

VERSENY ÉS ELŐNY – A DECANTER WORLD WINE AWARDS MAGYAR  
VONATKOZÁSÚ EREDMÉNYEI ÉS AZOK ÖSSZEFÜGGÉSE  
A BOROK ÁRÁVAL




COMPETITION AND BENEFITS – THE HUNGARIAN RESULTS OF THE DECANTER  
WORLD WINE AWARDS AND THEIR CORRELATION WITH WINE PRICES



SZILÁGYI, LÁSZLÓ  
NAGY, ADRIÁN SZILÁRD



Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Gazdálkodástudományi Intézet  
(University of Debrecen, Faculty of Economics and Business, Institute of Applied Economics)  
H-4032 Debrecen, Bőszörményi út 138.  
E-mail: nagy.adrian@econ.unideb.hu

 This study examines the relationship between Hungarian wine prices and the results of the 2023 Decanter World Wine Awards (DWWA). The study analyses the relationship between the DWWA and the prices of medal-winning Hungarian wines and the impact on the Hungarian wine sector. An analysis of the correlation between the Decanter World Wine Awards and Hungarian wines shows the price-shaping effect of wine competitions on the Hungarian and international wine market. By taking advantage of the recognition and credibility provided by the DWWA, Hungarian winemakers have the opportunity to position their wines in higher market segments, serving discerning consumers seeking premium and award-winning wines. Three regions seem to be best suited for this: Tokaj, Eger and South Pannonia (Villany and Szekszard). The winning wines will contribute to the economic viability and sustainability of the Hungarian wine industry, providing access to new sales channels, international recognition and promoting the unique and diverse Hungarian terroir. The medals achieved in this prestigious competition will facilitate market entry in competitive markets and foster cooperation with distributors and importers seeking quality-driven wine portfolios. Continued investment in quality development, sustainability practices and market diversification will be essential for Hungarian winemakers to capitalise on the success of the competition for long-term growth. In the future, the authors aim to conduct a study of the results of several years of competition, incorporating new perspectives.

KULCSSZAVAK: magyar bor, Decanter World Wine Awards, DWWA, borverseny, borminőség, piaci ár

KEYWORDS: Hungarian wine, Decanter World Wine Awards, DWWA, wine competition, wine quality, market price

JEL-KÓDOK (JEL CODES): E2, E3, F1, M2, M3

DOI: <https://doi.org/10.20494/TM/11/1/4>



## 1. BEVEZETÉS – INTRODUCTION

A borversenyek az egyik legfontosabb platformként szolgálnak a világ borainak értékeléséhez, a minőség és sokszínűség méréséhez. Az angol Decanter World Wine Awards (DWWA) a borversenyek csúcsát jelenti (BEVERAGE TRADE NETWORK, 2024). Az évek során a DWWA a borminőség egyértelmű barométerévé és meghatározó szakmai tényezőjévé vált a globális borpiacon. A magyar borászat a közelmúltban számos nemzetközi elismerést vívott ki egyedi szőlőfajtáival, változatos terroirjával és a minőségi borkészítés iránti elkötelezettségével. A magyar borok, köztük az olyan ikonikus fajták, mint a furmint és a kadarka vagy az évszázados szőlészeti hagyományokból táplálkozó aszú és a bikavér felkeltették a borrajongók és a kritikusok figyelmét, rávilágítva az ország gazdag szőlészeti és borászati potenciáljára. Ebben az összefüggésben a DWWA díjak és a magyar borok piaci teljesítménye, árai közötti összefüggés alaposabb vizsgálatot igényel. Annak megértése, hogy a DWWA pontozás hogyan befolyásolja a magyar borok hírnevét, piacképességét és fogyasztói megítélését, elengedhetetlen a magyar borágazatban érdekelt felek számára, beleértve a pincészeteket, a termelőket, a marketingeseket és a döntéshozókat. Ez a tanulmány egy diskurzus alapja lehet a versenysiker magyar borokra gyakorolt ár alakító hatásának, mert speciális betekintést nyújt a versenyen született eredmények és a borok piaci árainak szoros kapcsolatába.

Az ázsiai és az amerikai piacok különösen fontosak lehetnek a magyar borászat számára, ahol olyan versenyek, mint az Asia Wine Trophy, a Japan Wine Challenge, valamint a San Francisco International Wine Competition és a New York Wine & Food Classic, jelentős befolyással bírnak a borok piaci megítélésére és eladására. E versenyeken való sikeres részvétel tovább növelheti a magyar borok hírnevét és piacképességét ezekben a régiókban is.

## 2. IRODALMI ÁTTEKINTÉS – LITERATURE REVIEW

A borversenyek döntő szerepet játszanak a borágazatban, mivel objektív értékelést nyújtanak a bor minőségéről és erősítik a fogyasztói bizalmat (HONORÉ-CHEDOZEAU et al., 2015). Ezek az események platformként szolgálnak a termelők számára, hogy bemutassák boraikat a globális közönségnek, és értékes visszajelzéseket kapjanak a szakértő bírálktól (DUNPHY et al., 1998). A DWWA-hoz hasonló versenyeken rangos díjak elnyerése jelentősen javíthatja a bor hírnevét és eladhatóságát, ami növeli az eladásokat és a márka ismertségét (CHARTERS és PETTIGREW, 2007).

A fogyasztók számára rendkívül fontos, hogy a palackba zárt bor objektív értékelést kapjon, amelyet ma elsősorban a borversenyek vagy a borvilág kiemelkedő szakértői, mint a Master of Wine (MW), vagy a Master Sommelier (MS), valamint olyan neves kritikusai vélemények, mint Robert Parker és Jancis Robinson értékelései biztosítanak. Világszerte számos borversenyt rendeznek, amelyek mindegyike különböző szempontok alapján értékeli a borokat, és a részvétel ezekben a versenyekben jelentős költségekkel jár a borászatok számára. Ezek a költségek magukban foglalják a nevezési díjakat, a borok szállítási költségeit és gyakran a marketing kiadásokat is, ami különösen megterhelő lehet a kisebb termelők számára. Ennek ellenére a versenyeken való sikeres szereplés komoly piaci előnyt jelenthet, és hozzájárulhat a borászati vállalkozás hosszú távú sikeréhez (BITTER, 2017).

A magyar borászat a római korig visszanyúló, gazdag szőlőtermesztői múlttal büszkélkedhet (MÉSZÁROS, 2024). Az édes tokaji aszúborairól híres Tokaj-Hegyalja kiemelkedő vidék, de más területeken, mint Villány és Eger is nemzetközi elismerést vívnak ki vörösborokkal (ROHÁLY, 2001). A kihívások, köztük a filoxéra-járványok és a politikai fordulatok, a piaci viszontagságok, a gyengébb évjáratok

ellenére a magyar borászok éltek és élnek az adottságaikkal és kivételes minőségű borokat készítenek. Magyarországon 22 borvidéket tartunk nyilván és a közel 55 000 hektár termőterületen jelenleg 958 borászati főtevékenységgel bejegyzett vállalkozás működik.

A DWWA a világ egyik legrangosabb borversenye, amelyre évente több ezer nevezés érkezik különböző bortermelő régiókból (CLARKE, 2007). A DWWA érem elnyerése kiválóságot jelent, és jelentősen befolyásolhatja a bor hírnevét és piaci sikerét. Tanulmányok kimutatták, hogy a DWWA-nyertes borok magasabb árat és fokozott fogyasztói érdeklődést követelnek (OCZKOWSKI, 2019). A legnagyobb mintaszámmal egyértelműen a DWWA rendelkezik, ezért a leginkább reprezentatívabb eredmények itt születnek. 2023-ban a huszadik Decanter borversenyt rendezték meg Londonban. 57 országból neveztek borokat a termelők, összesen 18250 tételt, amiből mindössze 125 kapott Platina minősítést (97+ pont). 30 nemzet 235 borszakértője adta ehhez a tudását, biztosítva a legmagasabb bírálói színvonalat. Master of Wine és Master Sommelier titulussal rendelkező bírálók is vannak, szám szerint 69, ami egyedülálló a piacon és szintén emeli a verseny presztízsét (DECANTER.COM, 2024).

A kutatások pozitív összefüggést mutatnak a borverseny teljesítménye és a piaci siker között. A díjnyertes borok gyakran megnövekedett piaci keresletet, újabb forgalmazási lehetőségeket és a fogyasztók magasabb értékelését tapasztalják (FRIKKIE, 2009). Vannak azonban olyan kihívások, mint például az állandó minőség fenntartása és a piaci elvárásoknak való megfelelés a verseny után, ami rávilágít a díjak kereskedelmi sikerre való felhasználásának bonyolultságára (SHANE et al., 2018).

A borok pontozása egy rendkívül összetett és nagy tapasztalatokat igénylő feladat. Érzékszervi alapon, emberi döntések születnek, referenciapontok figyelembevételével. LIVAT és REMAUD (2021) kutatása alapján, ahol több mint 30.000 versenyeredményt vizsgáltak, kimutatták, hogy a kevésbé ismert szőlőfajták általában magasabb pontot kapnak, mint azok, amelyek jól ismert világfajták, pl. chardonnay vagy merlot. (BRADLEY, 2021) A furmint, amely egy Közép-Európai fajta, egyértelműen a kevésbé ismert szőlőfajták közé tartozik. A

borversenyek megbízhatóságával kapcsolatban fogyasztói fókuszcsoportokat vizsgáltak három témában: 1) az érme magas számával szembeni szkepticizmus, 2) az érme megtévesztők és összezavarják a fogyasztókat, 3) a versenyek átláthatóságával kapcsolatban. Végeredményben arra jutottak, hogy bár van egy bizonyos kritikai faktor, a fogyasztók mégis a versenyeket tartják a minőséghez leginkább köthető indikátornak (NEUNINGERA et al., 2017). A Prague Wine Trophy (PWT) eredményeit az ár és bizonyos pontsávok (75 és 90 pont között) esetében vizsgálták. Ezen a versenyen kizárólag cseh régiókból származó borokat, összesen 114-et pontoztak öt kategóriában. Az értekezés alapja egy kontingenciátáblázat, ami mátrix formájú táblázat, amely a változók gyakorisági eloszlását mutatja (ZELENY, 2017). Casual Impact módszerrel vizsgálták a versenyeredményekből szerzett előnyöket, különös tekintettel a borok árára. Várakozásuk szerint 13%-os áremelés érhető el, de leginkább régóta alapított versenyek medáljai szükségesek. Szintén fontos, hogy a versenyeken nagy tapasztalattal bíró, naponta sok bort kóstoló és hivatkozható szakemberek legyenek a háttérben (PAROISSIEN és VISSER, 2020). ORTH és KRŠKA (2001) összehasonlító vizsgálati módszerekkel becsülték meg a borversenyen megszerzett érme értékét, amit a borok árába bele lehet építeni a profit maximalizálása érdekében.

Több olyan tanulmány is született az utóbbi években, amikben a borversenyeken elért eredményeknek a különböző régiókból származó borok kereskedelmi árára gyakorolt hatását elemzik (PAROISSIEN és VISSER, 2020; RÖSSEL és BECKERT, 2013).

### 3. ANYAG ÉS MÓDSZER – MATERIAL AND METHOD

#### 3.1. Adatgyűjtés – Data Collection

Ezen tanulmány készítése során a DWWA versenyre 2023-ban benevezett magyar borok adatait elemeztük. A DWWA adatbázis részletes információkat szolgáltatott a borfajtákról, régiókról, az elért éremeredményekről és az azokat alátámasztó pontozásról is. Az egyes tételekre vonatkozó további adatok, elsősorban a

borok kiskereskedelmi árai a kereskedések és borászatok oldalai, illetve egyéb szakmai információs portálok nyújtottak támogatást. A literát a palackár és palackméret szorzatából számítottuk ki.

Minden éremmel díjazott bor (összesen 146) a magyar borok reprezentatív mintáját gazdagítja. A bronz kategória eléréséhez 86 pont szükséges, 90 ponttól ezüst, 95-től arany értékelést kap az adott tétel. 97 ponttól felfelé a száz pontos határig platina éremről beszélünk.

### 3.2. Alkalmazott módszerek – Applied Methods

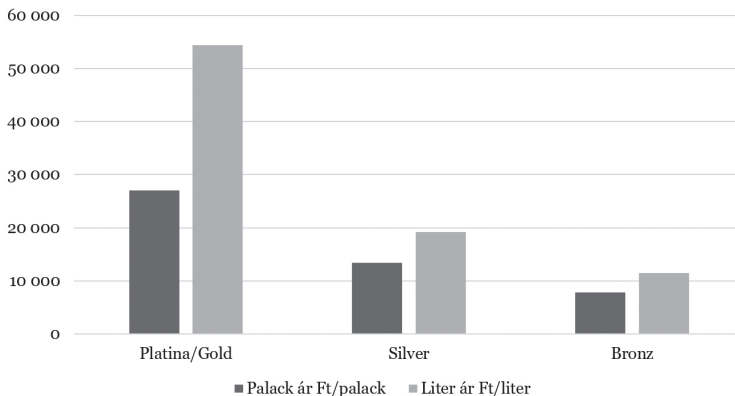
A palackár és a literár eloszlását vizsgáltuk normalitás szempontjából az egymintás Kolmogorov-Smirnov teszttel. A vizsgált változókat nem találtuk normális eloszlásúnak a teszt alapján, ezért nem-paraméteres próbákat alkalmaztunk a vizsgálatokra. A literár illetve a palackár korrelációját a bírálati pontszámmal Spearman féle rangkorrelációval vizsgáltuk. Az árak különbözőségét az éremkategóriák szerint Kruskal-Wallis próbával vizsgáltuk meg, valamint az alapstatisztikákat is megadtuk (minimum, maximum ár és szórás). A próba elvégzésének a feltétele, hogy minden kategóriában legalább öt adat legyen, ezért a platinum és a gold ka-

tegória összevonásra került, mivel a platina eredmények csak három bor rendelkezett. A borrégiónkénti különbségeket a palackárak, literárak és bírálati pontszámok tekintetében szintén Kruskal-Wallis teszttel vizsgáltuk meg. A nem paraméteres vizsgálatok során a hipotézisvizsgálathoz 10%-os szignifikancia szintet alkalmaztunk.

## 4. EREDMÉNYEK – RESULTS

### 4.1. Vizsgálatok és megállapítások – Research and Findings

Első lépésben ellenőriztük a vizsgált változókat normalitás szempontjából, mert ez dönti el ahogy milyen típusú elemzéseket kell alkalmazni. A Kolmogorov-Smirnov normalitás-teszt statisztikájának értéke 0,261; 0,3 és 0,165 volt ( $p < 0,01$  mindhárom esetben) a palack-, és literárra, valamint a bírálati pontszámra, így a vizsgált tényezők nem bizonyultak normális eloszlásúnak. Ezért nem-paraméteres vizsgálatokat alkalmaztunk, Spearman-féle rangkorrelációt és Kruskal-Wallis elemzést a csoportonkénti (éremkategória, borrégió) különbségek feltárására. Elsőként az éremkategóriánkénti vizsgálat eredményét mutatjuk be (1. ábra).



### 1. ÁBRA

#### Átlag értékek alakulása érem kategóriánként (Development of Average Values Per Medal Category)

FIG. 1

Forrás (Source): Saját szerkesztés a Decanter adatbázis és a kereskedelmi árak használatával, 2024 (Authors' own compilation based on Decanter's database and commerce prices, 2024)

Megjegyzés (Notes): Palack ár Ft/palack (Bottle price Ft/bottle); Liter ár Ft/liter (Price per litre (Ft/litre))

Az 1. ábra alapján látható, hogy a magasabb minőségi kategóriákhoz magasabb átlagár is tartozik. Például a Platina/Gold kategóriában a palackára 27 080 Ft, a literárra 54 404 Ft adódott, az ezüst kategóriában 13 434 Ft és 19 191Ft, illetve a bronz kategóriában 7 800 Ft és 11 523 Ft adódott. A Kruskal-Wallis elemzés során szignifikáns különbség adódott az egyes

eredmény kategóriában palackár és literár szerint is (Kruskal-Wallis  $H=19,2; 21,3, p<0,01$ ).

Annak érdekében, hogy pontosabb képet kapjunk az éremkategóriák árakkal történő összefüggéséről, szükségesnek tartottuk bemutatni az árak terjedelmét (minimum – maximum) és szórását is (1. táblázat).

1. TÁBLÁZAT

A palackár és literár alapstatisztikai mutatói éremkategóriánként (Basic Statistical Indicators of the Bottle Price and Literary Price by Medal Category)

TABLE 1

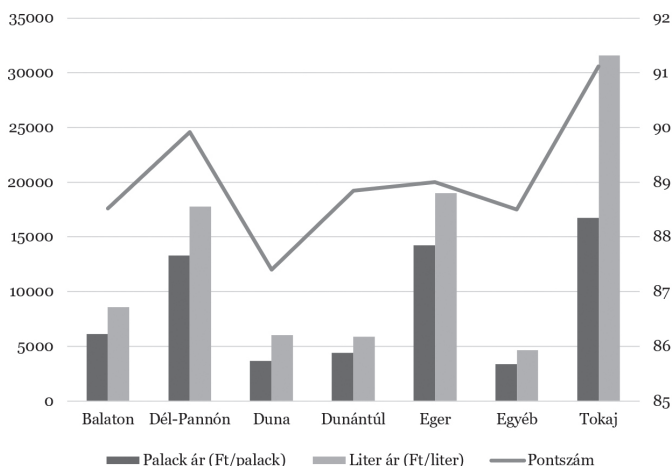
Érem-kategória (Medal category)	Palack ár (Ft/palack) (Bottle price Ft/bottle)		szórás (standard deviation)	Liter ár (Ft/liter) (Price per litre (Ft/litre))		szórás (standard deviation)
	min ár (minimum price)	max ár (maximum price)		min ár (minimum price)	max ár (maximum price)	
Platina/Gold	6 428	160 950	40 379	8 571	321 900	83 243
Silver	499	54 900	13 265	1 996	73 200	18 727
Bronz	1 399	35 500	7 899	1 865	71 733	13 513

Forrás (Source): Saját szerkesztés az egyéni kiskereskedelmi árak alapján (Saját szerkesztés az egyéni kiskereskedelmi árak alapján (Authors' own compilation based on commercial prices))

Az 1. táblázat alapján általánosságban elmondható, hogy a magasabb minőségi kategóriákban szélesebb terjedelmeket láthatunk magasabb szórásokkal. A bronz kategóriában a legalacsonyabb a literárak szórása (13 513 Ft), a legnagyobb szórás pedig a platina/gold kategóriában található (83 243 Ft). Egyéb jellemzések

szóráról megállapítható, hogy a bronz kategóriában egy palack ára 1 399 és 35 500 Ft, az ezüst esetében 499 és 54 900 Ft, a platina/gold esetében 6 428 és 160 950 Ft között mozogott.

A vizsgálat legfontosabb része, hogy azonosítsuk az egyes borrégiók teljesítménye közötti különbségeket (2. ábra).



2. ÁBRA

Átlag értékek alakulása borrégióinként. Az árak az elsődleges tengelyen forintban (balra), a pontszám a másodlagos tengelyen (jobbra) látható (Evolution of Average Values by Wine Region. Prices on the Primary Axis in HUF (Left), Score on the Secondary Axis (Right))

FIG. 2

Forrás (Source): Saját szerkesztés a Decanter adatbázis és a kiskereskedelmi árak alapján (Authors' own compilation based on Decanter's database and retail prices)

Megjegyzés (Notes): Palack ár Ft/palack (Bottle price Ft/bottle); Liter ár Ft/liter (Price per litre (Ft/litre), Pontszám (Score))

A Kruskal-Wallis elemzés alapján megállapítható, hogy szignifikáns különbség van a borvidékek (6 fő és 1 egyéb) között a palackár, literár és Decanter pontszámok tekintetében (Kruskal-Wallis  $H=32,2; 33,3; 19,1; p<0,01$ ). A három fő borvidék, azaz Tokaj, Eger és Dél-Pannónia nagyobb árak mellett magasabb pontokkal rendelkeznek. Az árak és a pontszámok kapcsolatát Spearman-féle korrelációval is vizsgáltuk. A korrelációs vizsgálat eredményeképpen megállapítottuk, hogy közepesen erős, pozitív és szignifikáns korreláció van a bírálati pontszám és a palack, illetve literár között ( $r=0,394$  és  $0,414, p<0,01$ ). Mindez azt jelenti, hogy nagyobb bírálati pontszámokhoz tendenciálisan nagyobb literár is társult, vagyis

minél magasabbra pontszámmal értékelték a bort, annál drágább kiskereskedelmi áron vásárolható meg a borpiacon. Ez főként a borok származásával függ össze.

A 2. táblázat alapján megállapítható, hogy a legnagyobb szórás is azokban a borrégiókban mutatkozik, ahol egyébként a legmagasabb bírálati pontszámokat látjuk (Tokaj, Eger, Dél-Pannónia, lásd: 2. ábra). Tokaj esetén az extrém magas árak előfordulását borkülönlegességekkel lehet magyarázni, például a Tokaji esszencia. A palack és literárak terjedelme a Duna (2 740–4 990 Ft), Dunántúl (2 290–7 890 Ft) és egyéb (499–9 100 Ft) borrégiókban a legalacsonyabb.

## 2. TÁBLÁZAT

TABLE 2

A palackár, literár, pontszám alapstatisztikai mutatói borrégióként (Basic Statistical Indicators on Bottle Price, Litre Price, Score per Wine Region)

Borrégió (Wine region)	Palackár (Ft/palack) (Bottle price Ft/bottle)		Literár (Ft/liter) (Price per litre (Ft/litre))		Bírálati pontszám (Rating score)	
	min-max	szórás (standard deviation)	min-max	szórás (standard deviation)	min-max	szórás (standard deviation)
Balaton	1 399-34 500	6 846	1 865-46 000	9 410	86-96	2,5
Dél-Pannónia	1 950-54 900	<b>10 963</b>	2 600-73 200	<b>14 617</b>	96-95	<b>2,3</b>
Duna	2 740-4 990	1 171	3 653-9 980	3 457	86-88	0,9
Dunántúl	2 290-7 890	1 582	3 053-105 200	2 110	86-93	1,9
Eger	1 799-54 000	<b>15 447</b>	2 399-72 000	<b>20 596</b>	86-93	<b>1,8</b>
Egyéb (Other)	499-9 100	2 676	1 996-12 133	3 360	86-94	2,7
Tokaj	2 290-160 950	<b>25 612</b>	3 053-321 900	<b>52 562</b>	86-97	<b>3,5</b>

Forrás (Source): Saját Saját számítás a kiskereskedelmi árak alapján, 2024 (Authors' own calculation based on retail prices)

#### 4.2. Célcsoport jellemzése – Description of Target Group

A borversenyek, különösen a DWWA eredményei jelentős hatással lehetnek az olyan specifikus fogyasztói célcsoportra, aminek tagjai hajlandóak magasabb árat fizetni a díjnyertes borokért. Ezen személyek nagy valószínűséggel az átlagnál magasabb borkultúrával és tapasztalattal rendelkeznek, jól ismerik a borok eredetét, jellemzőit és értékelési rendszereit, mint például a DWWA versenyszabályait is. Legalább középkorúak vagy az idősebb korosztályhoz tartoznak, stabil jövedelemmel rendelkeznek és érdeklődnek a prémium szegmens borai iránt. Életstílusuk része a bor iránti szenvedély, rendszeresen vesznek részt borkóstolókon, borvacsorákon és borfesztiválokon. Ezek a fogyasztók általában az élet más területein is elkötelezettek a minőség iránt. Vásárláskor keresik az exkluzív, limitált kiadású borokat, amelyek különleges élményt és státuszt nyújtanak számukra.

#### 5. ÖSSZEFOGLALÁS – SUMMARY

Összefoglalva, a Decanter World Wine Awards és a magyar borok közötti összefüggés vizsgálata rámutat a borversenyek ár alakító hatására a magyar és nemzetközi borpiacon. A DWWA által nyújtott elismertség és hitelesség kihasználásával a magyar borokat világszínvonalú kínálatban lehet versenyeztetni. A DWWA sikere lehetővé tette a magyar borászok számára, hogy boraikat magasabb piaci szegmensekben pozícionálják, kiszolgálva a prémium és díjnyertes borokat kereső igényes fogyasztókat. Erre három régió látszik a legalkalmasabbnak: Tokaj, Eger és Dél-Pannónia. A magyar borászat gazdasági életképességéhez és fenntarthatóságához hozzájárulnak a nyertes borok, új értékesítési csatornákhöz való hozzáférés lehetőségét, a nemzetközi elismertséget, az egyedülálló és sokszínű magyar terroir hirdetésével. A rangos versenyen elért érmek elősegítik a piacra lépést a versenypiacokon, és elősegítik a minőség vezérelt borportfóliókat kereső forgalmazókkal és importőrökkel való együttműködést. A minőségfejlesztésbe, a fenntarthatósági gyakorlatokba és a piac diverzifikációjába való folyama-

tos befektetés elengedhetetlen lesz ahhoz, hogy a magyar borászok a verseny sikerét a hosszú távú növekedés érdekében kiaknázhassák. A jövőben több versenyév eredményét vizsgáló tanulmány elkészítése a cél új szempontok bevonásával.

#### IRODALOMJEGYZÉK – REFERENCES

- Beverage Trade Network:** World's Top Wine Competitions. 2024. <https://beveragetradenetwork.com/en/worlds-top-wine-competition-716.htm> (Letöltés dátuma: 2024.03.28.)
- Bitter, C.:** Wine Competitions: Reevaluating the Gold Standard. *Journal of Wine Economics*. 2017. **12** (4) 395–404. DOI: <https://doi.org/10.1017/jwe.2017.38>
- Bradley, D.:** Do Wine Judges Give Higher Scores to Wines Made With Less-known Grape Varieties? 2021. <https://phys.org/news/2021-10-wine-higher-scores-wines-less-known.html> (Letöltés dátuma: 2023.11.30.)
- Charters, S. – Pettigrew, S.:** The Dimensions of Wine Quality. *Food Quality and Preference*. 2007. **18** (7) 997–1007. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2007.04.003>.
- Clarke, O.:** *Wine Atlas: Wines and Wine Regions of the World*, Third edition, 2007.
- Decanter.com:** Decanter. 2024. <https://awards.decanter.com/DWWA/2023/search/wines?competitionType=DWWA> (Letöltés dátuma: 2024.04.10.)
- Dunphy, R. – Lockshin, L.:** A History of the Australian Wine Show System. *Journal of Wine Research*. 1998. **9** (2) 87–105. DOI: <https://doi.org/10.1080/09571269808718139>.
- Frikkie, H.:** The Role and Influence of Wine Awards as Perceived by the South African Wine Consumers. *Acta Commercci*. 2009. **9** (1) 90–101. <https://hdl.handle.net/10520/EJC17035.10.4102/ac.v9i1.100>.

- Honoré-Chedozeau, C. – Ballester, J. – Chatelet, B. – Lempereur, V.:** Wine Competition: From Between-juries Consistency to Sensory Perception of Consumers. 2015. BIO Web of Conferences 5 03009, DOI: <https://doi.org/10.1051/bioconf/20150503009>
- Livat, F. – Remaud, H.:** Do Wine Judges Give Higher Scores to Wines Made with Less-known Grape Varieties. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2021. **44** (2) 106–117. DOI: <https://doi.org/10.1504/IJESB.2021.118432>
- Mészáros, G.:** A magyar bor története. 2024. <https://bor.hu/a-magyar-bor-tortenete> (Letöltés dátuma: 2024.04.16.)
- Neuningera, R. – Mathera, D. – Duncan, T.:** Consumer's Scepticism of Wine Awards: A Study of Consumers' Use of Wine Awards. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2017. **35** 98–105. DOI: <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.12.003>
- Oczkowski, E.:** The Relation between Australian Wine Show Results and Prices. *Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*. 2019. **63** (3) 389–411. DOI: <https://doi.org/10.1111/1467-8489.12310>
- Orth, U. – Krška, P.:** Estimating Optimal Prices for Wine Exhibition Awards Using Comparative Judgements. *Journal of Food Products Marketing*. 2001. **7** (1-2) 81–95. DOI: [https://doi.org/10.1300/J038v07n01\\_07](https://doi.org/10.1300/J038v07n01_07)
- Paroissien, E. – Visser, M.:** The Causal Impact of Medals on Wine Producers' Prices and the Gains from Participating in Contests. *American Journal of Agricultural Economics*. 2020. **102** (4) 1135–1153. DOI: <https://doi.org/10.1002/ajae.12037>
- Rohály, G. (szerk.):** Magyar borok könyve. Akó Kiadó, 2001.
- Rössel, J. – Beckert, J.:** Quality Classifications in Competition: Price Formation in the German Wine Market. In: Beckert, J. – Musselin, C. (eds.): *Constructing Quality: The Classification of Goods in Markets*. OUP Oxford, 2013.
- Shane, E. – Murad, M. – Freeman, S.:** Factors Influencing Price Premiums of Australian Wine in the UK Market. *International Journal of Wine Business Research*. 2018. **30** (1) 96–116. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJWBR-02-2017-0009>
- Zelený, J.:** A Relationship Between Price and Quality Rating of Wines From the Czech Republic. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*. 2017. **29** (2) 109–119. DOI: <https://doi.org/10.1080/08974438.2016.1266568>

## JEGYZETEK ✪ NOTES