatából. A félédes borok aránya viszont ennél lényegesen magasabb, 21%. A félédes borok elsősorban a kisebb választékkal rendelkező üzletekben (pl. Penny, Plus) nagyobb arányban részesednek a kínálatból. Ebben az esetben a kínálat a félédes borok felé tolódik el, és domináns szerepet tölt be a választékban, mivel általában elmondható, hogy az ilyen típusú borok iránt jelentős kereslet mutatkozik.

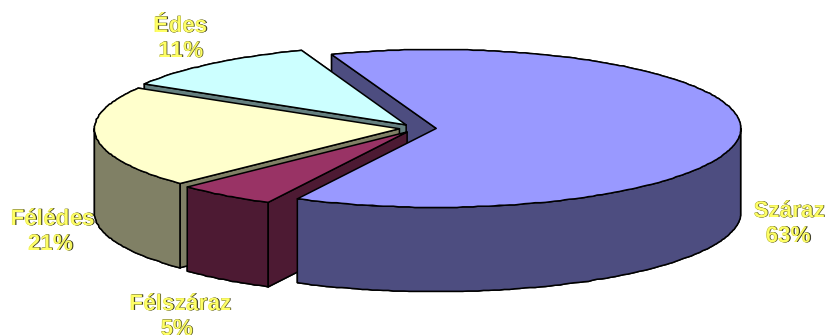
Az édes borok aránya átlagosan 11%, amit alapvetően a Tokaji borkülönlegességek határoznak meg. A tokaji borok kivételével főleg az illatos muskotály fajták esetében fordul elő édes bor, a vörösboroknál pedig néhány édes cuvée található a polcok kínálatában.

Ugyanakkor az eladás tekintetében az AC Nielsen adatai alapján, a mennyiséget illetően a félédes borok domináns szerephez jutnak: a vörös félédes borok 42-45% körül alakulnak a vörösborok kategóriájában, a félédes fehérborok 57-62%-kal részesednek a piacból (2004-2006 között) a fehérborok kategóriájában. Ugyanakkor az értékbeni részesedést tekintve a száraz vörösborok kerülnek az első helyre 52-56%-kal (növekvő tendenciát mutat), míg a vörös félédes borok csak 31-27%-kal részesednek a vörösborok eladásából (csökkenő tendenciát mutat).



Forrás: Kuti Bt., HNT

M5/4. ábra: A magyar hiper- és szupermarketek borkínálata szín szerint



Forrás: Kuti Bt., HNT

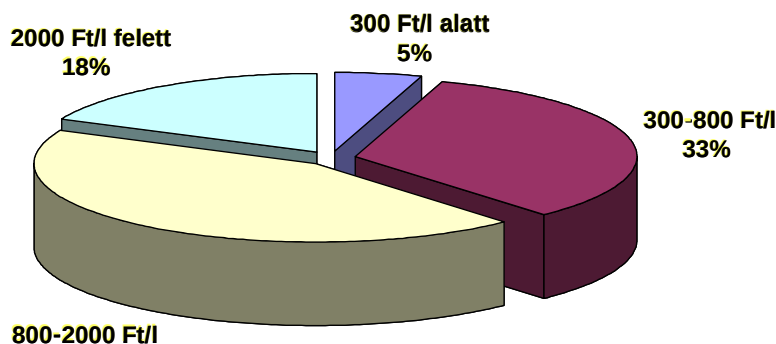
M5/5. ábra: A magyar hiper- és szupermarketek borválasztéka cukortartalom szerint

4. A borválaszték nagysága

A borválaszték nagysága igen változatos képet mutat. A legszélesebb és legszínesebb kínálattal a Cora rendelkezik, itt 713 referenciát találtunk a polcokon. A legszűkebb választék a Pennyt jellemzi, 31 tétellel.

A legszakszerűbb és legigényesebb áruehelyezés is a Cora esetében tapasztalható. Borvidékenkénti csoportosításban történik a borok kihelyezése. Hasonló csoportosítást alkalmaz a Tesco és az Interspar. Ez a konkrét vásárlási szándékkal érkező vásárlók dolgát könnyíti meg.

Az Auchan szintén széles borválasztékot tart üzleteiben, külön jeleníti meg a fehér, rosé és vörösborokat, ezen belül pedig fajtacsoportosítást alkalmaz az árukihelyezés során. Ennek szintén megvannak az előnyei, ha a vásárló konkrét fajtát keres. Ugyanakkor a laikus vásárló számára zavaró lehet, ha például Kékfrankos fajtát szinte egymás mellett lehet megtalálni 259 Ft-os és 2299 Ft-os áron. Azt is meg kell állapítanunk, hogy több üzlet esetében nem fedezhető fel tudatos árue rendezés.



M5/6. ábra: A hiper- és szupermarketek borválasztéka árkategória szerint, (Forrás: Kuti Bt., HNT)

5. A beszállítók

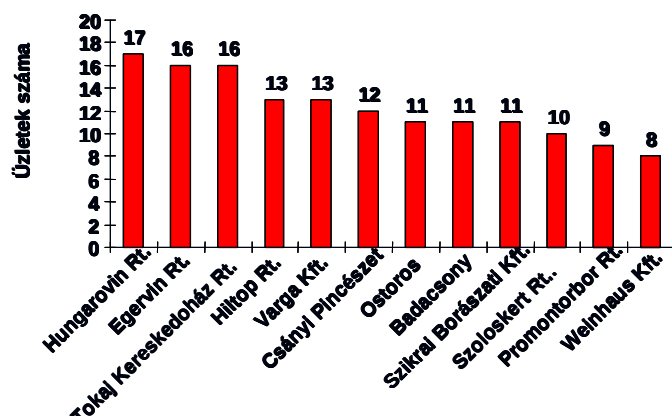
A beszállítók száma nagyon magas: 238 beszállítót találunk a hiper- és szupermarketek partnerei között, ami igen jónak értékelhető. A beszállítók jelenléte viszonylag nagy eltérést mutat. A Hungarovin (azóta Törley) Rt. és a BB Rt. minden vizsgált kereskedelmi egység részére szállít, viszont a szállított tételek száma igen széles tartományban mozog: van, ahol csak egy termék referenciával van jelen az üzletek polcain (Penny), máshová viszont 19 különböző tételt szállít (Interfruct). A Henkell&Söhlein csoporthoz tartozó beszállítók összesen átlagban 18 termékkel jelennek meg a hiper- és szupermarketek polcain.

A második legjelentősebb beszállító az Egervin Rt., szinte minden üzletláncban megtalálható (kivétel a Pennyben). 12 termék szerepel az üzletek polcain, ami nagyon jó mutatónak számít. Kiemelkedően erős a jelenléte a Tesco és Coop hálózatban. Hasonló arányban részesedik a kínálatból a Tokaj Kereskedőház is.

Ki kell emelni a Hilltop-Neszmély Rt. és a Varga Kft. jelenlétét, amelyek a 17 elemzett kereskedelmi egységből 13-ban vannak jelen, és igen széles kínálatot testesítenek meg, átlagosan 9-10 referenciával szerepelnek az üzletek polcain.

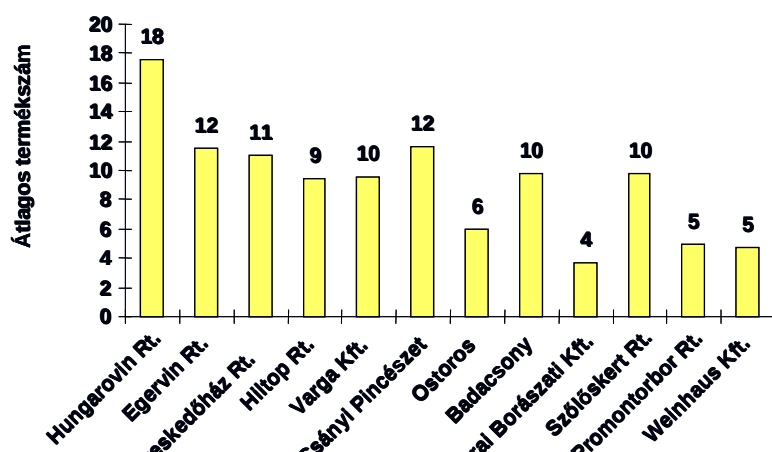
Igen jelentős a Csányi Pince részesedése a hiper- és szupermarketek kínálatából. 12 vizsgált üzletláncnak szállít bort. Széles választékkal jelenik meg a polcokon, átlagosan 11-12 referenciát találunk. Különösen nagy választékkal találkozhatunk a Reál Szilvásiban 23 referenciával, a Coránál 17 tétellel, a Tescóban és az Auchanban 16-16 tétellel van jelen a polcokon.

Az Alföldről, a Kunsági Borvidékről (a borvidék méretéhez és a bortermelésben 30%-os részesedéséhez képest) meglepően alacsony a jelenlét. Az alacsony árakkal megjelenő termelők kínálata viszonylag szűk a multinacionális cégek polcain.

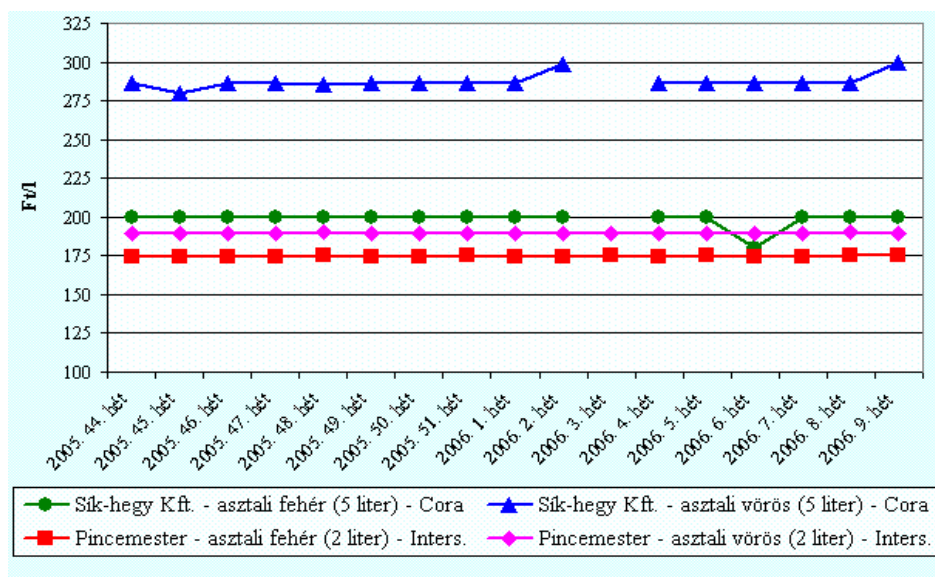


M5/7. ábra: A beszállítók jelenléte a hiper- és szupermarketekben (Forrás: Kuti Bt., HNT)

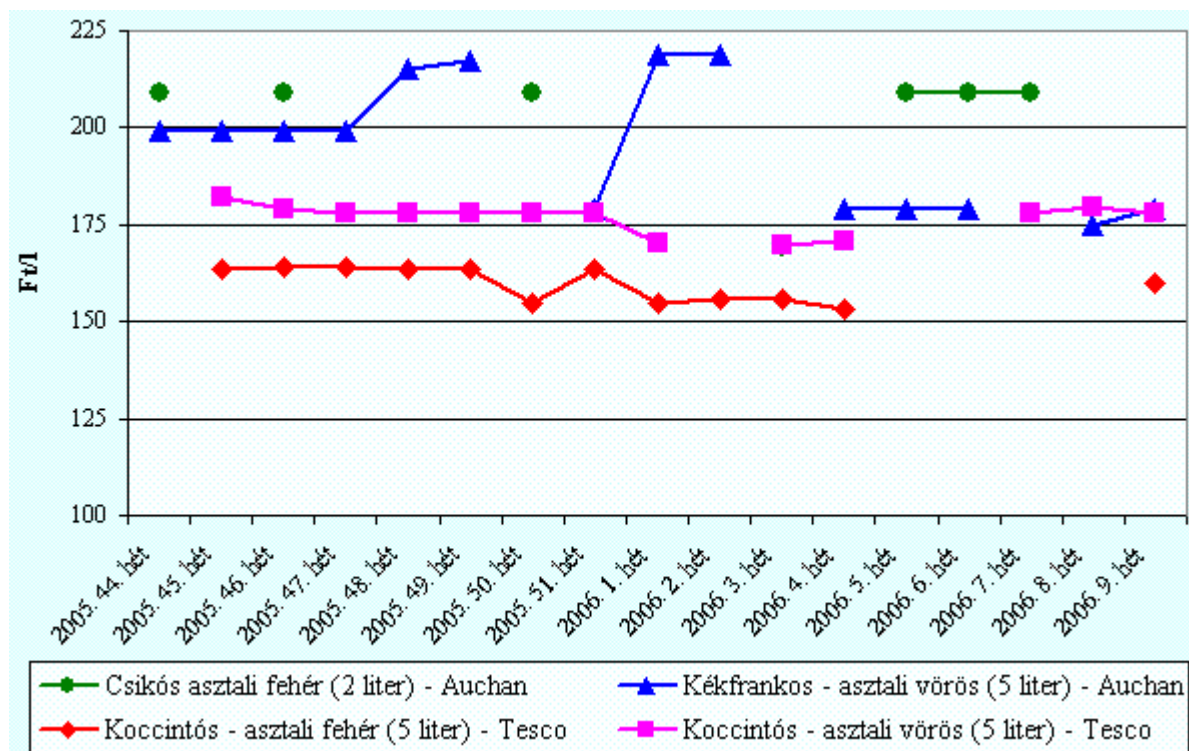
A borválasztékot elemezve megállapítható, hogy a hiper- és szupermarketek borkínálata elég nagy, a beszállítói kör igen széles, emiatt a kínálat is színessé válik. A bor árak viszont viszonylag alacsonyak. A minőség és az ár aránya nehezen megállapítható egy-egy fajta vagy terméktípus esetében az igen alacsony ártól kezdve a magas árkategóriáig mindenféle terméket találunk.



M5/8. ábra: A beszállítók termékeinek jelenléte az üzletek polcain, *Forrás: Kuti Bt., HNT*

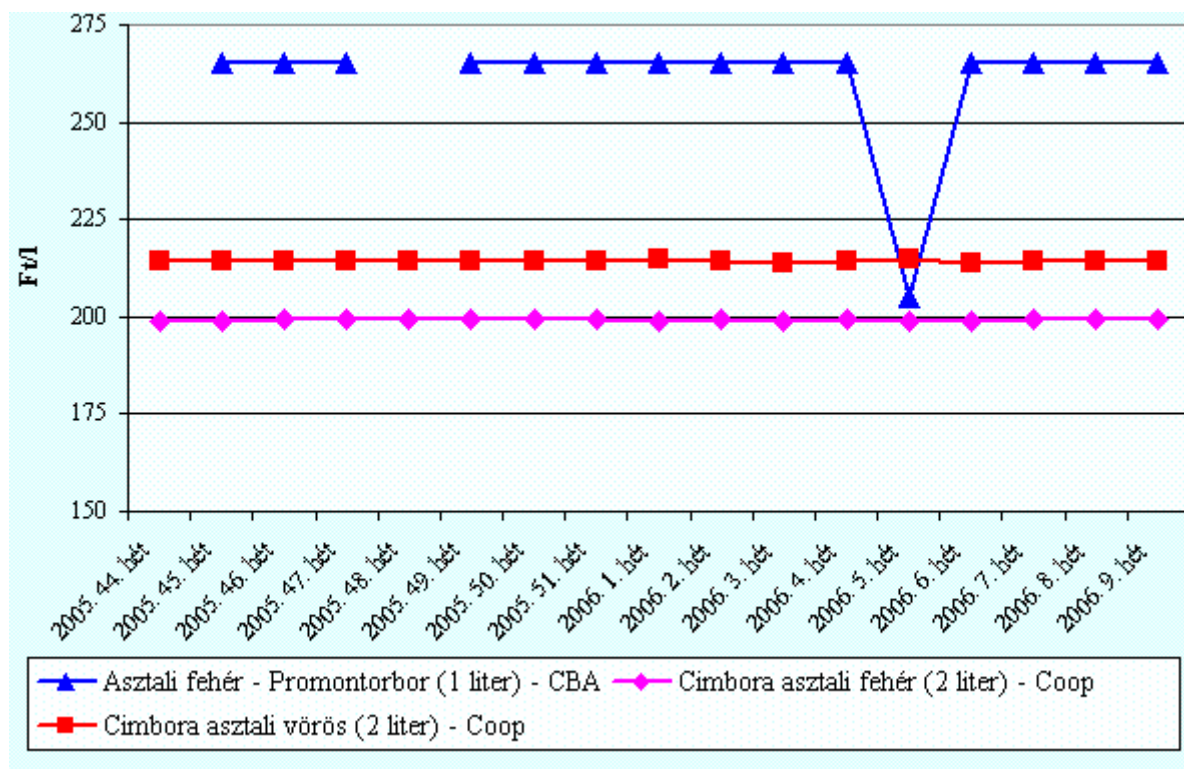


M5/9. ábra: Néhány asztali bor eladási árának alakulása a magyar hiper és szupermarketekben (Cora, Interspar), *Forrás: AKII, 2006*



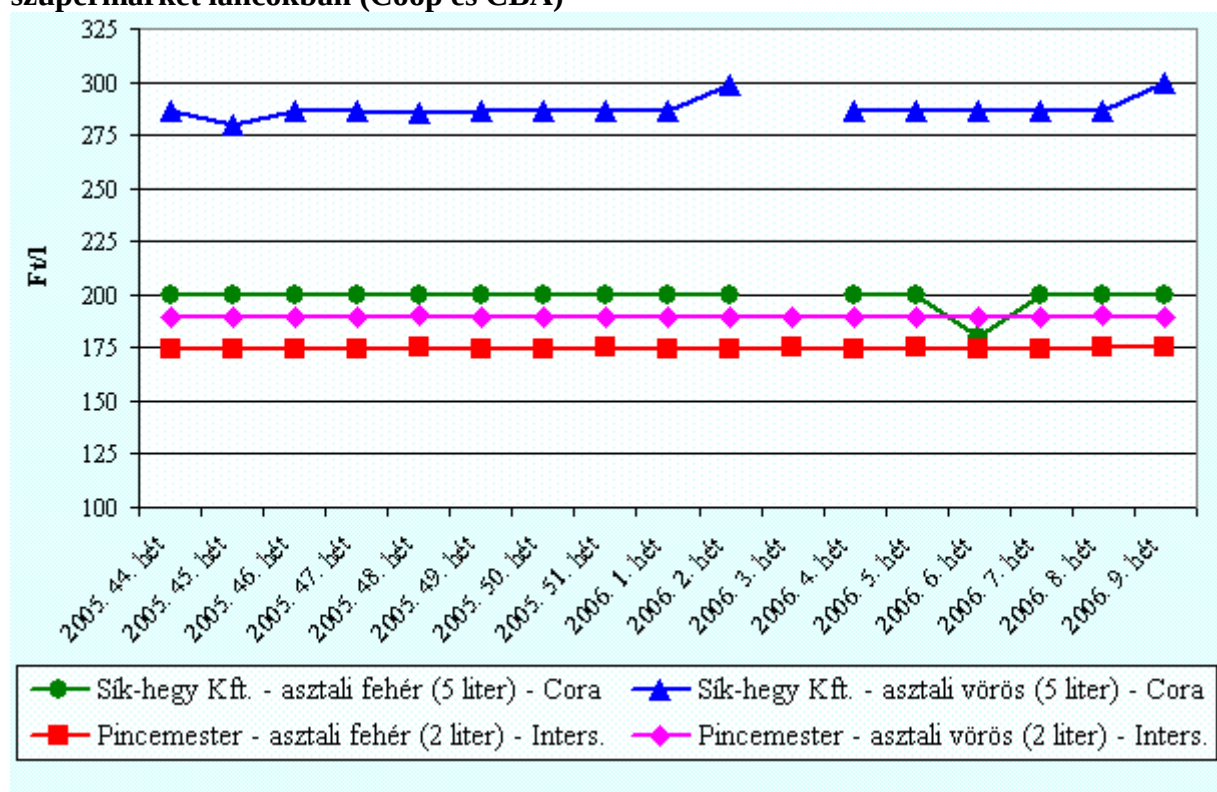
Forrás: AKII, 2006 (www.akii.hu)

M5/10. ábra: Néhány asztali bor fogyasztói árának alakulása a hazai hiper- és szupermarket láncokban (Tesco és Auchan)



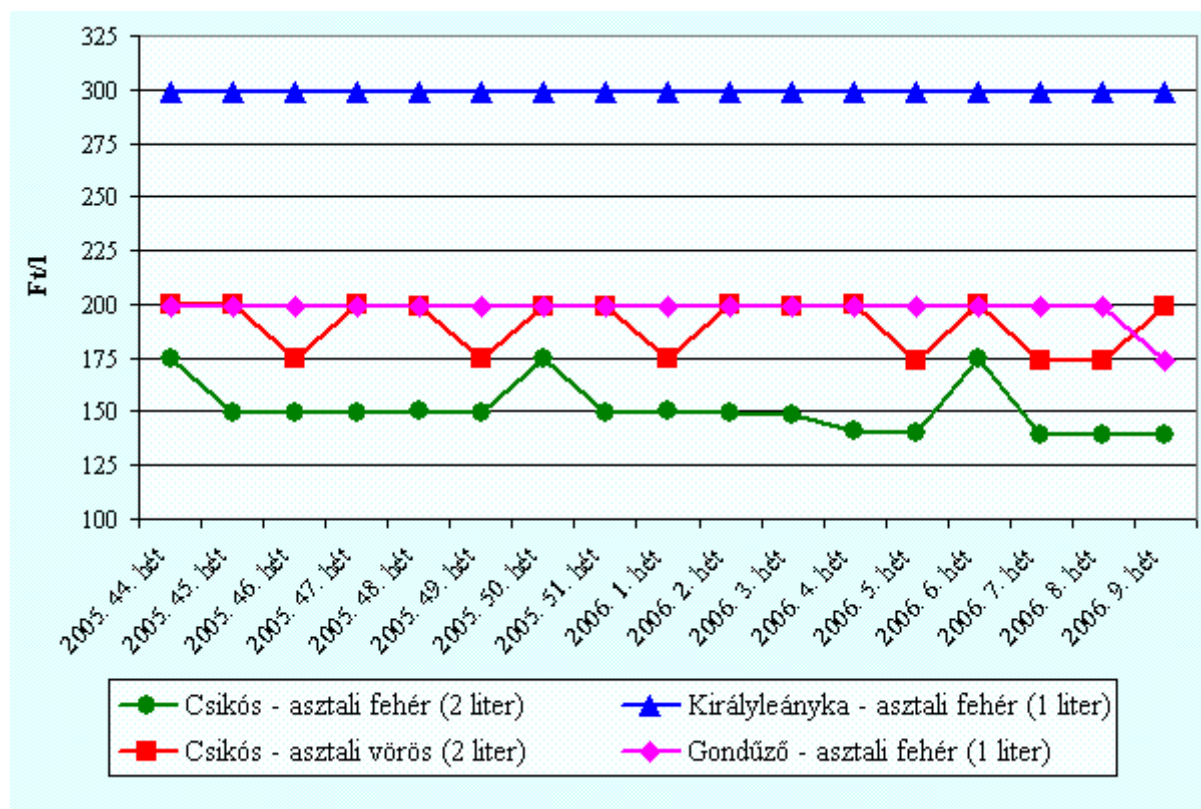
Forrás: AKII, 2006 (www.akii.hu)

M5/11. ábra: Néhány asztali bor fogyasztói árának alakulása a hazai hiper- és supermarket láncokban (Coop és CBA)



Forrás: AKII, 2006 (www.akii.hu)

M5/12. ábra: Néhány asztali bor fogyasztói árának alakulása a hazai hiper- és supermarket láncokban (Cora és Interspar)

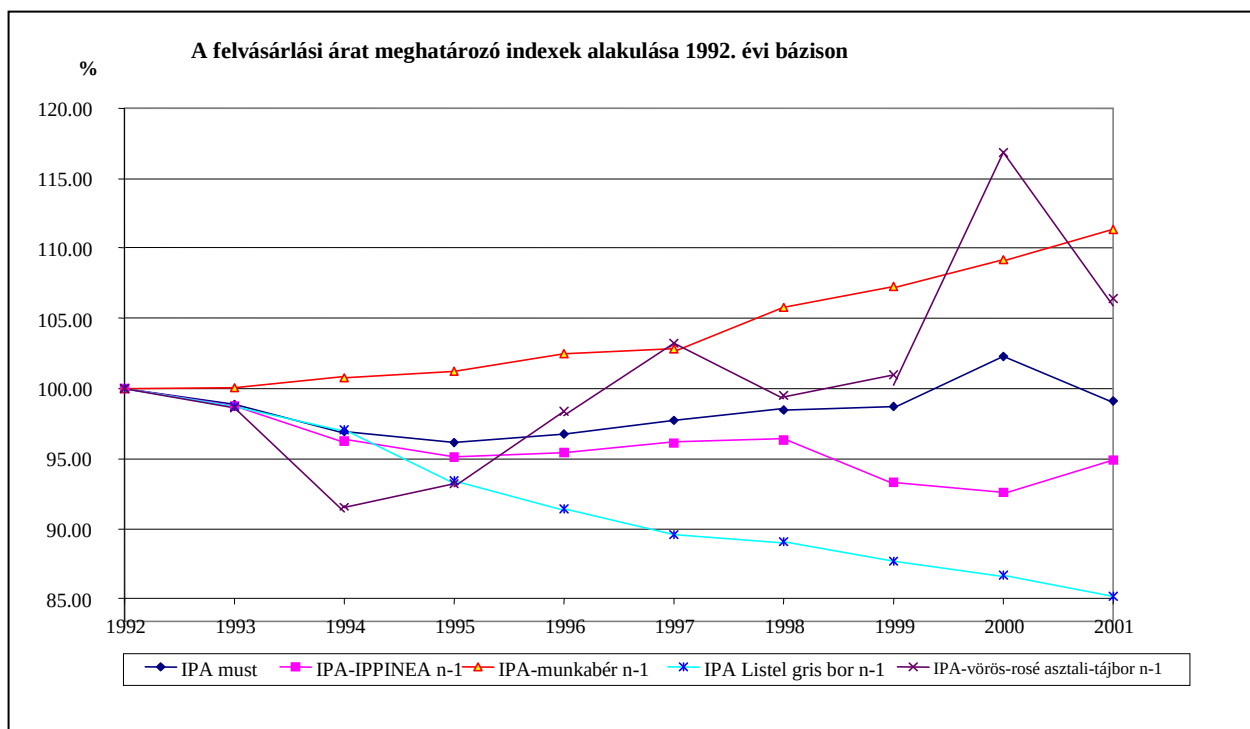


Forrás: AKII, 2006 (www.akii.hu)

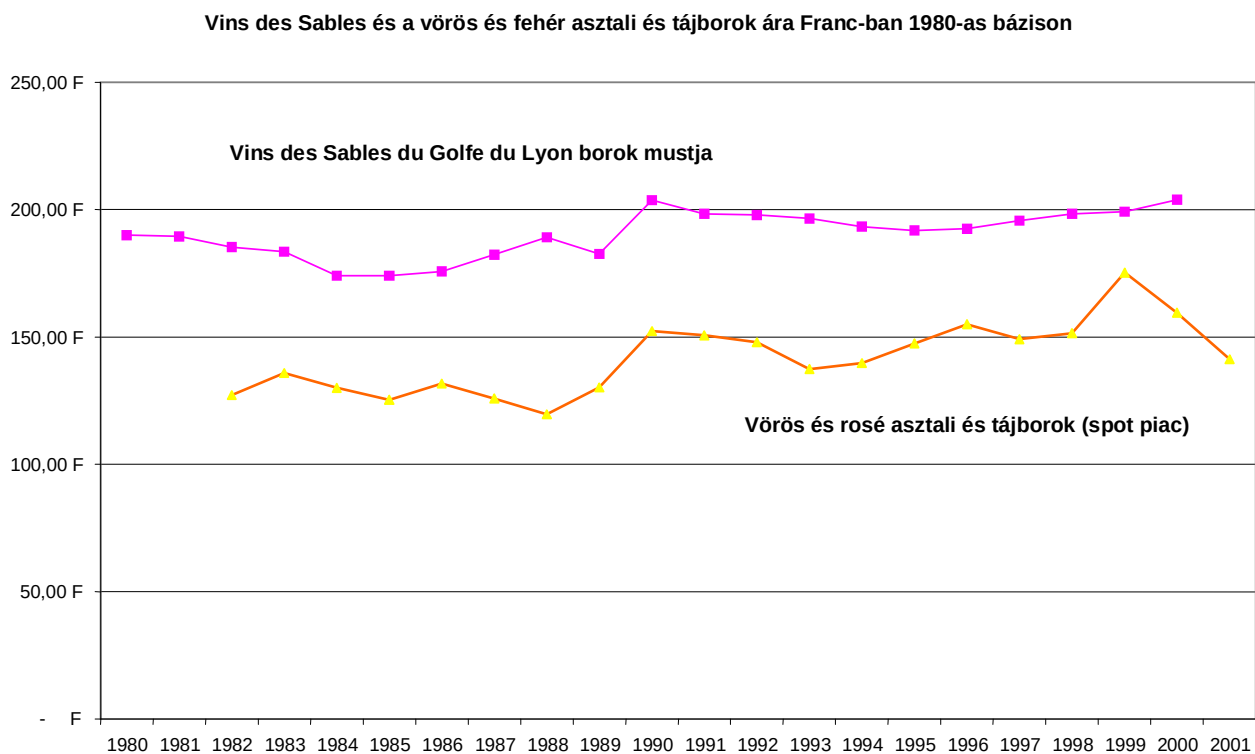
M5/13. ábra: Néhány asztali bor fogyasztói árának alakulása a hazai hiper- és supermarket láncokban (Match)

6. MELLÉKLET

A HOSSZÚ TÁVÚ SZERZŐDÉSEK ÉRTÉKELÉSE



M6/1. ábra A VPSGL borok felvásárlási árát meghatározó tényezők alakulása 1992 évi bázison



M6/2. ábra A VPSGL borok készítésére alkalmas must felvásárlási árának alakulása, valamint a vörös és rosé asztali és tájborok árának (F/hl) alakulása Franciaországban (spot piaci árak) 1980-as bázison

M6/1. táblázat: a vertikális kapcsolatok jellemzői a szőlőtermelők és a felvásárló/bortermelő cégek között a magyar borágazatban

Kapcsolat a szőlőtermelés és a felvásárló/bortermelők között							
	Etyek, BB, Tokaj, Szekszárd, Villány, Sopron, Eger, B-füred Region	Mátrai Borvidék			Egri Borvidék		Balatonfüred- Csopaki Borvidék
Jellemzők	Henkell&Söchlein (HUNGAROVIN-Törley és BB Rt.)	Szőlőskert Rt. - Nagyréde	Danubiana Bt.	Agro-Vital Kft.	EGERVIN Rt.	GIA Kft.	FEIND Borház
A vertikális kapcsolat típusa	Teljes integráció (70%) – a szőlőtermesztés kiszervezése; valamint felvásárlás a spot piacról (30%)	Szerződéses	Szerződéses és integráció	Szóbeli/írásbeli megállapodás és integráció	Szerződéses	Szóbeli megállapodás és integráció	Integráció
Kontrolált szőlőterület	3600 ha (960 ha Etyek, 56 ha Tokaj + 2500 ha BB + egyéb)	1000 ha	283 ha	30 ha	600 ha	90 ha (amiből 50 ha saját tulajdon)	110 ha
Föld- és szőlőültetvény tulajdon típusa	- Állami földtulajdon - Hosszú távú földbérleti szerződés - A szőlőültetvény tulajdonosa: HUNGAROVIN-Törley	- Természetes személyek magántulajdona - A szőlőtermesztő saját tulajdona, vagy bérli az ültetvényt	1.) Állami tulajdon – földbérleti szerződés – szőlőültetvény a borászat tulajdona 2.) Természetes személyek magántulajdona: – szőlőtermesztő saját tulajdona, vagy bérli az ültetvényt	- a cég tulajdonosainak magántulajdona - a szőlőtermesztő saját tulajdona, vagy bérli az ültetvényt	- Természetes személyek magántulajdona - A szőlőtermesztő saját tulajdona, vagy bérli az ültetvényt	- Természetes személyek magántulajdona - A szőlőtermesztő saját tulajdona, vagy bérli az ültetvényt	a cég tulajdonosainak magántulajdona

Jellemzők	H&S	Szőlőskert Rt. - Nagyréde	Danubiana Bt.	Agro-Vital Kft.	EGERVIN Rt.	GIA Kft.	FEIND Borház
Szerződés tárgya	- A szőlőtermesztés kiszervezése (szőlőtermeltetési szerződés) - Friss szőlő és/vagy folyóbor felvásárlás	Alapanyag beszállítás, valamint agro-technikai és növényvédelmi szolgáltatás	Alapanyag beszállítás	Alapanyag beszállítás	Alapanyag beszállítás, valamint agro-technikai és növényvédelmi szolgáltatás	Alapanyag beszállítás	
Szerződés típusa	Éves szerződés a friss szőlő vagy a folyóbor felvásárlására a saját termelés kiegészítése érdekében (30%)	Középtávú együttműködési nyilatkozat + éves szerződés a szőlőfelvásárlásra	Éves szerződés a friss szőlő felvásárlására	Éves szerződés a friss szőlő felvásárlására	Középtávú együttműködési nyilatkozat + éves szerződés a szőlőfelvásárlásra	Szóbeli megállapodás	
Termék	Friss szőlő és folyóbor	Friss szőlő	Friss szőlő és folyóbor	Friss szőlő	Friss szőlő	Friss szőlő	
Mennyiség	A szerződésben meghatározott	A szerződésben meghatározott	A szerződésben meghatározott	A szerződésben meghatározott	A szerződésben meghatározott	Szóbeli megegyezés alapján	
Minőség	- egészségi állapot - tisztaság - cukor tartalom - terméshozam - fajta	- egészségi állapot - tisztaság - cukor tartalom - terméshozam - fajta - késői szüret esetén a parcella	- egészségi állapot - tisztaság - cukor tartalom - terméshozam - fajta	- egészségi állapot - tisztaság - cukor tartalom - terméshozam - fajta	- egészségi állapot - tisztaság - cukor tartalom - terméshozam - fajta - eredet (hegyközség)	- egészségi állapot - tisztaság - cukor tartalom - terméshozam - fajta - terméskorlátozások - parcella (dülő)	
Minőség-ellenőrzés	- a borászat által végzett parcella ellenőrzés - agro-technikai és növényvédelmi munkákat a borászat végzi	- a borászat által végzett parcella ellenőrzés - agro-technikai és növényvédelmi munkákat a borászat végzi	- a borászat által végzett parcella ellenőrzés - agro-technikai és növényvédelmi munkákat a borászat végzi	a borászat által végzett parcella ellenőrzés	- a borászat által végzett parcella ellenőrzés - agro-technikai és növényvédelmi munkákat a borászat végzi	a borászat által végzett parcella ellenőrzés	parcella ellenőrzés, agro-technikai és növényvédelmi munkákat a cég végzi

Characteristics	H&S	Szőlőskert Rt. - Nagyréde	Danubiana Bt.	Agro-Vital Kft.	EGERVIN Rt.	GIA Kft.	FEIND Borház
Felvásárlási ármeghatározás	minden borpiaci évben a szüret előtt határozzák meg a fajta és a minőség alapján	- minden borpiaci évben a szüret előtt határozzák meg a fajta és a minőség alapján - Garantált ár alkalmazása (az előző borpiaci év árainak garantálása) - Prémium a késői szüretelésű szőlőnél	minden borpiaci évben a szüret előtt határozzák meg a fajta és a minőség alapján	minden borpiaci évben a szüret előtt határozzák meg a fajta és a minőség alapján	minden borpiaci évben a szüret előtt határozzák meg a fajta és a minőség alapján	- minden borpiaci évben a szüret előtt határozzák meg a fajta és a minőség alapján - magasabb (+30%) mint a borvidéki átlagár - Prémium (40-50 Ft/kg) a folyamatosan szállítóknak	
Időtartam	egyéves	3 éves + egyéves	egyéves	egyéves	3-5 éves + egyéves	Nem meghatározott (egyéves)	
Meghosszabbítás	A borászat ajánlata alapján	A partnerek (beszállítók) akarata és a borászat ajánlata alapján	A partnerek (beszállítók) akarata és a borászat ajánlata alapján	A partnerek (beszállítók) akarata és a borászat ajánlata alapján	A partnerek (beszállítók) akarata és a borászat ajánlata alapján	A partnerek (beszállítók) akarata alapján	
Garanciarendszer	-	- Szankció a kötelezettség be nem tartása esetén (a teljes érték 20%-nak megfizetése) - sanction of payment in default	-	-	-	-	
Választott bíróság	-	without accord amiable, submitted to Commercial Tribunal	-	-	-	-	
Koordináció mértéke	++++ teljes integráció és (-) spot piac	+++ kvázi-integráció	++(++) koordináció és integráció	++(++) koordináció és integráció	+++ kvázi-integráció	++(++) koordináció és integráció	++++ teljes integráció

M6/2. táblázat: A szőlőfelvásárlási árak alakulása néhány borvidékünkön (forrás: hegyközségek)

	2003 (Ft/kg)*	2004 (Ft/kg)*		2005 (Ft/kg)*	
<u>Kunsági borvidék</u>					
<i>Kék szőlőfajták</i>					
*Kadarka	50-76	36-45		30-50	
*Kékfrankos	70-80	44-50		35-47	
*Cabernet franc	76-80	38-52		35-54	
*Merlot	76-80	38-52		35-54	
*Zweigelt	55-80	44-50		37-46	
<i>Fehér szőlőfajták</i>					
*Irsai Olivér	46-60	33-39		34-50	
*Ezerjő	46-50	20-36		27-40	
*Arany sárfehér	46-60	30-36		31-40	
*Zalagyöngye	48-50	30-36		30-40	
<u>Tokaji borvidék</u>					
*Zengő, Zenit	55-60	30-35		35-40	
*Furmint, Hárslevelű				<15 MM°	30-35
15-19 (MM°)	55-75	15-17 MM°	25-40	15-19 MM°	40-55
19-21 MM°	75-85	17-21 MM°	40-60	19-21 MM°	55-73
21 MM≤	85-110	21 MM≤	60-110	21 MM≤	73-110
*Sárga muskotály	75-80	60-80		50-55	
Aszúszem:					
1. kategória	1300	1200		1000-1600	
2. kategória	1100	1000		800-1300	
3. kategória	-	600		800	
<u>Villányi borvidék</u>					
<i>Kék szőlőfajták</i>					
*Kékfrankos	140	140		140	
*Cabernet franc et sauvignon	180	170		160-200	
*Merlot	180	170		150-160	
*Kékoportó	130	120		120-150	
<i>Fehér szőlőfajták</i>					
*Olaszrizling	80	60		50-80	
*Rajnai rizling	70	50		50-80	

Forrás: Hegyközségek Nemzeti Tanácsa

M6/3. táblázat: az elemzésre kerülő borászatok sorrendje árbevételük alapján

Sorrend	Borászati vállalkozás	Mélyinterjú
1.	Törley Kft.	
2.	Szőlőskert Rt.	
3.	Hungarovin Rt.	
4.	Egervin Rt.	
5.	Varga Pincészet Kft.	
6.	Tokaj Kereskedőház Rt.	
7.	Walton Pezsgőgyár Rt.	
8.	Hilltop Neszmély Rt.	
9.	Szikrai Borászati Kft.	
10.	Kiskun-Vin Kft.	
11.	Badacsonyvin Kft.	
12.	Balatonboglári Borgazdasági Rt.	
13.	Grape-Vine Kft.	
14.	Kiss és Társai Kft.	
15.	Csányi Pincészet Rt.	
16.	Domro Kft.	
17.	Boranal Kft.	
18.	Weinhaus Kft.	
19.	Ostoros-Novaj Bor Rt.	
20.	Ungor és Ungor Borház Kft.	
21.	Bognárvin Borászati Kft.	
22.	Kecel-Borker Kft.	
23.	KUTE Kft.	
24.	Eszes Befektető Kft.	
25.	Első Magyar Borház Kft.	
26.	Vinum 93 Kft.	
27.	Disznókő Rt.	
28.	En Gros Kft.	
29.	Tokaj Coop Rt.	
30.	Vylyan Rt.	
31.	Weinkeller Kft.	
32.	V. Interconsult Kft.	
33.	Európai Bortermelők Kft.	
34.	Öregbaglas Kft.	
35.	Gilian Kft.	
36.	Királyudvar Kft.	
37.	Vinex Borászati Kft.	
38.	Zánka és környéke Pincészövetkezet	
39.	Cézár Kft	
	Danubiana*	
	Helvécia*	
	GIA Kft**	
	Agro-Vitál Bt.**	
	Feind Borház**	
	Szigetvin Kft.	

Forrás: AMADEUS, 2005 (www.bvdep.com)

*-gal jelölt borászatoknál az árbevételre vonatkozó adat 2003-ban nem állt rendelkezésre

** -gal jelölt borászatok csak a mélyinterjúban szerepeltek, az AMADEUS adatbázisban nem

M6/4. táblázat: A hazai borászatok pénzügyi mutatói (1996-2003)

Magyar borászatok								
	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996
Átlagos árbevétel (1000 HUF)	2 289 060	1 312 253	2 011 388	1 391 929	1 200 486	1 133 361	1 727 540	1 033 896
1 000 €	9 156	5 249	8 046	5 568	4 802	4 533	6 910	4 136
Átlagos export árbevétel (1000 HUF)	147 078*	652 697	489 072	617 289	653 933	n.d.	n.d.	n.d.
1 000 €	588	2 611	1 956	2 469	2 616	n.d.	n.d.	n.d.
<i>Export/Árbevétel (%)</i>	1,13	30,02	17,80	28,02	32,78	n.d.	n.d.	n.d.
Átlagos hozzáadott érték (1000 HUF)	534 321	438 999	188 608*	382 437	395 433	239 242	501 555	n.d.
1 000 €	2 137	1 756	754	1 530	1 582	957	2 006	n.d.
<i>Hozzáadott érték/Árbevétel (%)</i>	23,34	33,45	9,38	27,48	32,94	21,11	29,03	n.d.
Eszközök összesen - átlag (1000 HUF)	2 782 565	2 288 137	2 430 292	1 617 258	1 362 729	1 432 303	1 283 243	3 468 958
1 000 €	11 130	9 153	9 721	6 469	5 451	5 729	5 133	13 876
<i>Eszközök összesen/Árbevétel (%)</i>	121,56	174,37	120,83	116,19	113,51	126,38	74,28	335,52
Adózás előtti átlagos nyereség (1000 HUF)	30 347	47 239	84 150	61 670	63 372	142 248	153 294	38 998
1 000 €	121	189	337	247	253	569	613	156
<i>Nyereséghányad: Adózás előtti nyereség/Árbevétel (%)</i>	1,33	3,60	4,18	4,43	5,28	12,55	8,87	3,77
P/L (1000 HUF)	20 301	38 624	70 852	51 726	53 630	55 141	60 548	26 248
1 000 €	81	154	283	207	215	221	242	105
<i>Árbevétel arányos nyereség (%)</i>	0,89	2,94	3,52	3,72	4,47	4,87	3,50	2,54
<i>Bef. tőke hozama</i>	1,19	3,15	5,50	5,78	7,18	6,79	7,64	2,40
Átlagos tulajdonosi tőke (1000 HUF)	1 708 232	1 226 776	1 287 515	894 893	747 144	811 531	792 031	1 093 363
1 000 €	6 833	4 907	5 150	3 580	2 989	3 246	3 168	4 373
<i>Saját tőke hányad (%)</i>	61,39	53,61	52,98	55,33	54,83	56,66	61,72	31,52
Forgótőke (1000 HUF)	1 714 156	946 797	1 256 471	682 227	599 243	727 738	738 781	2 092 797
1 000 €	6 857	3 787	5 026	2 729	2 397	2 911	2 955	8 371
<i>Forgótőke/Árbevétel (%)</i>	74,88	72,15	62,47	49,01	49,92	64,21	42,76	202,42
<i>Forgótőke/Eszközök összesen (%)</i>	61,60	41,38	51,70	42,18	43,97	50,81	57,57	60,33
Alaptőke (1000 HUF)	954 009	738 104	957 262	586 986	443 897	456 908	459 997	820 537
1 000 €	3 816	2 952	3 829	2 348	1 776	1 828	1 840	3 282
	41,68	56,25	47,59	42,17	36,98	40,31	26,63	79,36
	34,29	32,26	39,39	36,30	32,57	31,90	35,85	23,65

Magyar borászatok								
	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996
Hosszú lejáratú kötelezettségek (1000 HUF)	126 423	96 366	152 514	130 159	105 613	156 118	56 747	1 605 205
1 000 €	506	385	610	521	422	624	227	6 421
Idegen tőke aránya	7,40	7,86	11,85	14,54	14,14	19,24	7,16	146,81
	4,54	4,21	6,28	8,05	7,75	10,90	4,42	46,27
Rövid lejáratú kötelezettségek (1000 HUF)	927 391	976 652	1 069 271	538 790	507 835	462 581	98 194	674 091
1 000 €	3 710	3 907	4 277	2 155	2 031	1 850	393	2 696
	54,29	79,61	83,05	60,21	67,97	57,00	12,40	61,65

Forrás: AMADEUS

*kevés adat állt rendelkezésre

M6/5. táblázat: A francia borászatok pénzügyi mutatói 1999 és 2000-ben valamint a magyar és a francia borászatok mutatóinak összehasonlítása 1999 és 2000-re vonatkozóan (d%)

	Francia pinceszövetkezetek						Francia borfelvásárlók/kereskedők			
	2001	d%*	2000	d%*	1999	d%*	2000	d%*	1999	d%*
Átlagos árbevétel (1000 €)	10 302	22	10 078	45	10 303	53	20 181	72	19 389	75
Átlagos export árbevétel 1000 €	3 078	36	2 670	8	3 423	24	6 763	63	6 662	61
Export/Árbevétel (%)	12,9	- 38	12,5	- 124	11,3	- 190	33,5	16	34,3	4
Átlagos hozzáadott érték 1000 €	1 496	50	1 403	9	1 441	10	3 239	53	3 034	48
Hozzáadott érték/Árbevétel (%)	14,2	34	13,8	- 99	13,8	- 139	21,2	- 30	20,1	- 64
Eszközök összesen - átlag 1000 €	13 036	25	12 626	49	11 996	55	19 417	67	18 536	71
Eszközök összesen/Árbevétel (%)	126	4	124	6	113	- 0	111	- 5	105	- 8
Adózás előtti átlagos nyereség 1000 €	106	- 218	114	- 116	158	- 60	780	68	808	69
Nyereséghányad: Adózás előtti nyereség/Árbevétel (%)	1,0	- 318	1,2	- 269	1,6	- 230	6,2	29	6,1	13
P/L 1000 €	104	- 173	123	- 68	164	- 31	495	58	436	51
Árbevétel arányos nyereség (%)	1,0	- 252	1,2	- 210	1,6	- 179	4,0	7	3,6	- 24
Bef. tőke hozama	2,6	- 112	3,3	- 75	4,6	- 56	8,8	34	8,5	16
Átlagos tulajdonosi tőke 1000 €	4 049	- 27	3 766	5	3 567	16	5 631	36	5 153	42
Saját tőke hányad (%)	31,1	- 70	30,0	- 84	30,2	- 82	29,0	- 91	27,8	- 97
Forgótőke 1000 €	2 566	- 96	1 961	- 39	1 485	- 61	4 447	39	3 933	39
Forgótőke/Árbevétel (%)	24,3	- 157	19,5	- 151	12,3	- 306	30,2	- 62	26,2	- 91
Forgótőke/Eszközök összesen (%)	19,68	- 163	15,53	- 172	12,38	- 255	22,90	- 84	21,22	- 107
Rövid lejáratú kötelezettségek 1000 €	2 016	- 112	1 788	- 21	1 413	- 44	4 095	47	3 820	47

Forrás: Couderc, J-P., Remaud, H. (2004): *Typologie des entreprises de l'aval*, ONIVINS, Conseil de Direction, Séance du 18 février 2004 – 13 p.

