

gál a legjobban, amely valóban érdemes arra, hogy a kezük ügyében legyen.

Bár eléggé nyilvánvaló, emeljük is ki: a pénzügyi eszközök és konstrukciók működése és alkalmazásuk lehetőségei többnyire jelentős mértékben függenek attól a jog-

szabályi és adminisztratív környezettől, amelyben a szóbanforgó cég működik, amely előírásainak meg kell felelnie, és nem utolsósorban amelyben adókat fizet. Adó- és számviteli jogszabályok, társasági- és értékpapírjog, egyéb pénzügyi jogszabályok, mind

meghatározó szerepet játszhatnak. Ezért az itt olvasottak feldolgozásánál, a tanultak felhasználási lehetőségeinek elemzésénél mindig vizsgálni kell az eltéréseket a tanulmányban foglaltak szabályozási környezete és a miénk között.

ANDRÉ DOMINÉ

Bor

Vince Kiadó, 2004

A borban több évezredek kultúrára van, a bor tradíció, költészet és hatalmas üzlet. Ki-ki eldönti magának, van-e, lesz-e magyar újjászületés, de vitathatatlan, hogy a borászatban már erőteljesen halad előre.

Költészet: „A vörösbor nem tűri a magányos ivót. Cimbora kell hozzá, vidám történetek, régi nóták, asszonyokra emlékeztetőek, kártya és muzsika. A vörösbortól eszedbe jut, hogy novemberben Rómában a Borghese park fakoronái között, növekvő mahagóni színű foltokban terjed az ősz, és alkonyatkor sok-sok harang zúg”. Óh igen, ez Rejtő Csontbrigádjának sajátos, fanyar pátosza. És amit itt mond, ugyanúgy igaz a bor más nemes fajtáira is.

És jól látható, hogy a borászatban ma mind nagyobb szerepe, jelentősége van a marketingnek. A kínálatban itt is nagy hányadot adkorunk átka, az olcsó, taszító bóvli, de mindinkább megmutatkozik a nemes termékek immár globális

versenye, és annak választékbővítő és minőségteremtő hatása is. Mint az áruvilág legtöbb területén, itt is a nagyipari termelés áll szemben azokkal a mesterborászokkal, akik a termékeikben a magas minőséget egyedi jelleggel ötvözve igyekeznek kivívni a helyüket a piacon. És minden mesterborász tanúsíthatja: ahhoz, hogy a termékeiket elfogadható feltételekkel eladhassák, azoknak el kell jutniuk a megfelelő polcokra és borlapokra, kellő hírnévvel meg kell jelenniük az értékrendben, ezt pedig csak a kiválóan végzett marketing képes ma biztosítani. A mai nemes bor a termelési és nemesítési kultúra évezredek fejlődésének a gyümölcse, választékát a piacaik megtartásért küzdő hagyományos bortermelő vidékek mellett a világszerte feljövő új termelők gazdagítják, de a poharainkba mindinkább csak az jut el, amit a marketing is jól segít ebben.

Ez a méreteiben is impozáns, szépen illusztrált könyv kiadójá-

nak szavaival „egyetlen kötetben foglal össze mindent, amit a borról tudni érdemes. A bor enciklopédiája: történelme, termelése, a világ borainak áttekintése. Kézikönyv, boratlasz, a világ bortermelő vidékeinek útikönyve”. Valóban igen alapos ismereteket és a tárgyhöz méltóan élvezetes áttekintést kínál e nemes nedűről, és a borászat nemes iparágáról. A benne felsorakoztatott tudás alapján nevezhetjük felsőfokú áruismereti tankönyvnek, de jelentős hányadát élvezhetjük érdekes kultúrtörténeti olvasmányként, a bor kedvelőinek pedig kalauz eme örömök világában. Kiadója azoknak a borászoknak és borbarátoknak ajánlja, akik azoknak az élvezeteknek, tapasztalatoknak a sokrétű gazdagsága iránt érdeklődnek, amelyet csak a borral való személyes kapcsolat adhat. Nyugodtan kijelenthetjük: nem fognak csalódnni benne.

Osman Péter