



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Budai Campus

Szőlészeti és Borászati Intézet

Szőlész-Borász mérnök alapképzési szak

**Borfogyasztási- és borvásárlási szokások bemutatása primer- és
szekunder kutatások segítségével 2024-ben**

Belső konzulens: dr. Nagy Balázs
adjunktus

Belső konzulens

intézete/tanszéke: Szőlészeti és Borászati
Intézet/Borászati tanszék

Készítette: Bálint Kinga

2024

Tartalmi kivonat

Szaktervezőszakdolgozatomban napjaink borfogyasztási-és borvásárlási szokásait vizsgáltam meg Magyarországon. Rövid történelmi áttekintés során jutottam el a mai szőlészeti-borászati viszonyokig. Magyarország 1875-ig, a filoxéra vész kezdetéig Európa bortermelő nagyhatalmai közé tartozott, azonban az azt követő években elvesztette ezt a státuszát, a borok mennyisége és minősége a korábbi évtizedekéhez képest mélypontra került. Napjainkra a minőségjavítás és a magyar borok megítélésének helyreállítása terén több kedvező lépés is megvalósult, ezen az úton kell az elkövetkező években is tovább haladnia a borágazatnak.

Célkitűzéseim közé tartozott, hogy a fogyasztói szokásokat több forrás alapján megvizsgálva, azokat a jelenlegi borpiaci trendekkel, értékesítési csatornákkal, különböző marketing eszközökkel együttesen analizálva olyan képet kapjunk a jelenlegi borfogyasztási-és borvásárlási szokásokról, ami alapján a fogyasztás várható alakulásáról, új trendek megjelenéséről a jövőre nézve is helytálló következtetéseket lehet levonni, segítve ezzel a borágazat reagálását.

Szaktervezőszakirodalmi áttekintésemben a bormarketinggel kapcsolatos legfontosabb fogalmakat tisztáztam, ugyanis a jó marketing stratégiának kulcsfontosságú szerepe van a fogyasztói szokások alakításában. Ide soroltam a marketing mix elemeinek, a bormarketing szinteknek és a borpiac sajátosságainak bemutatását. A kereskedelemfejlesztéshez, piacépítéshez, piacvédelemhez és az imázsépítéshez is elengedhetetlen a jól működő közösségi bormarketing, ugyanis egy olyan általános pozitív kép kialakítását segíti ez a tevékenység, amely a bel- és külföldi borfogyasztók borfogyasztás- és a magyar borok iránti érdeklődését javíthatja. Hasonló célt tud szolgálni a jól kialakult borturizmus, ugyanakkor ennek a marketingeszköznek már közvetlen kézzelfogható eredménye is van a borértékesítési lehetőségekben. A mai borfogyasztási trendeknek a megismerése pedig egyrészt a fogyasztói szokások vizsgálatához nagyon fontos szempont, másrészt pedig segít a borászatoknak reagálni az új igényekre.

Dolgozatomban három forrás adatai alapján vizsgáltam a borfogyasztási-és borvásárlási szokásokat. Primer kutatásom során kérdőívet készítettem, melyben igyekeztem olyan alapvető, de szerteágazó kérdésekre keresni a választ, amelyeknek megválaszolásával átfogó képet kaphatunk napjaink borfogyasztói szokásairól. 155 fő válaszaiból elkészült mintámat statisztikai módszerekkel értékeltem ki a dolgozat folytatásában. Továbbiakban a

Hegyközségek Nemzeti Tanácsának 2017-es és 2023-as összehasonlító felmérését ismertettem, majd mindezeket egy hazai borkereskedés hálózattól – ahol 2014 és 2017 között dolgoztam és szakmai gyakorlatomat töltöttem - gyűjtött adatokkal vettem össze.

Hipotézisek felállításával majd azok kiértékelésével jutottam olyan eredményekre, amelyekből nem csak a jelenlegi borfogyasztási- és borvásárlási szokások olvashatók ki, hanem a jövő változásai, várható trendjei is. A legfontosabb változások közé tartoznak a borvásárlási helyszínek megváltozásai, ugyanis az internetes vásárlás és a borkereskedésekben történő vásárlások jelentősége folyamatosan növekedett az elmúlt években, ami az egyre tudatosabb borvásárlói magatartás felé mutat. A buborékos borok fogyasztásának trendje, gyakorisága is változást mutat, hiszen míg az elmúlt években szinte kizárólag az ünnepnapok italai voltak ezek, addig mára a mindennapi borfogyasztás részévé kezdenek válni. Ezt számos borászat felismerte már és elindult ebbe az irányba, egyre többen készítenek buborékos borokat, pezsgőket. Ezeken kívül pedig nagy figyelmet igénylő változás a fenntarthatósági szempontok fontosságának széleskörű terjedése. A bio borok tudatos vásárlásának aránya az elmúlt években nőtt, illetve új trendként a natúr borok is megjelentek a piacon. Erre a változásra viszont nem elég az utolsó pillanatban reagálni, hiszen a környezettudatosság felé vezető út hosszú folyamat egy borászat életében, amin érdemes már most elindulni.