



DOKTORI ÉRTEKEZÉS TÉZISEI

SIDLOVITS DIÁNA

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

című Ph.D. értekezéséhez

Témavezető:

Dr. Harnos Zsolt

MHAS, tanszékvezető egyetemi tanár

Dr. Étienne Montaigne

CSc, habil., egyetemi tanár Agro-Montpellier (ENSAM)

INRA-UMR-MOISA, Franciaország

Budapest, 2008

Matematika és Informatika Tanszék

SIDLOVITS DIÁNA

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

című Ph.D. értekezéséhez

Témavezető:

Dr. Harnos Zsolt

MHAS, tanszékvezető egyetemi tanár

Dr. Étienne Montaigne

CSc, habil., egyetemi tanár Agro-Montpellier (ENSAM)

INRA-UMR-MOISA, Franciaország

© Sidlovits Diána

A doktori iskola

megnevezése: Budapesti Corvinus Egyetem
Tájépítészet és Döntéstámogató Rendszerek

tudományága: **5.1. Gazdálkodás- és szervezéstudományok**

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

Témavezető: **Harnos Zsolt, MHAS**
tanszékvezető egyetemi tanár
Budapesti Corvinus Egyetem
Matematika és Informatika Tanszék

Dr. Étienne Montaigne, CSc,
egyetemi tanár
Agro-Montpellier (ENSAM)
INRA-UMR-MOISA, Franciaország

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

Tartalomjegyzék

Tartalomjegyzék.....	5
I. Kutatási előzmények és a téma indoklása.....	7
II. Anyag és módszer.....	10
III. Kutatási eredmények.....	12
IV. Új tudományos eredmények.....	16
V. Következtetések és javaslatok.....	17
VI. Főbb hivatkozások.....	28
VII. Publikációs jegyzék.....	32

I. Kutatási előzmények és a téma indoklása

Magyarországon a rendszerváltás során teljesen átalakult a szőlő- és bortermelés struktúrája: Az Európai Unióhoz történő csatlakozás és a bortermelés minőségi differenciálása egyre inkább rávilágítanak a szőlő-borágazatban alkalmazott irányítási struktúrák hatékonyságának, és ezen keresztül az ágazat versenyképessége elemzésének jelentőségére.

A kutatás során az alábbi kérdésekre kerestük a választ:

- Hogyan alakultak át az irányítási struktúrák a minőségi alapanyag-termelés tekintetében a magyar szőlő- és borágazatban?
- Mennyire töltik be szerepüket a vertikális koordinációk a szőlő- és bortermelésben?
- Mennyire hatékonyak a jelenleg alkalmazott megoldások (irányítási struktúrák)?

Tekintettel arra, hogy a minőségi bortermelés alapja a minőségi szőlőtermesztés, ezért a doktori értekezés a szőlőtermelők és a szőlőfelvásárló/feldolgozó borászatok közti vertikális kapcsolat elemzésére terjed ki. A minőségi alapanyag beszerzésének biztosítására az Új Intézményi Közgazdaságtan irányítási struktúrák (Williamson, 1985) adja az elemzés kereteit, amelynek központi elemét a tranzakciós költségek elmélete jelenti. Az említett gazdasági elmélet segítségével vizsgáljuk meg a legnagyobb magyar borászatok által alkalmazott alapanyag-ellátási stratégiákat és elemezzük az általuk kötött szőlőfelvásárlásra irányuló szerződéseket: hogyan ösztönzik a minőségi alapanyag-termelést, hogyan kontrolálják az alapanyag minőségét, melyek azok a motiváló tényezők, amellyel képesek hosszú távú kapcsolatot kialakítani a szőlőtermelőkkel? Ehhez számos hazai borágazat szereplőivel irányított, nyílt kérdések alapján folytatott interjúkat, és esettanulmányokat használjuk fel.

Az említett kérdések megválaszolásához elemeztük a magyar borok piaci környezetét és pozicionálását a világ, Európa és Magyarország borpiacán, a kereslet és a kínálati oldal bemutatásán keresztül. Részletesen megvizsgáltuk a bortermelés jogszabályi környezetét, különös tekintettel az EU jogszabályokra és a minőségi bortermelést, valamint az eredetvédelmet meghatározó szabályokat. Az irányítási struktúrák bemutatásához ugyancsak vizsgálat tárgyává tettük a borágazatban jellemző vertikális koordinációkat. A borágazatban jellemző szőlőfelvásárlási szerződéseket nemzetközi és hazai példákon keresztül mutatjuk be. Érdekes összehasonlítani a vertikális koordináció hazai megoldásait és hatékonyságát más Európai Unió tagországban – így

Franciaországban – található példákkal, hiszen ez számos, a magyar szőlő- és borágazat számára hasznos következtetéssel és a jövőben a versenyképesség növeléséhez alkalmazható megoldással szolgálhat.

A témaválasztásban fontos szerepe volt annak, hogy Francia Kormány Ösztöndíj segítségével három évet tölthettem Franciaországban az INRA kutatóintézet Montpellier-i központjában, ahol megismerkedtem az új intézményi közgazdaságtan elméletével és a hozzákapcsolódó empirikus kutatási módszerekkel. A doktor iskolai képzés és kutatói gyakorlat keretében lehetőségem nyílt arra, hogy megismerhessem a hatékonyan működő hosszú távú vertikális koordinációkat és a hozzákapcsolódó szőlőfelvásárlási szerződéseket a Vins de Sables borvidéken. A kutatói projektek keretében, amelyekben személyesen közreműködtem valamint az egyetemi oktatói tevékenységem során, részletesen megismerhettem a borpiaci tendenciákat és a szereplők stratégiáját, a borászati szakmaközi szervezetek működését, a különböző disztribúciós csatornák jellemzőit, a boreredetvédelmi rendszer elméleti hátterét és gyakorlatát, valamint a közös borpiaci szabályozás gazdasági hatásait.

A téma kidolgozásában meghatározó szerepe volt annak is, hogy négy éve dolgozom a Hegyközségek Nemzeti Tanácsánál, ami lehetővé tette számomra, hogy az értekezésben tárgyalt kérdéseket mélyrehatóan tanulmányozhassam, és a szükséges adatokat beszerezhessem. A borpiacok, a borpiaci szereplők, a szőlőtermelők és a felvásárlók közti kapcsolatok, valamint a bortermeléshez kapcsolódó szabályozáspolitikai ismerete pedig lehetőséget teremtett arra, hogy az irányítási struktúrákat ne csak elméleti, hanem gyakorlati és szakmai szempontból is elemezzem.

A doktori értekezés tárgyául választott vertikális koordinációk elemzése azért válik indokolttá, mivel a rendszerváltás és privatizáció következtében a szőlőtermesztés és a szőlőfeldolgozás folyamata igencsak elvált egymástól, és a korábban viszonylag kevés piaci szereplőből álló ágazatban több ezer borkészítéssel foglalkozó vállalkozás jelent meg, ami maga után vonta a vertikális kapcsolatok újraszerveződését is. A kérdés másrészt azért fontos, mert a megváltozott minőségi és fogyasztói igények egyre magasabb követelményeket támasztanak a bortermelőkkel szemben, aminek egyenes arányú következménye a piaci igényeknek megfelelő minőségű és mennyiségű alapanyag (szőlő) előállítás. Harmadrészt a nemzetközi piac telítődése, a kiélezett versenyhelyzet, a boreladásnál jelentkező egyre szűkülő árrés, mindinkább rávilágítja a figyelmet az irányítási struktúrák hatékonyságára. Végül pedig a téma fontosságára az is ráirányítja a figyelmet, hogy az EU-csatlakozás következtében igénybe vehető támogatások hatékony felhasználása eredményesen

működő irányítási struktúrákat, hatékony vertikális koordinációt kíván meg szőlőtermelő és feldolgozó (felvásárló) borászat között, ami a két oldal közti hozzáadott érték megosztásában nyilvánul meg.

A minőségi szőlő- és bortermelésben a vertikális koordináció jelentőségére az a probléma irányítja rá a figyelmet, hogy a piaci szereplők milyen beruházásokat hajtanak végre a minőségi termelés érdekében. Ugyanis a szőlőtermelő nem lehet biztos abban, hogy a minőségi alapanyag termelés érdekében tett erőfeszítései (fajtaváltás, hatékony növényvédelem, terméskorlátozás, védett eredetű bor készítésére alkalmas szőlő előállítás stb.) megtérülnek-e, ha a piacon adja el termékét, hajlandó-e a felvásárló a piacon többet fizetni ezért a termékért. A másik oldalon pedig a felvásárló/bortermelő/borkereskedő hezitálhat a minőségjavító befektetések megvalósításán, (feldolgozás és borkészítési technológiákat fejlesztésén, kereskedelmi és marketing beruházásokon), hiszen nem lehet biztos abban, hogy elegendő mennyiségű és megfelelő minőségű szőlőt talál a piacon. Ezért abban az esetben, ha az alapanyagra vonatkozó tranzakció a piac, mint irányítási struktúra keretében zajlik le, a minőségjavítás érdekében végrehajtott beruházások mind a szőlőtermelő, mind a felvásárló borászat oldalán alul finanszírozottak, és alacsony hatékonyságúak lesznek, ami a minőség rovására megy. Éppen ezért olyan bortermelő országokban – így Magyarországon is –, ahol a minőségjavítás egyre nagyobb hangsúlyt kap, a figyelem egyre inkább arra irányul, hogy a piacon kívül milyen más, a piacnál hatékonyabb irányítási struktúrák és milyen vertikális kapcsolatok tudják megoldani a minőségjavítás és a minőségi alapanyag termelés problémáját.

Az említett alapanyag beszerzési problémák megoldására a Williamson (1985) által kidolgozott, az új intézményi közgazdaságtanhoz tartozó tranzakciós költségek elmélete ad magyarázatot, amit a kiválasztott téma elemzéséhez mobilizáltunk. Felhasználtuk továbbá azokat az elméleti munkákat, amelyek a Williamson-féle modellt továbbfejlesztették, így támaszkodunk Ménard (2000) szervezetelméletére, North (1991) elméletére, ami szerint a jogszabályi környezet befolyásolja az irányítási struktúrákat és Brousseau (1993) szerződéskötések gazdaságelméletére. A minőségi bortermelés alapanyag beszerzésének kérdéskörével több külföldi tanulmány foglalkozik (Chambolle, Saulpic, 1999, Gaucher et al. 2000, Giraud-Héraud, Sauler, 2003, Goodhoe et al, 2000, Saulpic, Tanguy, 2002).

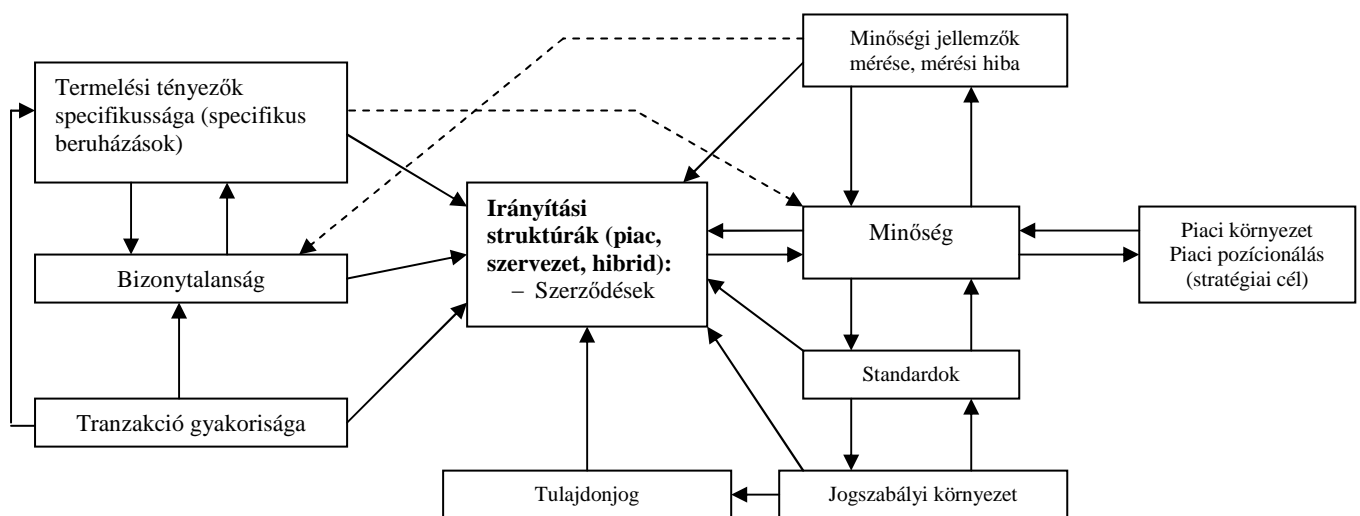
Magyarországon csak néhány mezőgazdasági ágazat versenyképességének és a rendszerváltás utáni átalakulásának elemzéséhez, így a zöldség-gyümölcs ágazat (Fertő, 1996; Juhász, 1999; Szabó G.,

2001; Szabó, Fertő, 2001; Fertő et al. 2004) a tejgazdaság átalakulása (Szabó, 1999) és a tejtermelők szerződéses kapcsolatai (Szabó, Bárdos, 2005, 2007), húsmarha szektor vertikális kapcsolatainak (Bárdos, 2004), a baromfi-hús-termelés modernizációjának (Sipos A. 1996 cit. in Fertő, 1996) 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 (Radócné, Györe, 2006) a bortermelés alapanyagbeszerzését ezzel a módszerrel még nem vizsgálták.

II. Anyag és módszer

Vizsgálatunkban arra keressük a választ, hogy a magyar szőlő- és borágazatban kialakult vertikális koordinációk milyen hatékonysággal működnek. Megvizsgáljuk, melyek a jellemzői és milyen tényezők befolyásolják a szőlőtermesztők és a felvásárlók között kialakuló vertikális kapcsolatokat és a termékértékesítési szerződéseket, valamint hogyan ösztönzik a felvásárlók a minőségi alapanyag termelést, illetve az alkalmazott irányítási struktúráknak milyen a hatékonysága a borászati vállalkozások jövedelmezősége tekintetében.

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



(Williamson, 1985, Barzel, 1982, North, 1990, Brousseau, 1993, Ménard, 1997, Chambolle-Saulpic, 1999, Gaucher et al. 2000, Laport, 2000 felhasználásával)

Az alábbi táblázat pedig a kutatás során elvégzett vizsgálatok anyaga és módszereit foglalja össze

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 pozícionálása	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 pozícionálása 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		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 Sabledoc Pincszövetkezet 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 adatbázis	Leíró statisztika, gazdasági mutatók elemzése

III. Kutatási eredmények

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 pozícionálni. 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 alulpozícionáltak.

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, amelyek 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 pozícionálásának vizsgálata rámutat arra, hogy az Újvilág és az EU nagy bortermelői egyre inkább kivonulnak a basic és popular premium kategóriából a dinamikusan fejlődő és nagy értéket hordozó piacokon (Nagy-Britannia, USA), így ebben a kategóriában találnak helyet a közép-kelet európai országok 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 kínáltban a vörös és roséborok aránya (52%) meghaladja a fehérborok arányát (48%), ami teljes átrendeződést jelent a korábbi polcképhez képest;
- a kínálat erőteljesen a száraz borok felé tolódik;
- a minőségi borok (86%) és az eredetmegjelölés (90%) erőteljesen dominálnak 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. Egyidejűleg 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 újratelepítésekhez, 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 pozicionálása ellentmond azoknak az alapelveknek, amelyek a védett eredetű borok kategóriáját jellemzik: 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 márkáépítők, 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 pozicionálása határozzák meg. Minél magasabb minőségű terméket, specialitást állít elő egy borászat, vagy erőteljes márkáépítést folytat, annál inkább a szőlőtermesztés teljes integrációjára vagy a kvázi-integrációra törekszik. A borászatok piaci stratégiája egyértelműen meghatározza alapanyag-beszerezési 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, amely 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 – ellentétben a francia gyakorlattal – nem nyerő-nyerő típusúak, 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 struktúráknak.

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/kereskedőkétől.

10. Tekintettel a magyar borászatok gazdasági mutatóira (eladósodottság, csökkenő bevételek, magas beruházási igény, magas forgótőke igény az értékteremtéshez, 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.

IV. Új tudományos eredmények

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 specifikus jellege 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 bérlő 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 ezt az arányt nem tükrözi vissza a termékek piaci pozícionáltsága. 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 pozícionálása egyértelműen meghatározza az alkalmazott irányítási struktúrát. Nem a szabályozási értelemben vett minőségi bor előállítás, mint stratégiai cél, hanem a piacon ténylegesen elismert árkatégória alapján megállapítható minőség, illetve a célként kitűzött piaci szegmensben történő pozícionálás határozza meg az alapanyag-előállítás irányítási struktúráját. A borászat minél magasabb áron pozícionálja 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 pozícionálja 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. A magyar szerződések esetében általában 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 opportunista 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 honorálják 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.

V. Következtetések és javaslatok

1. 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 veszesei 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. Az európai bortermelők közül csak néhányan állják a versenyt: Spanyolország és Olaszország jobban bírja az árharcot a prémium és a szuper-prémium kategóriában, mint Franciaország. Franciaország inkább az ultraprémium kategóriában versenyképes, Németország és Magyarország pedig visszaszorul a nemzetközi piacon: Ugyanakkor 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 fajtaborokat (világfajtákat, mint Chardonnay, Sauvignon, Pinot gris, Cabernet, Merlot, és hazai fajtákat, mint az Irsai Olivér vagy a Cerszegi fűszeres) hoznak forgalomba, márkanev alatt, kiváló minőség-ár aránnyal pozícionálnak 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 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.

Így az alábbi javaslatokat fogalmazzuk meg:

- 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 kiegyenlített, 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 stratégiaileg 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 jogcíme 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 tétellel nyilvánítása, majd állami támogatásként történő kifizetése helyett).

2. A magyar borok pozicionálásának 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 az a minőségjelző rendszer, 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 pozicionálásra. 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 többletráfördítések (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 termelői stratégia kialakítása szempontjából fontos: át kell gondolniuk, hogy 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). A megfelelően kialakított hazai árszegmens másrészt a fogyasztó számára nyújt egyértelmű információt a termékről.

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 borpozícionálással 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; Hoffmeister, 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 pozícionálásához.

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

3. A bortermelés jogszabályi környezetének elemzéséhez kapcsolódóan megállapíthatjuk, hogy az EU-csatlakozással a bortermelésre és borpiac szabályozásra vonatkozó intézkedések magyarországi bevezetésével, lényeges támogatáshoz jutott a borágazat, 2004/2005-os borpiaci évben 4,2 milliárd Ft, 2005/2006-os borpiaci évben 5,1 milliárd Ft (+21%) EU-támogatást vett igénybe az ágazat. A növekedés alapvetően abból adódik, hogy bevezetésre került a szőlőültetvények végleges kivágási támogatása. A jelentős támogatás ellenére a támogatás felhasználásának hatékonysága erőteljesen kritizálható. 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.

A szőlőtermő potenciál tekintetében, a jelenleg folyamatban lévő borpiaci reform sem hordoz magában pozitív kilátásokat. A reform tervezet első változata szerint 400 000 ha szőlőültetvény végleges kivágását szeretné elérni az EU, a jelenlegi támogatási szint duplájának megfelelő támogatási összeggel, mindenféle korlátozás nélkül, szabadon igényelhetik a termelők, annak érdekében, hogy a borpiaci egyensúly visszaálljon az EU borpiacán. Mára a Bizottság javaslata annyiban változott, hogy 175 000 ha-ra csökkent a kivágandó terület nagysága. A kivágás a hegyvidéki területeken és környezetvédelmi okokból a kivágás a borvidék területének 8%-áig limitálható.

Magyarországon az alapanyag ellátás szempontjából a borpiaci reform óriási veszélyeket hordoz magában. Egyrészt – az általánosan elterjedt nézetekkel ellentétben – 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 kategória: a meghatározott termőhelyről származó minőségi bor fogalma kis mértékű konfúziót okoz, mivel a fogalmi kategóriák közötti különbség bár elvileg tisztázott, a gyakorlatban elmosódik. 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.

Az eredetvédelem tekintetében fontos kérdést jelentenek a névhasználati visszaélések, 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).

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 hegyközségeket, 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 kiszorítására. Erre a célra szolgálhatna a borok forgalomba hozatali járulékanak

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.

4. 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 kontrollálják 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 pozícionálásra 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-vedelem 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 termékeknel, 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.

VI. Főbb hivatkozások

- AIGRAIN, P. (2007): Conjoncture mondiale mars 2007 (A világ borpiacának elemzése), Viniflor Infos, No. 143., máj 2007, p. 14
- BÁRDOS, K. (2004): Vertikális koordináció és tranzakciós költségek: a magyar húsmarha-szektor esete (Vertical Coordination and Transaction Costs: the Case of Hungarian Beef Sector). PhD-értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest, Hungary, 170 pp.
- BARZEL, Y. (1985): Transaction Costs: Are They Just Costs? *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 1985, 141, p. 4-16
- BROUSSEAU, E. (1993) : L'économie des contrats. Technologies de l'information et coordination interentreprises. Presses Universitaires de France, Paris 1993, p. 361.
- CHAMBOLLE, C., SAULPIC, O. (1999) : Vertical relationships in Champagne : An incomplete contracts analysis. *Cahiers de Grignon*, 03/1999, INRA, Grignon
- COASE, R. H (1937) : The Nature of the Firm, *Economica*, 1937, IV (November), p 386-405.

- 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.
- 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., BÁRDOS, K. (2004) : Transaction cost economics considerations regarding the Hungarian fruit and vegetable sector, *Studies in Agricultural Economics*, No. 99 p, 101-114
- GAUCHER, S., SOLER, L.G., TANGUY, H. (2000) : Incitation à la qualité dans la relation vignoble-négoce, Paris, INRA-ESR Ivry sur Seine, *Working Paper*, 38 p. juillet 2000
- GIRAUD-HERAUD, E., SOLER, L.G., (2003) : Quelle légitimité à des mécanismes de régulation de l'offre dans les Appellation d'Origine Protégée ? *Économie Rurale*, 2003 (200-279), p. 123-134
- 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.
- HART, O., MOORE, J. (1988): Incomplete Contracts and Renegociations, *Econometrica*, 1988, 56 (4)
- HOFMEISTER-TÓTH, Á., TOTTH, G. (2004): Hogyan választanak a fogyasztók bort? *Menedzsment Marketing*, 2004/4.
- 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
- JUHÁSZ, A. (1999) : A vertikális kapcsolatok változásai a zöldség-gyümölcs ágazatban, *AKII Agrárgazdasági tanulmányok* 1999. 10. szám
- LAKNER, Z., HAJDU, I. (2002) : The Competitiveness of Hungarian Food Industry – a System Based Approach, Mezőgazda Kiadó, Budapest, 2002 – 165 p.

- LAPORT, C. (2000b): L'appellation d'origine contrôlée comme garant de la typicité des vins, ENESAD, *Revue d'Économie Rurale et Urbaine*
- 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. (2002): The Governance of Hybrid Organisations, *LINKS Conference*, Copenhagen, 1-2 November, 2002.
- MÉNARD, C. (2004a) : Économie des organisations, Éditions La Découverte, Paris, 2004
- MONTAIGNE, E. (1997) : Les mutations de la viticulture languedocienne mise en perspective par deux siècles d'histoire, ENSAM, Montpellier, 1999, p. 33
- MONTAIGNE, E., MARTIN, G. (2002) : Les tendances du marché mondial des vins et qualité (A világ borpiaci tendenciái és a borminőség kérdése), *Revue Française d'Oenologie*, janvier/fevrier 2002, No.192., Paris, France – p. 10-19.
- 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.
- NORTH, D. (1990): Institutions, Institutional Change and Economic Performance, Cambridge, Cambridge University Press, 1990
- RADÓCZNÉ KOCSIS, T., GYÖRE, D. (2006) : A borpiac helyzete és kilátásai, *Agrárgazdasági Tanulmányok*, 2006. 6. szám, AKII, Budapest – p. 140
- SAULPIC, O., TANGUY, H. (2002) : Stratégie et rentabilité des entreprises de négoce de Bourgogne, *ONIVINS Infos*, No. 97, 2002. octobre
- SAUSSIÉ, S. (1999) : La durée des contrats interentreprises : une analyse empirique, Université de Paris XI & ATOM – Université de Paris I., 1999 – 13 p.
- 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. (2001) : Szövetkezeti vertikális koordináció és integráció az élelmiszer-gazdaságban, *Élelmiszermarketing-tudomány*, II. évf. 1-4/2001, p. 31-43

- SZABÓ, G. G., BÁRDOS, K. (2005): Tejtermelők szerződéses kapcsolatai és piaci ellensúlyozó ereje Magyarországon: termelői tulajdonú szervezetek szükségessége. *Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing*, 2 (1-2) 81-88
- 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, 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
- THACH, L. (ÉD.), MATZ, T. (ÉD.), (2004): *Wine : a global business*, New York (USA), Miranda Press, 235 p.
- WILLIAMSON, O. E. (1985) : *The Economics Institutions of Capitalism*, Free Press, New York
- WILLIAMSON, O.E. (1994) : *Les institutions de l'économie*, Inter Editions, Paris, 1994. Pour la traduction française, p. 404.
- 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

VII. Publikációs jegyzék

Folyóirat cikkek:

- Szép K., Sidlovits D. (2000): *Kockázatos kertészeti termelés, a tőkeáttétel*. Kertgazdaság 32. évf. 1. 36-47. o.
- Bálint A., Sidlovits D., Szép K. (2001): *Kockázat és kockázatkezelés a kertészetben*. Kertgazdaság. 33. évf. 1. sz. p. 72-80.
- Montaigne, E., Cousinier, P., Martin, G., Sidlovits, D. (2002): *Crise viticole et marché mondial: le syndrome de Porto Alegre? (Borpiaci válság, Porto Alegre szindróma?)*, Revue des Oenologues, no. 103, avril 2002, France – p. 5-8
- Montaigne, E., Sidlovits, D. (2004): *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.
- Sidlovits, D. (2004): *Szegmentáció a világ borpiacán*, Borászati Füzetek, 2004/2, Kutatás – p. 8-13.
- Sidlovits, D. (2004): *La viticulture hongroise au seuil de l'Union Européenne, (A magyar borágazat az EU-csatlakozás küszöbén)* ONIVINS Info, no. 113, mai 2004., Paris, France – 32 p. (ISSN 1165-7154)
- Kisari I. – Sidlovits D. (2005): *A magyar élelmiszerkereskedelem bor- és pezsgőválasztéka. A vizsgálat első eredményei*, Borászati Füzetek, 2005/1. (kiadás alatt)
- Sidlovits D., Kator Z., Horváth Cs. (2005): *A bor eredetvédelmének mindennapi gyakorlata*, Védjegyvilág 2005/3. szám – p. 26-36
- Sidlovits D. (2004): *Végleg megtelt a puttony? Keretes írás: Egy példa Franciaországból*, Bor és Piac, Geomédia Kiadó, 2004/10. szám - p. 12-16.
- Sidlovits D. (2005): *Tendenciák a magyar borpiacon*, Mezőhír, 2005/5. szám
- Sidlovits D. (2006): *A közös borpiaci szabályozás reform-tervezete*, Borászati Füzetek, 2006/4. – p. 2-12
- Sidlovits D., Horváth Cs., Kator Z. (2007): *A Közös Borpiaci Szabályozás reformja – Ki lesz ettől versenyképes?* Borászati Füzetek, 2007/4. szám – p. 26-31

Konferencia kiadványok (full paper)

- Sidlovits, D. (2002): *Role of the contracts on long terme in the wine market chain. An example in France: the case of the appellation „Vins de Pays des Sables du Golfe du Lion”*, VIII.

- Nemzetközi Agrárökonómiai Tudományos Napok: „A mezőgazdasági termelés és erőforrás hasznosítás ökonómiája”, Gyöngyös, 2002. március 26-27. – 6 p.
- Montaigne, E., Sidlovits, D. (2002): *Segmentation et dynamique du marché des vins rosés en France*, IX. Colloque Oenométrie VDQS, 31 mai – 1er juin 2002, Montpellier, France – 8 p.
- Montaigne, E., Touzard, J.-M., Sidlovits D. (2003): *Apport méthodologique pour la création d'un observatoire des vins en Languedoc-Roussillon*, X. Colloque Oenométrie VDQS, 22 – 24 mai 2003, Budapest, Hongrie – 22 p.
- 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., Szabó, G. G., Sidlovits, D. (2005): *Examination of contracting relationships in the Hungarian wine industry*, 2. International conference on economics and management of networks 15/09/2005 - 17/09/2005, Budapest (HUN) - Corvinus, University of Budapest, Budapest (HUN) – 28 p
- Sidlovits, D., Kator, Z. (2007): *Characteristics of Vertical Coordination in the Hungarian Wine Sector*, 104th EAAE Seminar on Agricultural Economics and Transition ‘What was expected, what we observed, the lessons learned’, September 6-8, 2007, CORVINUS University of Budapest, Budapest, Hungary – 28 p
- Sidlovits, D., Kator, Z. (2007): *Influence of the EU accession on the Hungarian Wine Industry – Three years experience of the CMO-wine implementation*, 104th EAAE Seminar on Agricultural Economics and Transition ‘What was expected, what we observed, the lessons learned’, September 6-8, 2007, CORVINUS University of Budapest, Budapest, Hungary – 16 p

Könyvrészlet

- Montaigne, E., Remaud H, Sidlovits, D. (2005): *Le circuit des cavistes en France*. – Bacchus 2006: enjeux, stratégies et pratiques dans la filière vitivinicole. Montaigne, Etienne (éd.), Couderc, Jean-Pierre (éd.) ; D'Hauteville, Francois (éd.); Hannin, Herve (éd.); Paris (FRA), Dunod, 2005. - p 123-141 (2 ív)

Társszerzőségben készített kutatásjelentések és tanulmányok:

- Touzard, J.-M. ; Montaigne, E. ; Couderc, J.-P. ; coll. Remaud, H. ; Sidlovits, D. ; Galas, J. (2002): *Apport méthodologique pour la création d'un observatoire des vins du Languedoc Roussillon*,

Rapport de recherche : Montpellier, ENSAM-INRA-DADP, Programme de recherche DADP2, Projet IV.3, mai 2002, 31 p (« *Módszertani segédlet kidolgozása gazdasági információs központ megvalósításához a Languedoc-Roussillon Borvidéki Régióban* », ENSAM-INRA-MOISA, 2002)

Montaigne, E., Remaud H, Sidlovits, D. (2004): *Enquête nationale caviste. (Borszaküzletek országos vizsgálata)* - CNIV–Agro-M contrat (Comité National Interprofessionnel du Vin – Ecole Nationale Supérieure Agronomique de Montpellier); Rapport de recherche, 32 p. + 52 graphiques

Európa Parlament – INRA: *La réforme de l'Organisation Commun du Marché du Vin, Étude (A közös borpiaci szabályozás reformja, Tanulmány)* – Direction Générale Politiques Interne de l'Union, 2006 – 86+122 p annexes.