

SZAKDOLGOZAT

PORKOLÁB VANESSA

2024



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Kaposvári Campus

Kereskedelem és Marketing szak

Borturizmus a Szekszárdi Borvidéken

Belső konzulens: Dr. Pallás Edit Ilona

Egyetemi docens

Belső konzulens

intézete/tanszéke: Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

Fenntartható Turizmus Tanszék

Készítette:

Porkoláb Vanessa

FU5F46

Nappali

Kaposvár

2024

Tartalomjegyzék

1. BEVEZETÉS	3
2. BORTURIZMUS	5
2.1 Bormarketing	6
3. BORVIDÉKEK ÉS BORRÉGIÓK	8
3.1. Magyarország szőlőtermesztése és bortermelése	10
3.2. Történelmi áttekintés	11
4. SZEKSZÁRD	12
4.1. Szekszárdi borvidék	12
4.2. A szekszárdi borút	13
4.3. Borhotelek	14
4.4. Szekszárd gasztronómiai kínálata	15
4.4.1. Szász étterem	15
4.4.2. Trattoria Di Matteo	15
4.4.3. Bodri Optimus étterem	16
4.5. Szekszárd kulturális vonzereje	17
5. BORRAL KAPCSOLATOS HELYI RENDEZVÉNYEK	18
5.1. Borvidék Félmaraton	18
5.2. Szekszárdi Szüreti Napok	18
5.3. Iván-völgyi Kadarka túra	18
5.4. Nyitott Pince Napok	19
5.5. Bormúzeum	19
5.6. Garay Élménypince	20
6. HÍRES SZEKSZÁRDI BORÁSZATOK	21
6.1. Vesztergombi Pince	21
6.2. Takler Kúria	21
6.3. Vida Családi Borbirtok	21
6.4. Dúzi Tamás Pincészet	21
6.5. Mészáros Borház és Pincészet	21
7. ALKALMAZOTT MÓDSZEREK	22
8. EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK	23
8.1. A válaszadók nemek szerinti megoszlása	23
8.2. A válaszadók életkora	23
8.3. Borfogyasztás gyakorisága	24
8.4. Borvásárlás gyakoriságának megoszlása	25
8.5. Bortípus fogyasztása	25

8.6. Árkategória szerinti vásárlás.....	26
8.7. Legfontosabb szempont a borvásárlás során	27
8.8. Leggyakrabban látogatott borvidék.....	28
8.9. Elsődleges szempontok a borvidék kiválasztásánál.....	29
8.10. Borturizmus során a legfontosabb szolgáltatások	30
8.11. Szekszárdi borvidék ismertsége	31
8.12. Szekszárdi szüreti napok ismertsége	32
8.13. Szekszárdi szüreti napok hatása a szekszárdi borok vásárlására	33
8.14. Információszerzés a szekszárdi szüreti napokról	34
8.15. Tartózkodási idő Szekszárdon	35
8.16. Melyik borászatban járt már Szekszárdon?	36
8.17. Leggyakrabban vásárolt szekszárdi borok	37
8.18. A válaszadók lakhelye	38
8.19. Borvidéken élők.....	39
8.20. Hipotézisek összegzése	40
9. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK	41
10. ÖSSZEFOGLALÁS.....	42
IRODALOMJEGYZÉK.....	43
ÁBRAJEGYZÉK.....	45
TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE	45

1. BEVEZETÉS

Szakedolgozatom témaválasztását az indokolja, hogy olyan témát szerettem volna választani, aminek aktualitása van napjainkban és régóta érdekel. A téma aktualitását az indokolja, hogy a bornak és a gasztronómiának fontos szerepe van a turizmusban és a borvidék imázsának erősítésében. Egyre több borász kezdi felismerni, hogy a hangsúly a minőségi borkészítésen van, nem pedig a mennyiségen. A dolgozatomban meg szeretném vizsgálni több oldalról a borturizmus és bormarketing szerepét, lényegét. Be szeretném mutatni a szekszárdi borutat, valamint, hogy melyek azok a borra épülő helyi rendezvények, amelyek alapvető vonzerőként szolgálnak a szekszárdi borvidékre látogató számára. A szakdolgozatom megírásában a témához kapcsolódó nyomtatott és elektronikus szekunder források, illetve a tanulmányaim során megszerzett ismeretek nyújtanak segítséget. Az összegyűjtött szekunder adatok a megismerésre és áttekintésre irányulnak. A szekunder adatok alapján a következő kérdések merültek fel: Milyen gyakran fogyasztanak bort, milyen alkalomra vásárolnak bort, a bortípusa és az árkategória is elengedhetetlen. A legfontosabb szempontok borvásárlás során, leggyakrabban látogatott borvidék, a borvidék kiválasztásánál az elsődleges szempontok, legfontosabb szolgáltatások borturistaként. Ezek után pedig Szekszárdot fókuszba helyezve a következő kérdések fogalmazódtak meg bennem:

1. A borturisták hány alkalommal jártak a szekszárdi borvidéken?
2. Részt vettek-e a szekszárdi szüreti napokon, ha igen, ez mennyire befolyásolta őket abban, hogy szekszárdi borokat vásároljanak?
3. Honnan szereztek tudomást a szekszárdi szüreti napokról?
4. Mennyi ideig tartózkodtak Szekszárdon?
5. Ha már szekszárdi borok, kíváncsi voltam, hogy melyik borászatban jártak és melyik szekszárdi bort vásárolják leggyakrabban?

Végül a kérdések sorát a válaszadó személyére vonatkozó kérdésekkel zártam. A borturizmussal kapcsolatos elemzéshez primer kutatást alkalmazok. Egy anonim online kérdőívet állítottam össze, amelyben szerettem volna felmérni a 18 éven felüli magyar lakosság borhoz való viszonyulását. Célom a kérdőívvel, hogy igazoljam az általam meghatározott hipotéziseket, amelyek a következők:

- H1: A borvásárlás során a legfontosabb szempont a minőség.
- H2: A fogyasztás fehérbor tekintetében a legmagasabb.
- H3: A válaszadók többsége legalább 2000-5000 Ft árkategóriába tartozó bort vásárol.
- H4: A legismertebb szekszárdi borászat a Takler Borbirtok és Kúria, az ő borait vásárolják a legtöbben.

2. BORTURIZMUS

Napjainkra a turizmus egyik legdinamikusabban fejlődő területévé vált a borturizmus. A borkultúra terén hazánk évszázadokra visszanyúló hagyományokkal büszkélkedhet, de tulajdonképpen a magyar borok ismeretlenek a világ borpiacán. A bor és az ételek a turisták egyik utazási motívumává váltak világszerte (Sharples, 2002) aminek eredményeképpen a 90-es évek közepe óta a borturizmus a turizmus fontos formájává vált (Getz - Brown, 2006). „A borturizmus meghatározható abból a szempontból, hogy kik utaznak a borászatokhoz és mit a bor tapasztalnak a borturisták ezeken a célpontokon” (Byrd et al., 2016:20). Leginkább ismert tudományos meghatározását a borturizmusnak Hall et al. (2000) adta meg, mint „a szőlőültetvények, borászatok, borászatok, borászati fesztiválok és borbemutatók látogatása szőlőborok kóstolása és/vagy a szőlőbor tulajdonságainak megtapasztalása céljából, borvidék jellemzőinek megismerése”.

A Magyar Turizmus Zrt. (2013) definíciója szerint: „A borturizmus olyan turisztikai termék, amelynek esetében a látogató fő motivációja a felkeresett desztinációk szőlő- és borkultúrájának megismerése, a szőlőműveléshez és borfogyasztáshoz kapcsolódó élmények átélése, többek között borkóstolókon, szüreti vagy borfesztiválokon, szüreten való részvétel, vagy akár a szőlőművelésbe és a borkészítés folyamatába való aktív bekapcsolódás által. A borturizmus kínálati oldalát ennek megfelelően egyrészt a borvidékek és a borutak (mint meglátogatott célterületek), illetve borászatok, bortermelők, borospincék (mint szolgáltatók) alkotják. A borturizmus természetéből adódóan elsősorban vidéki térségek jellemző turisztikai terméke, azonban a városi környezetben is megjelenhet, például borfesztivál, borkóstoló borvacsora vagy akár bormúzeum formájában.”

A borturizmusnak több elemet foglal magába, amelyek közvetve vagy közvetlenül a borkóstoláshoz kapcsolódnak:

- pincelátogatás, borkóstoló
- borút kialakítása, borkóstoló túra
- borászok szálláskínálata
- borvendéglők borvidékeken
- borfesztivál- helyi
- szüret, szüreti fesztivál
- gasztronómia-borest

Az elmúlt néhány évben a kiemelt borrhíóókban jelentős szálláshely fejlesztések történtek. A híres borászatok ma már nemcsak a bor eladására koncentrálnak, hanem a vendégek

borászatukba csalogatására. Ha ezt sikerül elérniük, akkor megjelenik az igény, hogy a vendégek tartózkodását 1 napos látogatásról 2 vagy több napra növeljék.

Összefoglalva, a borturizmus alapja a szőlő- és borkultúra. A borturizmus legfőképpen a vidéki térségekre jellemző turisztikai termék. Kijelenthetjük, hogy a borturizmus egy komplex turisztikai termék.

2.1 Bormarketing

Hajdú (2004) a bormarketing fogalmát így fogalmazta meg: A bormarketing a marketing- és a bortudományok ötvözete, de nem csupán egyszerű összessége.

Ahhoz, hogy a bormarketing sikeresen legyen, az elméleti marketinget kiegészítve szőlészeti és borászati technológia, piacismeretek, reklám stb. szakértelem is kell. Mivel a bor speciális termék, ebből következik az, hogy a borfogyasztó, a borpiac és a marketingje is egyedi jellemzőkkel bír. A bormarketingben nem lehet minden esetben azokat a marketingeszközöket alkalmazni, amelyek más termékek esetében eredményesek. (Hajdú, 2004)

Várhelyi (2012) is hasonlóan vélekedik, miszerint a bormarketing lényegében eleget tesz a marketing általános szabályainak, de az alapvető differencia, hogy egy különösen összetett termékről van szó, amelynek minősége és fogyasztóinak ízlése is szubjektív. Manapság a borvidékek marketingtevékenységében nagy jelentősége van a bormarketing stratégiai eszközeinek. (Gaál-Párdányi, 2006).

A modern bormarketing komplex tevékenység, ami azt jelenti, hogy foglalkozik egyrészt:

- a termékkel (az adott bor, illetve pince, borvidék),
- annak általános imázsával (pl. a bor szerepe a gasztronómiában, vagy az egészségre gyakorolt hatásai),
- a termék elérhetőségével (hogyan lehet megvásárolni, igénybe venni),
- előnyeivel (árelőnyök, különleges minőség bemutatása, vagy pl. az egyediség hangsúlyozása), választásának aktualitásával (eseményhez, pl. a szürethez kötés, akciók)
- a termelővel (pl. az év borásza vagy valamilyen díj nyertese).

Magyarországon a Magyar Bormarketing Ügynökség Zrt. foglalkozik országos szinten a bormarketinggel. Egységes arculattal jelenik meg a legkiemelkedőbb nemzetközi borszakmai kiállításokon, amelynek alapvető célja Magyarország, mint évszázados hagyományokon alapuló borászati kultúrával rendelkező desztináció bemutatása és a hazai bortermelő szolgáltatók piacra segítése, értékesítés ösztönzése a Bormarketing Stratégiában megfogalmazott szempontokkal összhangban. ([http.6](http://6))

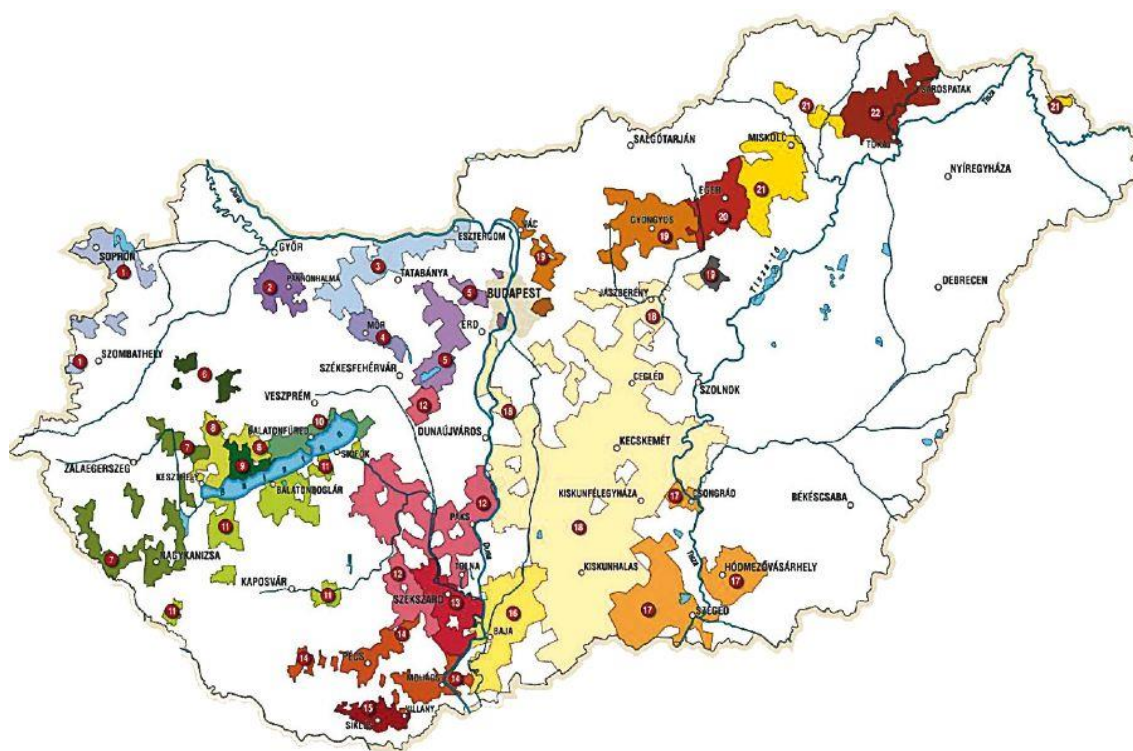
3. BORVIDÉKEK ÉS BORRÉGIÓK

A bortörvény megállapítása szerint a borvidék „olyan termőhelyek összessége, amely több település közigazgatási területére kiterjedően hasonló éghajlati, domborzati, talajtani adottságokkal, jellemző fajta összetételű és művelésű ültetvényekkel, sajátos szőlő- és bortermelési hagyományokkal rendelkezik, és amelyről sajátos jellegű borászati termékek származnak” (2004. évi XVIII. törvény a szőlőtermesztésről és borgazdálkodásról (2.§ (4.)).

Hazánkban tizenhat borvidéket tartottak nyilván 1986-ban. Mára a borvidékek száma huszonkettőre növekedett, amelyek hagyományokkal, egyedi és speciális adottságokkal vannak felruházva, mint például a talaj, az éghajlat, a domborzat, valamint a termelt szőlőfajták (Gaál–Párdányi 2006, Horváth 2015). „A vidéki régiók turisztikai attrakcióit fűzik fel azok a földrajzilag is meghatározható kínálatok, amelyek valamilyen téma köré szerveződve útvonalként kötik össze a terület fő vonzóerőit.” (Gaál–Párdányi, 2006:121) (1. ábra)

1. ábra: Borvidékek Magyarországon

Forrás: Borbasis.hu (<https://borbasis.hu/magyarorszag-borvidekei-6-borregio-22-magyar-borvidek/>)



Magyarországon 22 borvidéket tartunk számon, amelyek összesen 6 borrégiót alkotnak.

Balatoni borrégió:

- Badacsonyi borvidék
- Balatonboglári borvidék
- Balaton-felvidéki borvidék
- Balatonfüred-Csopaki borvidék
- Nagy-Somlói borvidék
- Zalai borvidék

Duna borrégió:

- Csongrádi borvidék
- Hajós-Bajai borvidék
- Kunsági borvidék

Felső-Magyarország borrégió:

- Bükk borvidék
- Egri borvidék
- Mátrai borvidék

Felső-Pannon borrégió:

- Etyek-budai borvidék
- Móri borvidék
- Neszmélyi borvidék
- Pannonhalmi borvidék
- Sopron

Pannon borrégió:

- Pécsi borvidék
- Szekszárdi borvidék
- Tolnai borvidék
- Villányi borvidék
- Soproni borvidék

Tokaji borrégió:

- Tokaji borvidék

3.1. Magyarország szőlőtermesztése és bortermelése

Magyarországra a szőlőművelés és a borkészítés mindig is jellemző volt. A római korból származó falfestményeken, szobrokon és síremlékeken a szőlő- és a bortermelés különféle képei jelennek meg. A honfoglalás után 1055-ben a tihanyi apátság alapító levelében I. András az apátságnak adományozott húsz szőlőművelőt, valamint két kádárt. Az elkövetkezendő évszázadokban az egyház és a főurak szőlőterületeit növekedés jellemezte. A török idők hátráltatták a bortermelést, de a török kiűzése után újra kivirágzott, amelyhez hozzájárult az is, hogy az elnéptelenedett területekre németeket telepítettek be, akik szőlészeti és borászati szakértelemmel rendelkeztek. A fejlődést a 19. század második felében pusztító filoxéra állította meg, az ültetvények hatalmas része elpusztult. A II. világháború után következő időszak sem tett jót a magyar borászatnak, viszont a rendszerváltás utáni korszakot már a szőlőtermesztés és a borkészítés fellendülése jellemzi, a magyar bor ismét képes volt világszínvonalú minőséget elérni (Bede, 2013). Hazánkban a XX. század elején 300 ezer hektáron termeltek bort. Egyrészt a termőterület csökkenés oka a filoxéra, amely hazánk szőlőterületének körülbelül 55%-át pusztította, de a megmaradt szőlőben is nagy károkat okozott. A második világháború a szőlőültetvényekben nem okozott jelentős kárt, inkább a pincék és a hordók rongálódtak meg. A földreform a szőlőterületeket tovább aprózta, de a fő probléma az volt, hogy a szőlők többsége felújításra szorult volna. Az 1948-ban nyilvántartott 243,2 ezer ha szőlő 1956-ra 195,4 ezer ha-ra csökkent, ezzel együtt a bortermelés is. Az 1950-es évek közepére nemcsak a bortermelés csökkent hatalmas mértékben, de ez az időszak minőség szempontjából is mélypont volt. Az 1970-es években a szőlőkivágások meghaladták a telepítéseket, ezáltal a Magyarország szőlőterülete egyfolytában csökkent. 1976–1990 között az országos fejlesztési tervnek köszönhetően 45.000 ha-on megfelelő szőlőültetvény létesült. A rendszerváltás után a szőlőterület még tovább csökkent, a keleti piacok kiesése által visszaestek a szőlő és a bor felvásárlási árai (Gyarmati et al., 2000). Az 1991-1995 közötti időszakban tovább folytatódott a nem kívánt irányzatok, szintén tovább csökkent az összes szőlőterület, ezen belül is a termőterület. Bár a termésátlag kis mértékben nőtt, de a termésmennyiség a termőterület csökkenésével párhuzamosan csökkent. Az 1991-1995 évek átlagában megyénkénti összehasonlításban a Dunántúlon a legnagyobb szőlőterülettel Veszprém, Zala, Tolna, Somogy és Baranya rendelkezett. (Bodnár László: A szőlészet és borászat helyzete az 1990-es években.) Hazánkban 2003 óta 15,1%-kal fogyott a termőterület. Ezt a visszaesést elsősorban a fehér

szőlőfajták területein vehetjük észre, hiszen ennek a szőlőfajtának a termesztése a legjellemzőbb. Az arány borvidékenként eltérő, de a visszaesés igencsak drasztikus, mivel a termőterület 2/3-a fehérszőlő. A 2005-ös év nem indult jól a bortermelők számára, mert özvíz szerű esőzés volt, és a nyár is csapadékosra sikeredett. Mivel az őszi időszakot az indián nyár jellemezte, ezért az aszúszemek szempontjából ez kedvező volt, a borászatok jó minőséget tudtak belőle betakarítani. A 90-es évek óta nem tapasztalható jelentős változás a borfogyasztásban, körülbelül ugyanannyi 2014-ben, mint 2009 és 2013 között. 2018-ban 392 ezer tonna borszőlőt szüreteltek Magyarországon, amiből 3,75 millió hektoliter bor készült, ez majdnem 30 százalékkal több, mint a 2017. évi bortermelés, derül ki a Hegyközségek Nemzeti Tanácsának adataiból. A szőlőterület 2022-ben 60 ezer hektáron található, amely 32 ezer hektárral alacsonyabb, mint 2001-ben. A terület csökkenés legnagyobb arányban szintén a fehérszőlő területét érintette, de a vörösborszőlő területe is csökkent.

3.2. Történelmi áttekintés

A szekszárdi borvidéken a borkészítés több mint két évezredes múltra tekint vissza. A római kori emlékek is bizonyítják, hogy már abban az időben szőlőt termesztettek ezen a vidéken, amelynek latin neve Alisca volt. A honfoglalást követően egyre nagyobb területen kezdtek szőlőt termesztani. Az államalapítás után, 1061-ben I. Béla bencés apátságot alapított Szekszárdon. A mohácsi vészig az apátság szerzetesei gazdálkodtak ezen a területen. A középkorban leginkább a fehérbor termelése volt jellemző, a török elől menekülő rácok hozták be a kadarkát, és a kékszőlő-termesztés kultúráját. A törökellenes háború után a borvidék elnéptelenedett. Mária Terézia telepítési politikájának köszönhető, hogy Szekszárd újra benépesült. A XVII. század második felét már a fejlődés jellemezte. A fejlődést a XIX. század második felében pusztító filoxéra állította meg, amely következtében lecsökkent a szőlőfajták száma és megváltozott a fajtaösszetétel. (Beck T. 2003)

4. SZEKSZÁRD

4.1. Szekszárdi borvidék

A Szekszárdi borvidék Tolna megye keleti részén helyezkedik el, elfoglalva Szekszárdi-dombságot és a Geresdi-dombság északkeleti részét. A tájat völgyek, illetve 150-250 méter magas dombvonulatok jellemzik. A szekszárdi borvidéken mérsékelt kontinentális éghajlat uralkodik: a telek enyhék, a nyarak melegek. Klímájának alakulására azonban az atlanti és a mediterrán éghajlat, valamint a Duna is nagy befolyással bír. A folyó vízfelszíne visszatükrözi a napsugárzást, illetve a víztömeg csökkenti a szélsőséges hőmérsékletváltozások hatásait. Nagy a hőösszeg és a napbesugárzás, ezzel szemben kevés a csapadék. Az évi csapadékmennyiség átlagosan 600 mm, ami elégséges a szőlő egészséges fejlődéséhez. A talaj túlnyomó része löszösnek mondható. A löszön 10 ezer évvel ezelőtt, a holocénben löszvályog, homokos-közzettörmelékös vályogtalaj, kisebb részben pannon homokkal kevert lösz alakult ki. A szőlőtermelés szempontjából rendkívül szerencsés, hogy a lösz mindig tartalmaz legalább 5-7% aktív meszet, de előfordulnak talajok akár 10-30% mésztartalommal is. A Geresdi-dombság borvidékhez tartozó területen agyagbemosódásos barna erdőtalajok is megjelennek. A hegyvonulat északi peremén a lösz alatt, a felszín közelében a tápanyagokban gazdag vörös agyag is megjelenik. Az elkészült borok minőségét nemcsak a földrajzi, hanem az emberi tényezők is befolyásolják. Ennek jelentősége egyre nagyobb szerepet kapott az európai borkultúrában és a terroir definíciójában. A lehatárolt termőterületek egyedi jellemzőinek kiemelését nem csak földrajzi adottságaiknak köszönhetik, hanem a hírnevük kialakulásában történelmi, társadalmi, kulturális tényezők is szerepet játszottak. A társadalomtudományos kutatások a terroir-rendszer kialakulását és jelenkori meglétét komplexebb jelenségként vizsgálják, mint a természettudományos kutatások. (Black-Ulin szerk. 2013)

A szekszárdi borvidékhez tartozó 15 település közé tartozik: Alsónána, Alsónyék, Báta, Bátaszék, Decs, Harc, Kakasd, Kéty, Medina, Ócsény, Sióagárd, Szálka, Szekszárd, Várdomb és Zomba. 1987-ben Szekszárd „a szőlő és a bor nemzetközi városa” lett. Jelenleg 1925 hektáron termesztnek szőlőt. Bár a szekszárdi borvidék legfőképp a vörösborairól híres, vannak fehérboraik is. A borvidéknek a negyedét több fajta fehér szőlő borítja. A borvidék legjellemzőbb kékszőlői a cabernet sauvignon, a cabernet franc, a kékfrankos, a merlot és a kadarka, amely híressé tette a szekszárdi borvidéket. A legjellemzőbb fehérszőlő-fajtái a sauvignon blanc, a chardonnay, a fűszeres tramini, a szürkebarát, illetve az olaszrizling. A szőlőfajta és a talaj is meghatározó a különböző boroknak az ízében. A vörös-, valamint a

fehérboroknak a megfelelő fekvés és éghajlat következtében magas az alkoholtartalmuk (Boros, 2003).

4.2. A szekszárdi borút

„A borutak olyan speciális tematikus utak, amelyek a borturizmust lokális szinten hivatottak szervezeten menedzselni.” (Gonda 2014, idézi Horváth szerk., 2015 48. o.)

A Szekszárdi Borvidék Borút Egyesület 1999-ben jött létre azzal a céllal, hogy működésével elősegítse a szekszárdi borvidék kulturális örökségének megóvását, kultúrájának megőrzését és továbbvitelét, illetve a térség idegenforgalmának fellendítését, fejlesztését (Horváth szerk., 2015). A Szekszárdi Borút a tematikus borutak kategóriájába tartozik.

A szekszárdi borút 2000 szeptemberében indult, a borturistáknak lehetősége van a teljes kínálatot végig kóstolni. A borút Harc és Bába között húzódik. A szervezett borkóstolásra van lehetőség előre egyeztetett időpontot foglalni, ilyenkor a borászok örömmel megmutatják a pincét is. A borút során egyéb szolgáltatókkal is találkozhatunk, akik fontos szerepet töltenek be a turisztikai élménykínálatban. A borút turisztikai szolgáltatói a kisvendéglők, ahol tájjellegű ételeket kóstolhatunk a hozzáillő borokkal párosítva, továbbá a borházak, tájházak, tanyamúzeumok, kerámia- és múzeumok várják az látogatókat, akik a kulturális örökségben nyernék betekintést. A borút előnye, hogy gazdaságfejlesztő hatását élvezik az elmaradott kistelepülések (Boros 2003, Gaál–Párdányi 2006). Fontos megemlíteni, hogy az utóbbi években a Szekszárdi borvidék egyre közismertebb, amit részben a különböző termékekre építő marketingkampányoknak, illetve az országos és nemzetközi borversenyeken elért kiemelkedő eredményeknek köszönhet (Horváth szerk.,2015).

4.3. Borhotelek

Szekszárd szempontjából szeretném megemlíteni a Takler Kúriát. A Kúriát 2015 tavaszán nyitották. A panzió a Kúriától 50 méterre található, minden szoba egy-egy emblemikus borról kapta a nevét, a szobákban a boros címkék színei köszönnek vissza egyedi jelleggel. A szobákat négy kategóriába sorolhatjuk: standard szobák, amelyeknél az elrendezésre a romantika jellemző, standard plus szobák a vidéki romantikba jegyében, superior szobák és deluxe szobák, ahol az elegancia találkozik a romantikával. A nívós szobák mellett nem feledkezhetünk el a wellness részlegről és az étteremről sem, a vendégek komplex szolgáltatásban részesülnek. (2. ábra)

2.ábra: Takler Kúria Szekszárd

Forrás: Otti Manufactura (<https://ottimanufactura.hu/referencia/takler-pinceszet-szekszard2/>)



A Hotel Merops**** egy borhotel Szekszárd belvárosában, a Mészáros borház szomszédságában. 2014 őszén nyitották meg hotelüket és éttermüket, ami borházuk szomszédságában található Szekszárd belvárosában. Négycsillagos minőségben, különleges enteriőrrel, felkészült személyzettel, személyre szabott szolgáltatásokkal várják vendégeiket. A szállodában 22 szoba, wellness részleg és 150 fős rendezvényterem áll rendelkezésre. A nyugodt kisvárosi környezet és a borvidék hangulata tökéletes kikapcsolódási lehetőséget nyújt mind a nyugalomra vágyóknak, mind pedig az aktív pihenést keresőknek. Lehetőség van kerékpár kölcsönzésre, illetve igény esetén program és kirándulás szervezést vállalnak a vendégek

számára. A szobákat 6 kategóriába sorolhatjuk: standard kétágyas, superior, deluxe, executive, prémium és prémium plusz. Különbség a szobák között az alapterület, felszereltség és az ár. (3. ábra)

3.ábra: Hotel Merops Mészáros****

Forrás: <https://szallas.hu/hotel-merops-meszaros-szekszard>



4.4. Szekszárd gasztronómiai kínálata

4.4.1. Szász étterem

A Szász étterem Szekszárd belvárosában, a Garay téren található. A vendéglátóegység egész évben várja vendégeit. 2024. június óta megújult étlappal várják a vendégeket, nem csak ételt, hanem élményt is szeretnének nyújtani a betérő vendégeknek. Különleges ételekkel kényeztetik a vendégeket. Néhány példa az étlapról: kapros vajtök krémleves égetett vadrizzzsel, citrusos apró gombákkal, kacsamáj mousse aszús málnakrémmel, sós piztácia morzsával, szász burger hagymalekvárral, camemberttel, dresszinges zöldségekkel. A magyar konyha jellegzetes ételeit alapul véve, különleges hozzávalókkal, egyedi konyhai eljárással teszik vonzóvá az ételeket. Az itallap kínálata között megtalálható a Vesztergombi pincészet, Dúzsi Tamás Pincészet, Vida, Fritz és Takler borászatok borai egyaránt. (Szász, 2024)

4.4.2. Trattoria Di Matteo

A velencei származású tulajdonos szívvel-lélekkel készíti a pizzát, tésztát és tengeri herkentyűket a vendégek számára. A tipikus olasz térsztaételek mellett az étlapon megtalálhatók saláták, rizottók és főételek széles választéka mint például tarkabors mártásos bélszín

petrezselymes parázsburgonyával, szaftos pacal pecorino sajttal, fokhagymás focacciával. 18 féle saláta, 62 féle pizza és 14 halas főétel közül választhatunk. (Trattoria di Matteo, 2024)

4.4.3. Bodri Optimus étterem

A bor és étel harmóniájára különös figyelmet fordítanak, így a BODRI borokkal leginkább összhangban álló ételpárosítások kerülnek ki Makk Norbert séf kezei alól, aki a kezdetektől fogva erősíti a csapatot. A fő irányvonal a magyar konyha sokszínűségének bemutatása, kicsit megformálva és modernizálva. 4 étlap közül választhatunk, állandó étlap, gourmet étlap, gyerek étlap, grill étlap. A gourmet étlap igazából egy borkostolóval egybekötött menüsort tartalmaz. A borvacsora a következő ételeket foglalja magába:

- faluhelyi kenegetős: padlizsánkrém, paradicsomtatar, avokádókrém
- gemenci vadgulyás szegfűgombával
- hagymás zsíron pirított burgonyanudli fejes salátával, bacon chipssel

A másik opció pedig a szarvasgombás borvacsora, melynél egyértelműen a szarvasgombát helyezik fókuszba. Ez a menüsor a következőket tartalmazza:

- szarvasgombás padlizsán- és avokádókrém
- finomfőzelék szarvasvagdalttal, szarvasgomba pestoval
- 36 órás marhapofa szarvasgombás Optimus mártással, angolzelleres burgonyapürével
- triplacsoki bomba Optimus redukcióval (Bodribor, 2024)

4.5. Szekszárd kulturális vonzereje

A város szíve a Béla tér. A téren megtalálható az 1805-ben épült copf típusú templom, ennek a nevezetessége, hogy Közép-Európa legnagyobb egyhajós temploma. Szintén itt található I. Béla által alapított monostor romjai. I. Béla szobra a róla elnevezett téren található, Lessenyey Márta alkotása. A szekszárdi Vármegyeháza belső udvarán látható a Borkút, melynek csapjaiból nevezetes alkalmakkor bor folyik. Pár percnyi sétára megtalálható Babits Mihály szülőháza, az épületben Emlékmúzeum működik. A gyermekkori emlékek, a fogadószoza bútorai, írásos emlékek és az udvaron a költő bronz-szobra, Farkas Pál szobrászművész alkotása fogadja az ideérkezőt. A Garay tér szintén pár perc sétára található a Béla tértől, ennek közepén Garay János szobra helyezkedik el. A tér egyik meghatározó épülete a Német Színház, ahol az ország egyetlen német nyelvű színháza működik. Nem csak építészeti, de kultúrtörténeti emlék az Augusz-ház épülete, melyet báró Augusz Antal építtetett, és ahol Liszt Ferenc négy alkalommal járt. Emlékét az épület falán emléktábla és a benne működő, nevét viselő zeneiskola örökíti meg. Nem feledkezhetünk meg az egykori zsinagóga épületéről sem, amely manapság a kortárs és klasszikus alkotók kiállításai, és hangversenyek kapnak otthont benne. ([http11](http://11))

Kíváncsi voltam, hogy a borászatok említést tesznek e bármilyen kulturális ajánlatról honlapjukon. A Takler Kúria, Dúzsi Tamás pincészete és Mészáros borászat honlapján erre vonatkozó információt nem találtam. A Bodri pincészetnél inkább aktív kikapcsolódásról írnak, amit Bodri körnek neveznek. A komplex élménynek a kulturális programok is a részét képezik, sajnálatos, hogy a borászatok erre nem gondolnak.

5. BORRAL KAPCSOLATOS HELYI RENDEZVÉNYEK

A fesztiválok szorosan kapcsolódnak a közösségi értékek fenntartásához és ünnepléséhez. A borrendezvények nemcsak azért fontosak, mert okot adnak a borfogyasztására, hanem azért is, mert meghatározó szerepük van a borok, a borvidékek és a borászatok népszerűsítésében (Hall-Mitchell, 2008).

5.1. Borvidék Félmaraton

Ezt az eseményt minden év májusában rendezik meg. A verseny Szekszárd utcáin és a borvidék dűlői között zajlik. A futóversenyt először 2010-ben rendezték meg. A legrövidebb táv 1 km, a leghosszabb pedig 30 km, amelynél lehetőség van egyéniben, illetve csapatban is nevezni. A verseny sikere véleményem szerint nagyban köszönhető a sajátos arculati elemeknek. A futóverseny Szekszárd belvárosán, a Szekszárdi-dombságon és a borvidék emelkedőin halad végig. A verseny résztvevői megismerhetik a Porkoláb-völgyet, Iván-völgyet, Istefán gödrét és Faluhelyet, amelyek Szekszárd jelképes dűlői. Szekszárd kiemelkedő borásza a verseny partnerei. A befutócsomagok része egy-egy üveg szekszárdi bor, és egy Borvidék Félmaratonos póló. A versenyt záró rendezvényt, a Bodri Pincészetnél rendezik meg.

5.2. Szekszárdi Szüreti Napok

A szüreti fesztivál „a bortermelés technológiai folyamatának legfontosabb, leglátványosabb eseménye, amelyhez helyi hagyományok is társulnak” (Várhelyi, 2012).

Egy helyen találkozik minőségi bor, a gasztronómia és a művészet. Szekszárdi Szüreti Napok a Szekszárdi borvidék kiemelkedő borturisztikai rendezvénye, amelyet a 70-es évek óta minden évben megrendezésre kerül. A Szekszárdi Szüreti Napok bemutatkozó helyként funkcionál a vendéglátósok számára is. A Béla király téren található Ízek utcájában a helyi éttermek specialitásait kóstolhatjuk meg. Idén a szüreti napokat 2024.09.19-22. között tartották. 30 szekszárdi borászat mutatja be nedűit. A látogatók már az idei évjárat friss fehér és rosé borait kóstolhatják. Fontos megemlíteni, hogy idén nem lesz vendégborvidék, csakis a szekszárdi borvidéken lesz a fókusz.

5.3. Iván-völgyi Kadarka túra

Az Iván-völgyi Kadarka túrát 2011 óta minden évben megrendezik, hatalmas népszerűségnek örvend. A résztvevők számát 400 főre korlátozták. A szervezők a résztvevők számára a

következőket biztosítják: egyedi logós kostóló pohár, ingyenes buszjárat a völgy két végéhez, 5 helyi és 5 vendégpincészet borai, borvásárlás lehetősége, eső esetén ajándék esőkabát.

5.4. Nyitott Pince Napok

A Szekszárdi borvidék borászai minden évben a pünkösdi hosszú hétvégén nyitott pincékkel és boraikkal várják az idelátogatókat. Nyitott Pince Napokkor a részt vevő borászok a meghatározott nyitvatartási időben várják a vendégeket, ilyenkor nem igényel előzetes bejelentkezést a pincelátogatás. Az idei évben huszonegy nyitott pince közül lehetett választani.

5.5. Bormúzeum

A szekszárdi Bormúzeum 1850-ben épült, amelyet régebben gőzfürdőként és kávézóként is használtak. Napjainkban a 20-60 fős rendezvényeknek is helyet adó Bormúzeum az Iván-völgyi Kadarka túra egyik helyszíne. Az idelátogató turistáknak kiváló programlehetőséget kínál, mivel a hagyományos szőlészeti-borászati eszközöket, a borvidék hagyományait, illetve a kádár mesterséget bemutató kiállítást tekinthetik itt meg. Emellett lehetőség nyílik még itt az egyedi akvarell-technikával, szekszárdi borokkal festett Vinorell kiállítás, valamint a boros címke kiállítás megtekintésére (Horváth, 2015).

5.6. Garay Élménypince

A Garay Élménypince egy középkor óta létező egyházi fenntartású dézsmapince volt a város központjában, amely az évszázadok során többször cserélt tulajdonost. Néhány éve most először a város tulajdonába került, egy borturisztikai pályázat kapcsán pedig 200 millió forint támogatásnak köszönhetően a régi, leromlott állapotban lévő, utóbbi években kihasználatlan pincéből részben borbemutató, részben turisztikai attrakciókkal felszerelt komplex egységet rendeztek be. Hétfélig hosszú nyitva tartása miatt a borturistáknak lehetősége van arra, hogy egy komplex kínálatot lássanak a szekszárdi borvidékről. A szekszárdi borászatok közül, akik komolyan forgalmaznak, és kereskedelmi mennyiséget tudnak előállítani, azoknak a legnagyobb része megtalálható a Garay Élménypincében, a leghíresebb borászatok nem hiányoznak a kínálatból. Nem csak bort lehet kapni az Élménypincében, hanem több különböző pálinkafőzde termékeit, szekszárdi csokit, mézet, helyi kézműves lekvárokat is vásárolhatunk. (4. ábra)

4.ábra: Garay Élménypince

Forrás: <https://www.garaypince.hu/borbar-szekszard/>



6. HÍRES SZEKSZÁRDI BORÁSZATOK

A legrangosabb hazai díj az „Év bortermelője Magyarországon”, amit magyar bortermelők nyerhetnek el. A kitüntetés a díjazott borászok kiemelkedő teljesítményéért, borainak állandó tökéletes minőségéért, azok hazai és külföldi sikereiért adható. 1991-ben adták át először ezt a díjat. Ma már jóval nagyobb a verseny, mivel számítanak a borversenyen elért eredmények, a marketing, a borászat iránti szimpátia, illetve a borász személye is. Öt borász van a szekszárdi borvidéken, akiknek sikerült elnyerniük ezt a díjat, 1993-ban Vesztergombi Ferencnek, 2004-ben Takler Ferencnek, 2011-ben Vida Péternek, 2014-ben Dúzi Tamásnak, továbbá Mészáros Pálnak 2016-ban.

6.1. Vesztergombi Pince

A Vesztergombi család az 1700-as évek eleje óta művel szőlőt és készít belőle bort. Vesztergombi Ferenc 1991-ben alapította a családi vállalkozást, ami a mai napig működik. Jelenleg 27 hektár szőlőterülettel rendelkeznek.

6.2. Takler Kúria

A Takler pincészet a szekszárdi borvidék egyik legismertebb borgazdasága. A pincészet 80 hektáron gazdálkodik. Jelenleg a vállalkozást Takler Ferenc és két fia irányítja.

6.3. Vida Családi Borbirtok

A borbirtok Szekszárd déli részén található. A termőterület jelenleg 23 hektár. Minden szőlőterületükön olyan fajták, olyan művelésmódok és tökeszám terem, ami lehetőséget ad arra, hogy megmutassák az igazi szekszárdiságot megmutassák.

6.4. Dúzi Tamás Pincészet

A vállalkozást 1994-ben alapították. 40 hektáron gazdálkodnak és még további 20 hektár termését integrálják szerződött, ellenőrzött partnereiktől. Sokféle helyi és egyéb tradicionális szőlőfajtával foglalkoznak. Görögsző 2009-es Cabernet franc & Cabernet sauvignon házasításuk 2013-ban a legrangosabb Boredeaux-i nemzetközi borversenyen nagyarányat és „Prix Special Hongrie” díjat nyert el.

6.5. Mészáros Borház és Pincészet

A borászatnak több száz éves hagyománya van a Mészáros családban. Jelenlegi termőterületük 110 hektárnyi. A több mint 250 éves pincéjükben lehetőség van borbemutatón és rendezvényeken való részvételre.

7. ALKALMAZOTT MÓDSZEREK

A szakdolgozatomban a következők módszereket alkalmaztam:

Szekunder adatok elemzésével kezdem, itt már ismert eredményekre támaszkodom, amelyeket mások tettek közzé. A szakirodalom elemzése során bemutatásra kerül a borturizmus, bormarketing, a szekszárdi borút, borhotel Szekszárd tekintetében, borvidékek és borrhégek, Magyarország borok tekintetében, az Európai Unió borpiaci szabályozása, a szekszárdi borvidék és a borvidék történelmi áttekintése. Ezután fontosnak tartottam megemlíteni a borral kapcsolatos helyi rendezvényeket és a híresebb szekszárdi borászokat, melynél elsődleges szempontnak a legrangosabb hazai díj elnyerését tekintettem.

A szekunder kutatást követően primer kutatást végeztem. A kutatásomhoz kvantitatív kérdőívet készítettem, melyben nyitott és zárt kérdéseket is feltettem. A kérdőívet a Facebook közösségi oldalon nyilvánossá tettem. 2024.09.23.-2024.10.01. között 164 értékelhető választ kaptam. A megkérdezés önkéntes alapon zajlott és anonim volt. A kérdőívet úgy állítottam össze, hogy választ kapjak kutatási kérdéseimre és igazolni tudjam hipotéziseimet a válaszok alapján.

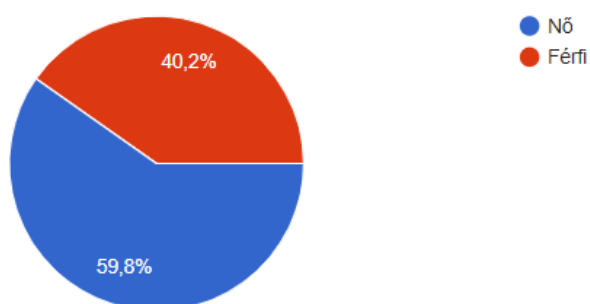
8. EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK

8.1. A válaszadók nemek szerinti megoszlása

A válaszadók között nagyobb arányban voltak a nők (59,8%) mint a férfiak (40,2%). A nők magasabb jelenléti aránya visszavezethető arra, hogy a kérdőívet online platformon, a saját ismerőseim töltötték ki, ahol nők vannak többségben jelen. (5. ábra)

5.ábra: Nemek szerinti megoszlás (n=164 fő)

Forrás: saját szerkesztés

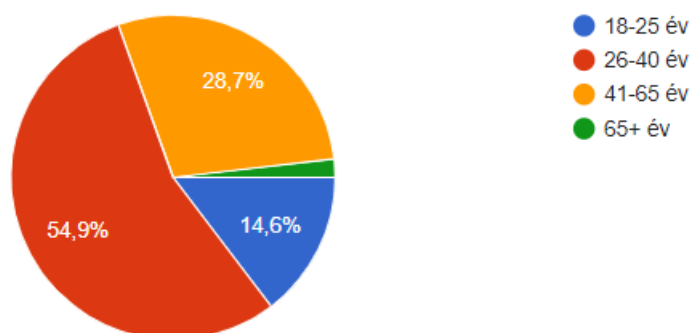


8.2. A válaszadók életkora

A kor szerinti megoszlásban a 18-25 év közöttiek aránya 14,6%, a 26-40 év közöttieké 54,9%, a 41-65 év közöttieké 28,6%, a 65+ korosztály 1,8%. A 26-40 közötti korosztály azért ennyire kiugró, mert én is ebbe a korosztályba tartozom, és mivel túlnyomó részt az ismerőseim töltötték ki. A második legkiemelkedőbb korosztály pedig annak tudható be, hogy édesanyám ismerősei is részt vettek a kitöltésben. (6. ábra)

6.ábra: Életkor szerinti megoszlás (n=164 fő)

Forrás: saját szerkesztés

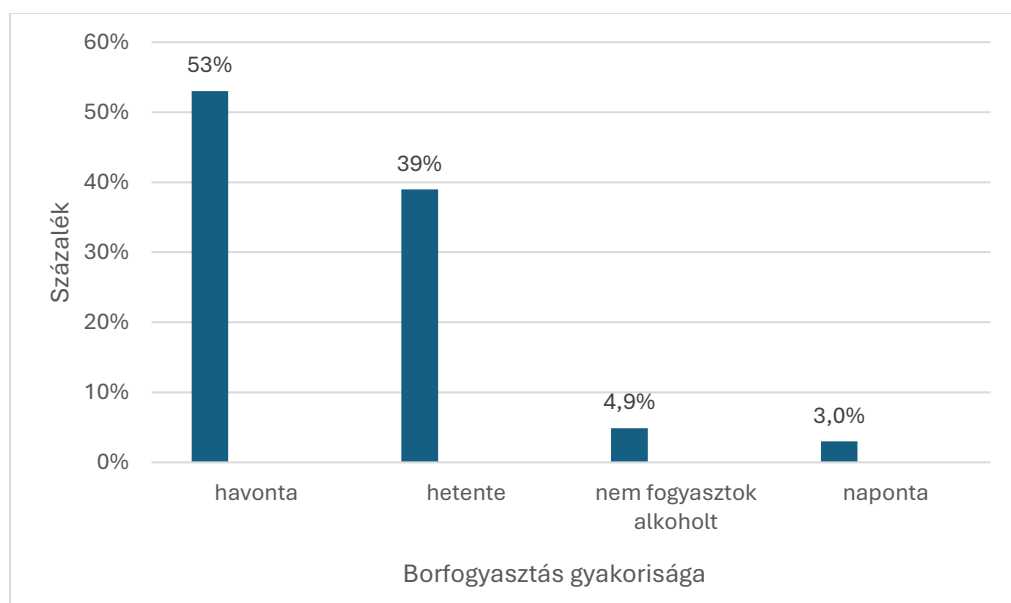


8.3. Borfogyasztás gyakorisága

A borfogyasztás gyakoriságát vizsgálva a kitöltők 53%-a havi rendszerességgel fogyaszt bort, 39%-a pedig heti rendszerességgel. A kitöltők közül olyanok is voltak, akik nem fogyasztanak alkoholt, ez a kitöltők 4,9%-át teszi ki, a napi rendszeresség csupán 3%. (7. ábra)

7.ábra: Borfogyasztás gyakorisága (n=164 fő)

Forrás: saját szerkesztés



Ebből a mintából látható, hogy a 26-40 év közötti korosztály kiemelkedő a borfogyasztás gyakoriságában. A keresztábla adatai alapján egyértelműen megfigyelhető, hogy ezen korosztályban a borfogyasztás gyakorisága változó, de a „Hetente” és „Havonta” kategóriákban is kiemelkedő. A táblázat segít abban, hogy pontosan felmérjük, milyen arányban fordulnak elő a különböző fogyasztási szokások különböző korosztályoknál. (1. táblázat)

1.táblázat: Borfogyasztás rendszerességének vizsgálata a korosztályoknál

Forrás: saját szerkesztés

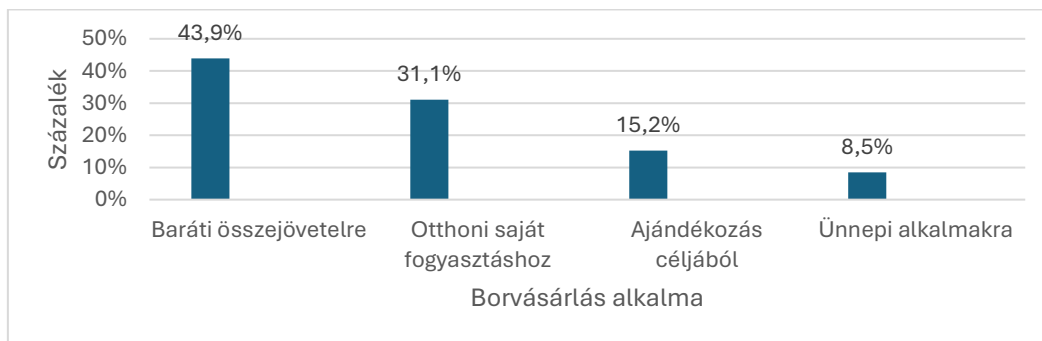
Korosztály	Havonta	Hetente	Naponta	Nem fogyasztok alkoholt
18-25 év	14	9	1	0
26-40 év	45	37	4	3
41-65 év	27	15	0	5
65+ év	1	2	0	0

8.4. Borvásárlás gyakoriságának megoszlása

A következő kérdésnél is több válaszlehetőség volt. Alapvetően megállapítható, hogy a borvásárlást a válaszadók nagyrésze valamilyen társas eseménnyel, például barátokkal köti össze. A lenti ábrán jól látszik, hogy a válaszadók közül leginkább baráti összejövetelkor vásárolnak bort. (43,9%). Az otthoni saját fogyasztáshoz történő vásárlás 31,1%. Ajándékozás céljából 15,2% valamint ünnepi alkalomra 8,5% vásárol bort. Ennél a kérdésnél lehetőség volt arra, hogy saját választ írjanak. Egy olyan válasz érkezett, hogy minden alkalomra bort vásárol az illető (0,6%), és egy olyan, hogy baráti, ünnepi és szakmai szempontból egyaránt vásárol bort (0,6%). (8. ábra)

8.ábra: Borvásárlás alkalmi (n=164 fő)

Forrás: saját szerkesztés

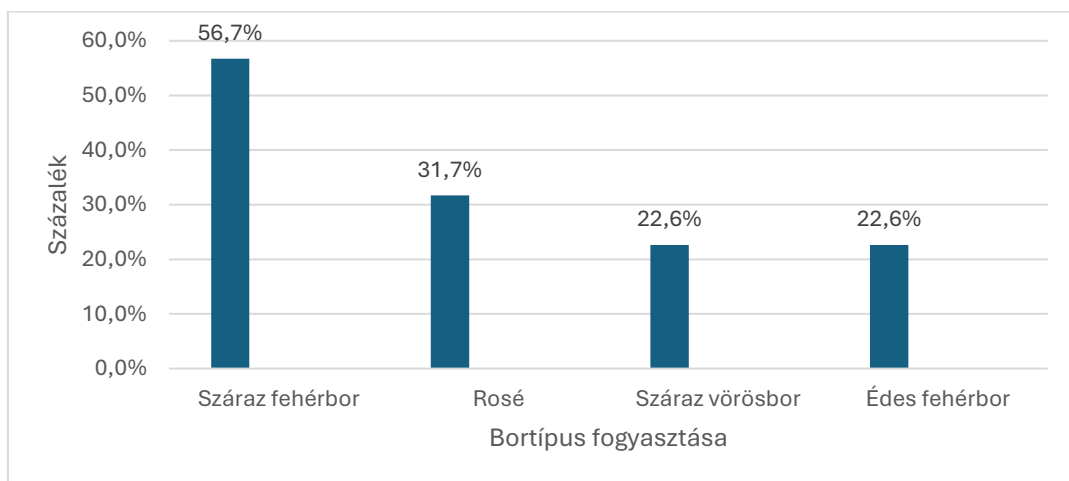


8.5. Bortípus fogyasztása

A következő ábra jól szemlélteti, hogy a száraz fehérbor fogyasztásának népszerűsége kiugró (56,7%). Véleményem szerint ez visszavezethető arra, hogy a válaszadók többsége nő, és ők nem kedvelik annyira a testes vörösborokat, inkább a könnyedebb fehérbort. Ezt követi a rosé 31,7%-kal. A száraz vörösbor és az édes fehérbor fogyasztása megegyező, 22,6%-kal. Ez alapján a H2 hipotézisemet, miszerint a fogyasztás fehérbor tekintetében a legmagasabb igazolni tudom. (9. ábra)

9.ábra: Bortípus fogyasztása (n=164 fő)

Forrás: saját szerkesztés

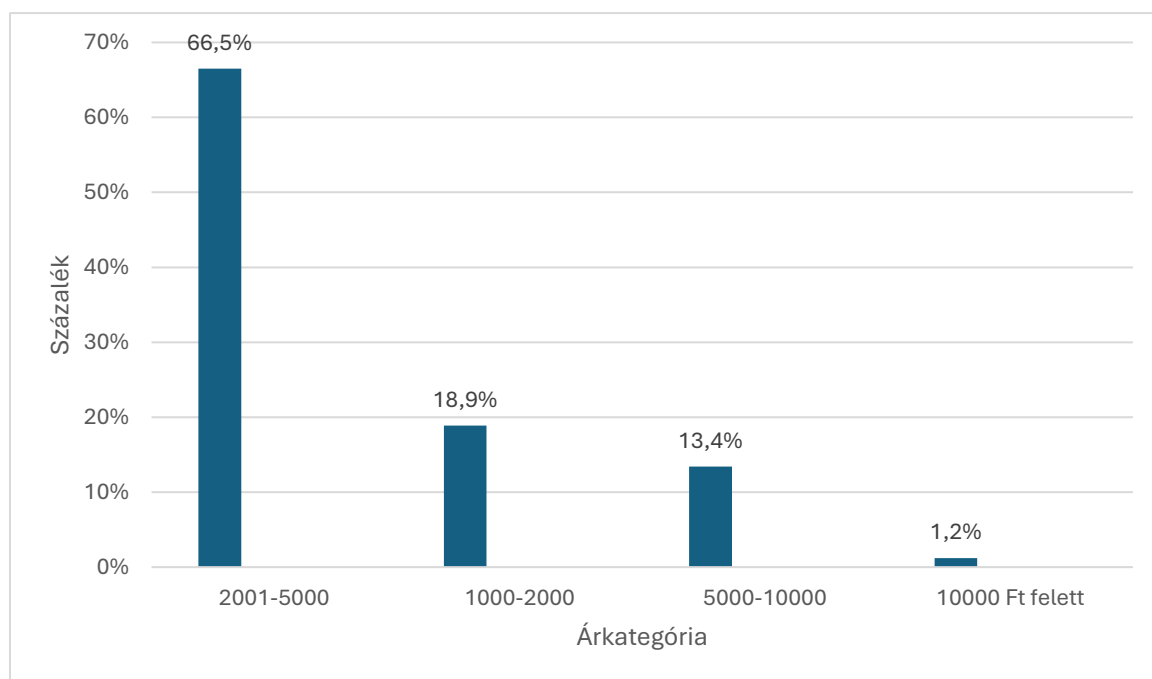


8.6. Árkategória szerinti vásárlás

H3 hipotézisemet igazolom, miszerint a válaszadók többsége (66,5%) 2000-5000 Ft árkategóriába tartozó bort vásárol. Ez az állítás a válaszadók 66,5%-a igaz. Ezt követi 18,9%-kal az 1000-2000 Ft közötti árkategóriájú bor, a kitöltők 13,4%-a vásárol 5000-10000 Ft-ig terjedő árkategóriában, 10000 Ft-nál többet csupán csak 1,2% hajlandó kiadni. (10.ábra)

10.ábra: Borvásárlás árkategória szerint (n=164 fő)

Forrás: saját szerkesztés



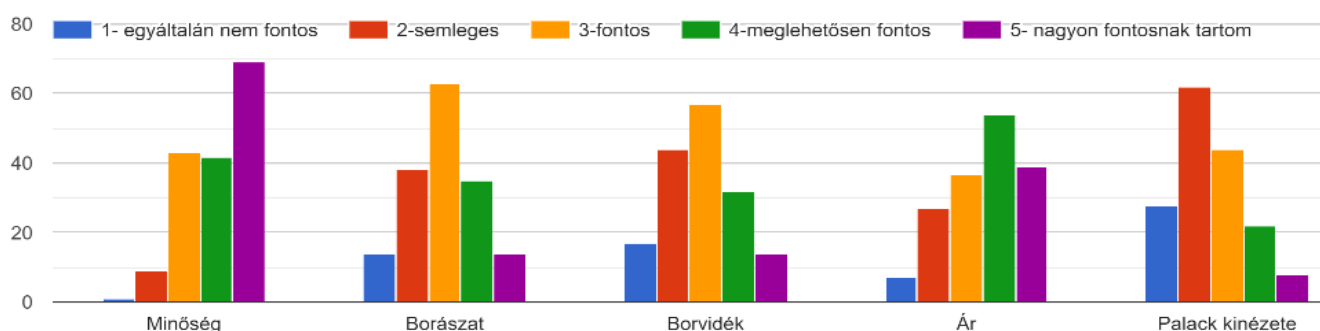
8.7. Legfontosabb szempont a borvásárlás során

Ennél a kérdésnél a válaszadóknak 1-5-ig terjedő skálán kellett meghatározniuk, hogy mi az, ami számukra nagyon fontos szempont és mi az, ami egyáltalán nem. Tehát a válaszlehetőségek a következőképpen alakultak: 1-egyáltalán nem fontos, 2-semleges, 3-fontos, 4-meglehetősen fontos, 5-nagyon fontos. H1 hipotézisemet elvettem miszerint a minőség a legfontosabb szempont. A válaszadók számára a legfontosabb szempont az ízvilág. A minőség 69 fő számára volt a legfontosabb szempont ez 42,07%-ot jelent, míg az ízvilágot 76 fő tartotta prioritásnak, ami a válaszadók 46,34%-át jelenti. Azt azonban mindenképpen meg kell állapítanom, hogy az ízvilág és minőség kiemelkedően fontos szerepet játszanak a borvásárlás során. Ez megfelel annak a trendnek, hogy jelenleg a borkészítésben is a minőségi borok játsszák a legfontosabb szerepet. Ezt követte az ár, amelyet 39 fő (23,78%) helyezett ötös skálára. A borászat és borvidék ugyanazt az eredményt érte el a fontossági skála legtetőjén, 14 fővel (8,54%). A palack kinézete az, amit legkevesebben tartanak nagyon fontos szempontnak borvásárlás során, mindössze 8 fő (4,88%). (11.ábra)

11.ábra: Legfontosabb szempont borvásárlás során (n=164 fő)

Forrás: saját szerkesztés

5. Mit tart a legfontosabb szempontnak borvásárlás során?



8.8. Leggyakrabban látogatott borvidék

Az 2. táblázatban a három leggyakrabban látogatott borvidéket szemléltetem. Véleményem szerint azért a Badacsonyi Borvidék végzett az első helyen, mert túlnyomórészt az ismerőseim töltötték ki, számukra ez a legkönnyebben megközelíthető borvidék, és nagyon sokan a május 1-jét a Badacsonyan ünneplik. Villány azért lehet népszerű, mert sokan látogatják a minden évben megrendezésre kerülő gasztronómiai fesztivált, illetve a pütkösi nyitott pincék sem elhanyagolhatók. A szekszárdi borvidék pedig azért került a harmadik helyre, mert az ott élő ismerőseim is segédkeztek a kitöltésben és a kérdőív tovább osztásában. A többi borvidékkel kapcsolatban a látogatottság megoszlását egy diagrammal szemléltetem. (12.ábra)

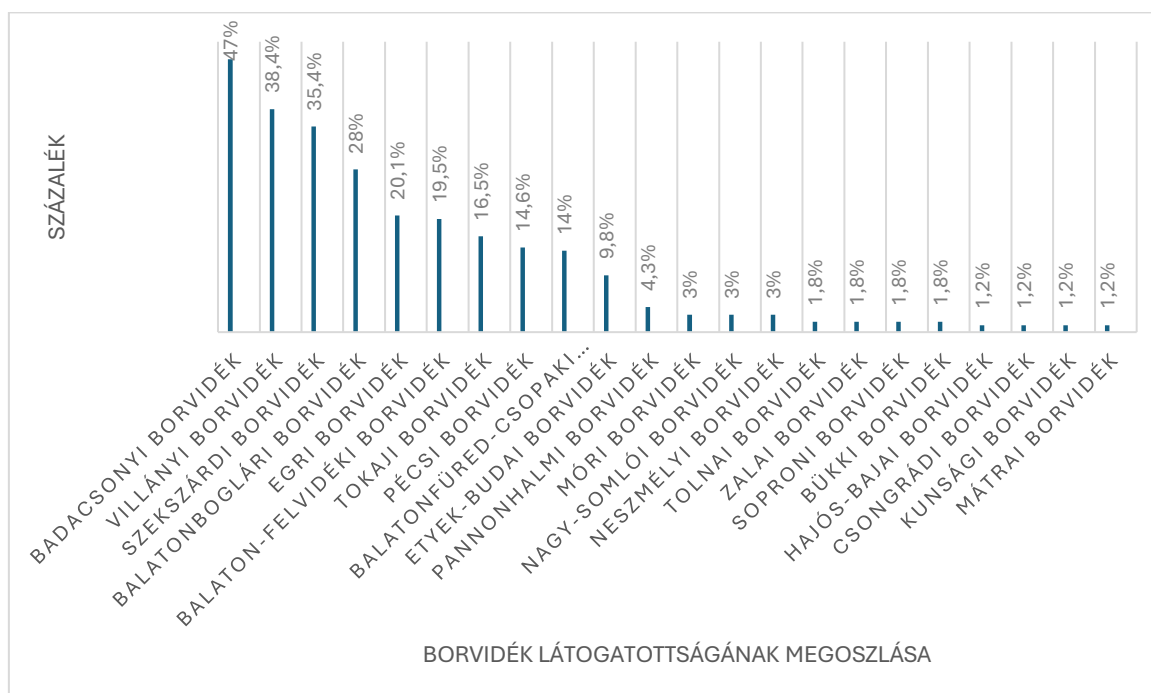
2.táblázat: Válaszadók által leggyakrabban látogatott borvidék (n=164)

Forrás: saját szerkesztés

Borvidék	Fő	Százalék
Badacsonyi borvidék	77 fő	47%
Villányi borvidék	63 fő	38,4%
Szekszárdi borvidék	58 fő	35,4%

12. ábra: Borvidékek látogatottságának megoszlása (n=164 fő)

Forrás: saját szerkesztés

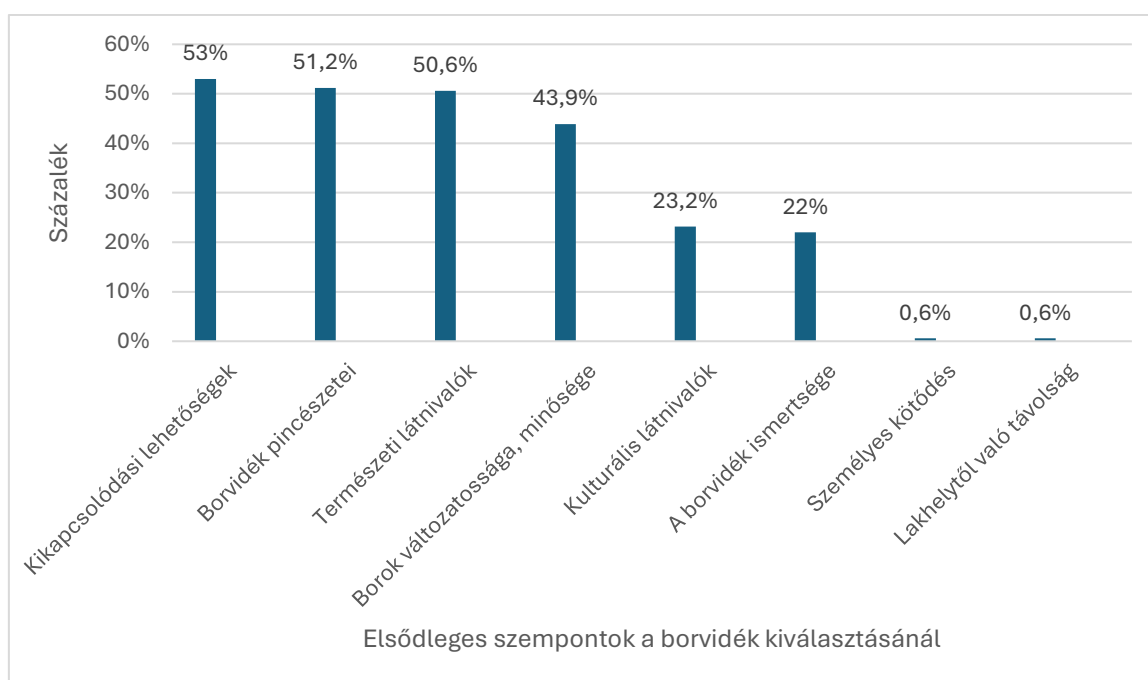


8.9. Elsődleges szempontok a borvidék kiválasztásánál

Ennél a kérdésnél a kitöltők több válaszlehetőség közül választhattak. Kíváncsi voltam, hogy mik azok a szempontok, amelyet a borturisták figyelembe vesznek a borvidék kiválasztásánál. A legfontosabb szempontnak a kikapcsolódási lehetőségek bizonyultak (53%), ezt követi a borvidék pincészetei (51,2%), majd a természeti látnivalók (50,6%) és a borok változatossága, minősége (43,9%). 23,2% jelölte, hogy számukra szempont a kulturális látnivaló és 22%-nak számít a borvidék ismertsége. 1-1 ember válaszolta, hogy a személyes kötődés és a lakhelytől való távolság is szempont, ez 0,6%-ot jelent. (13.ábra)

13.ábra: Elsődleges szempontok a borvidék kiválasztásánál (n=164 fő)

Forrás: saját szerkesztés

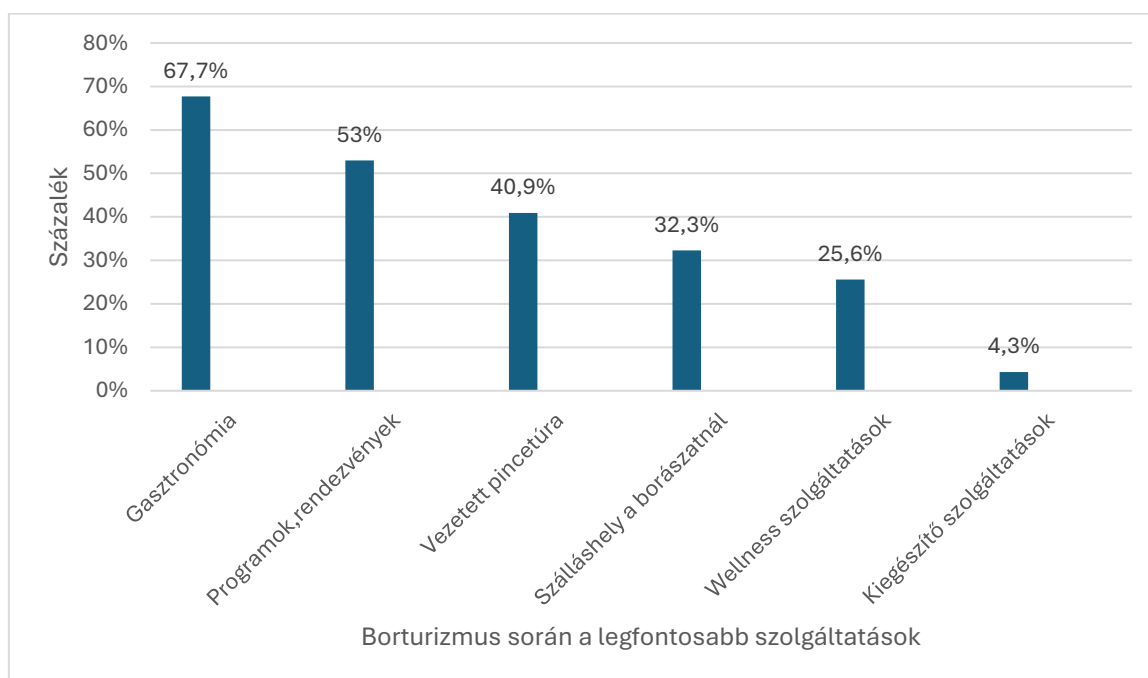


8.10. Borturizmus során a legfontosabb szolgáltatások

A borturizmus során a válaszadó számára legfontosabb szolgáltatásokra vonatkozó kérdésnél legmagasabb eredményt a gasztronómia érte el (67,7%). Ezt követően a programok, rendezvények kínálata (53%), vezetett pincetúra/dűlőtúra (40,9%). A szálláshely a borászatnál csupán csak 32,3%-nak fontos, ami számomra meglepő, mert azt gondoltam, hogy ez teszi teljessé az élményt, hiszen ezesetben egy komplex szolgáltatásról beszélünk. Nem csak borkóstolásra van lehetőség, hanem megismerhetjük a borászat történetét, lehetőség van körbejárni a pincét, esetleg egy borkóstoláson egybekötött vacsorán is részt vehetünk, illetve kiegészítő szolgáltatásokat is kínálnak számunkra. Ezt követi a wellness szolgáltatás (25,6%), végezetül pedig a kiegészítő szolgáltatások, mint például vezetett biciklitúra (4,3%). (14.ábra)

14.ábra: Borturizmus során a legfontosabb szolgáltatások (n=164 fő)

Forrás: saját szerkesztés

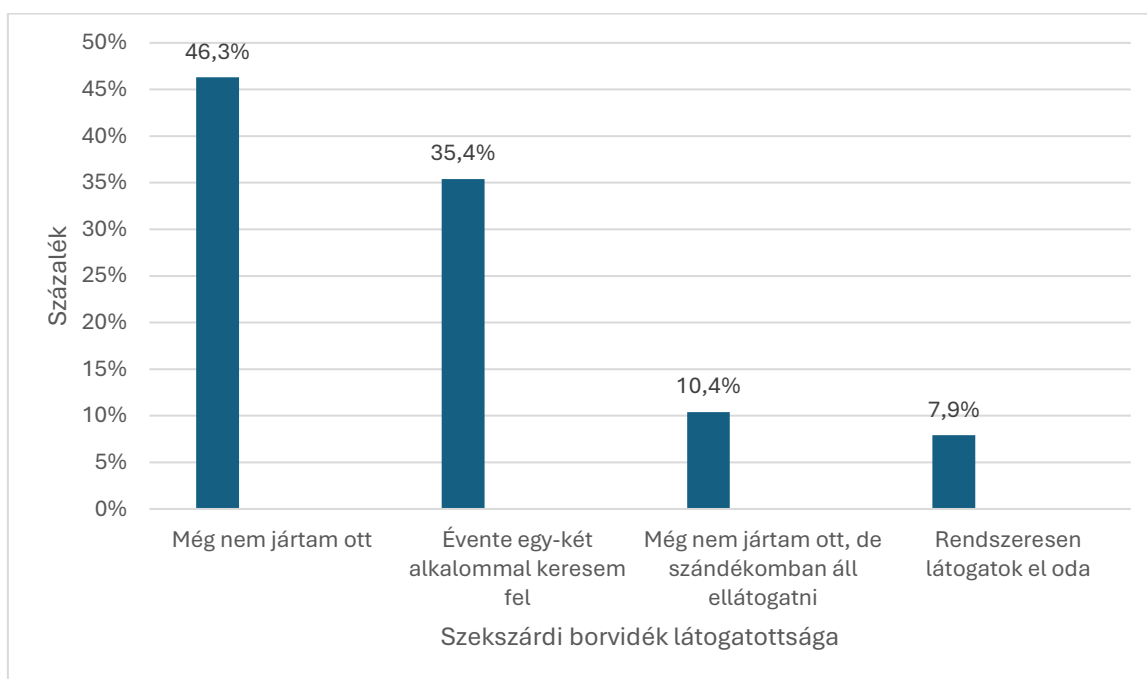


8.11. Szekszárdi borvidék ismertsége

A kérdőív második felében a szekszárdi borvidék ismertségét szerettem volna felmérni. A válaszadók 46,3%-a még nem járt ezen a borvidéken. 35,4% évente egy-két alkalommal keresi fel, 10,4% még nem járt, de szándékában áll ellátogatni, csak 7,9% látogatja rendszeresen a borvidéket. (15.ábra)

15.ábra: Szekszárdi borvidék látogatottsága (n=164 fő)

Forrás: saját szerkesztés



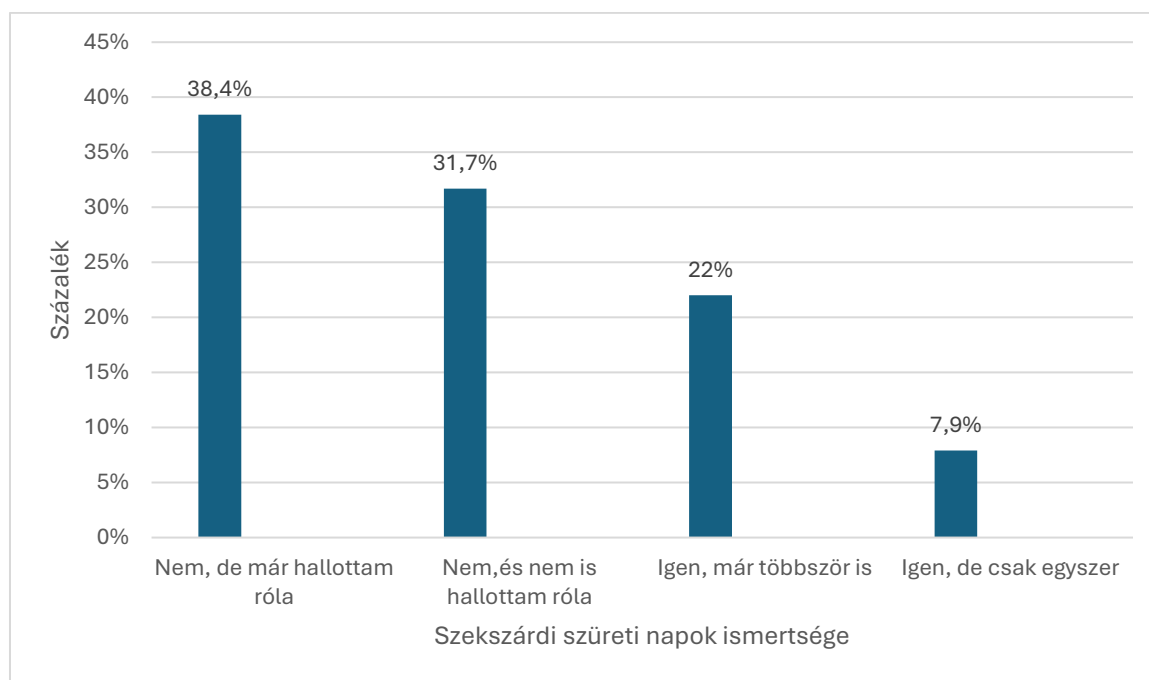
8.12. Szekszárdi szüreti napok ismertsége

A következő kérdésnél a szekszárdi szüreti napok ismertségét szerettem volna felmérni. A válaszadók 38,4%-a nem járt, de már hallott róla, 31,7% nem járt, és nem is hallott róla, 22% már többször is járt, 7,9% csak egyszer. A 15.ábra eredménye alapján feltételezem, hogy azok a látogatók, akik évente egyszer-kétszer keresik fel a szekszárdi borvidéket (35,4%), a szüreti napokra is ellátogatnak.

Véleményem szerint annak az oka, hogy a válaszadók többsége még nem járt az lehet, hogy Kaposvártól Szekszárd 1,5 órára található és az utak sem a legjobb minőségűek, illetve korábbi kérdés alkalmával kiderült, hogy a válaszadók közül legtöbben a Badacsonyi borvidéket látogatják, ennek az okát korábban kifejtettem. (16.ábra)

16.ábra: Szekszárdi szüreti napok ismertsége (n=164 fő)

Forrás: saját szerkesztés

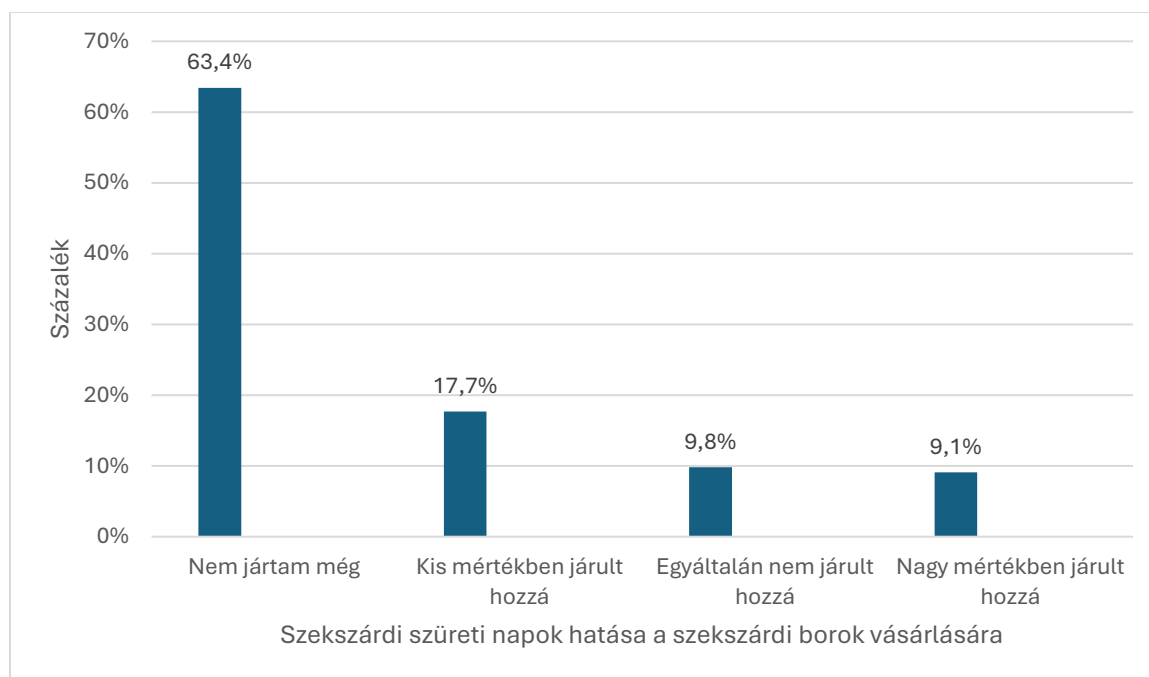


8.13. Szekszárdi szüreti napok hatása a szekszárdi borok vásárlására

A válaszadók 63,4%-a állította, hogy még nem járt a szüreti napokon, 17,7%, hogy kismértékben járult hozzá, 9,8%, hogy egyáltalán nem járult hozzá és 9,1%, hogy nagymértékben járult hozzá ahhoz, hogy szekszárdi borokat vásároljon. A 16.ábrán szemléltettek alapján (22% többször is járt a szüreti napokon, 7,9% egyszer járt ott) megállapítható, hogy a többségük (17,7%+9,1%) vásárlási szokásaira pozitív hatást gyakoroltak a szüreti napok. (17.ábra)

17.ábra: Szekszárdi szüreti napok hatása a szekszárdi borok vásárlására (n=164 fő)

Forrás: saját szerkesztés

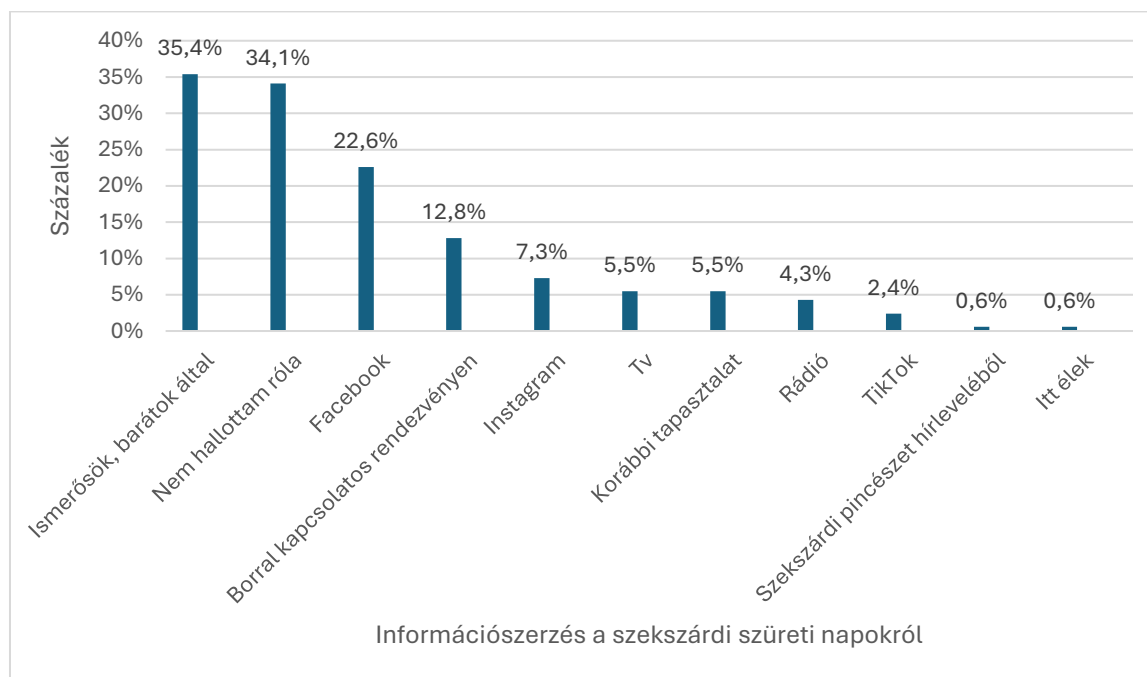


8.14. Információszerzés a szekszárdi szüreti napokról

A következő kérdésnél arra voltam kíváncsi, hogy a válaszadók honnan értesültek az eseményről. 35,4% ismerősök/barátok által, 34,1% nem hallott róla, 22,6% a Facebookról, 12,8% borral kapcsolatos rendezvényen, 7,3% Instagramról, 5,5% TV-ből szintén ennyien válaszolták, hogy korábbi tapasztalatból, 4,3% a rádióból, 2,4% pedig a TikTokról. Egy olyan válasz érkezett, hogy „szekszárdi pincészet hírleveléből” (0,6%) és egy olyan, hogy „itt élek” (0,6%), ugyanis egyéb lehetőség is volt megadva a válaszlehetőséget között. Megállapítható, hogy a szájhagyomány után a social média jelentős információforrás, mindamellett a rendezvények hatása sem hanyagolható el. (18.ábra)

18.ábra: Információszerzés a szekszárdi szüreti napokról (n=164 fő)

Forrás: saját szerkesztés

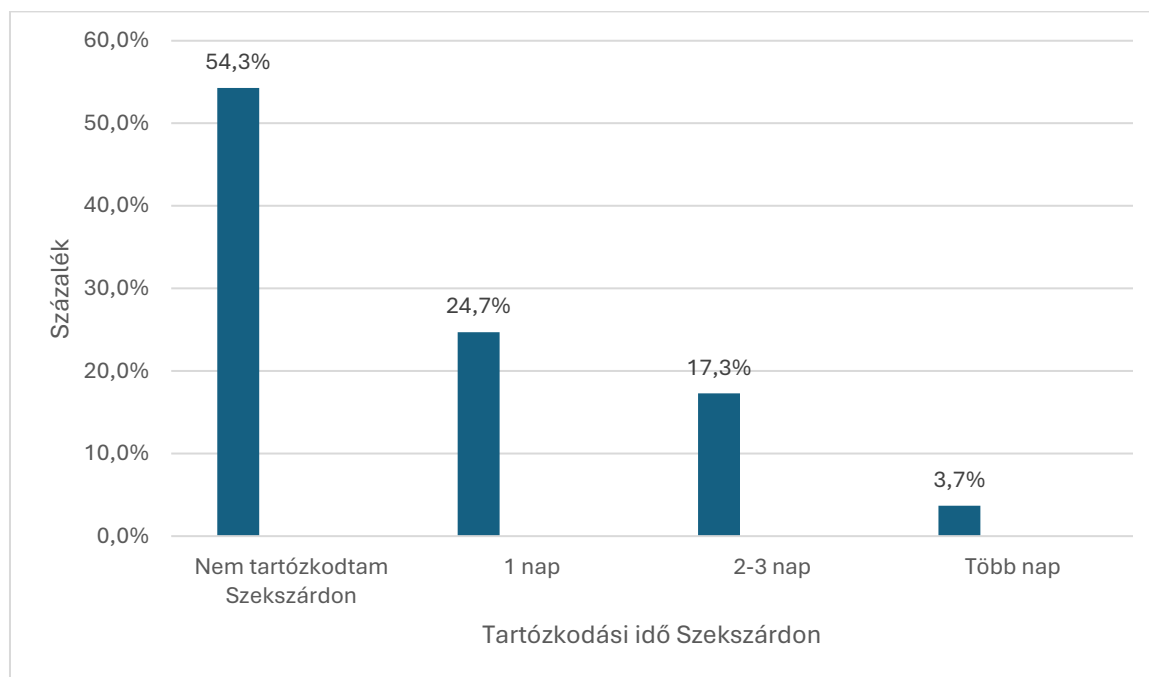


8.15. Tartózkodási idő Szekszárdon

A következő kérdésnél azt szerettem volna tudni, hogy egy borturista mennyi ideig tartózkodik adott borvidéken, hogyha borral kapcsolatos helyi rendezvényről van szó. Ennél a kérdésnél megadtam egy olyan válaszlehetőséget, hogy „nem tartózkodtam Szekszárdon”, mivel lehet, hogy csak pár órát töltött Szekszárdon. Erre a válaszlehetőségre érkezett a legtöbb válasz (54,3%), egy napot 24,7% töltött el Szekszárdon, kettő-három napot 17,3%, több napot csupán csak 3,7%. Szekszárd borturisztikai vonzereje még nem nagyon erős az itt töltött napok számát tekintve. (19.ábra)

19.ábra: Tartózkodási idő Szekszárdon (n= 164 fő)

Forrás: saját szerkesztés

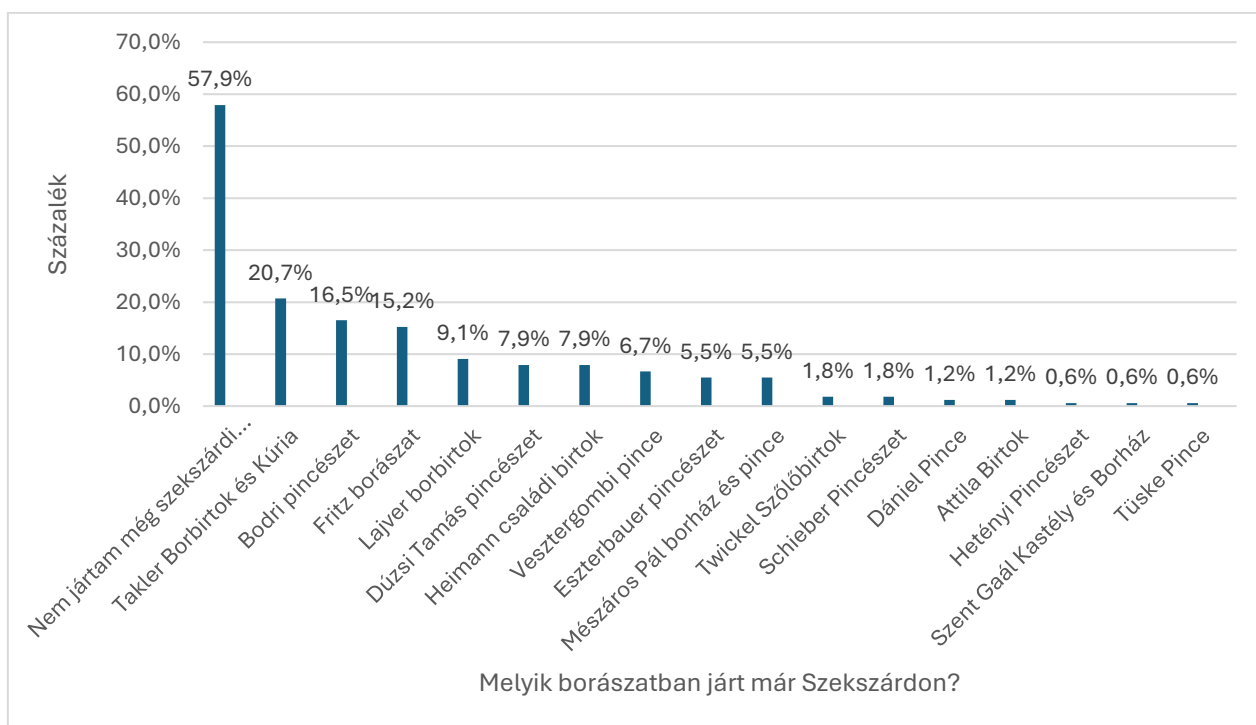


8.16. Melyik borászatban járt már Szekszárdon?

Azt szerettem volna tudni, hogy a kitöltők melyik szekszárdi borászatban jártak. A válaszlehetőségek meg voltak adva és többet is meg lehetett jelölni. A válaszok a következőképp alakultak: még nem járt szekszárdi borászatnál (57,9%), Takler Borbirtok és Kúria (20,7%), Bodri pincészet (16,5%), Fritz Borászat (15,2%), Lajver Borbirtok (9,1%), Dúzsi Tamás Pincészet és a Heimann családi birtok (7,9%), Vesztergombi pince (6,7%), Eszterbauer Pincészet és Mészáros Pál Borház és Pince (5,5%), Twickel Szőlőbirtok és a Schieber Pincészet (1,8%), Dániel Pince és Attila Birtok (1,82%), Hetényi Pincészet, Szent Gaál Kastély és Borház és a Tüske pince (0,6%). H4 hipotézisem csak részben fogadom el, mert ugyan a legtöbben a Takler Borbirtok és Kúriába jártak (20.ábra), de borvásárlás tekintetében a Bodri pincészet a legnépszerűbb. (21.ábra)

20.ábra: Melyik borászatban járt már Szekszárdon? (n=164 fő)

Forrás: saját szerkesztés

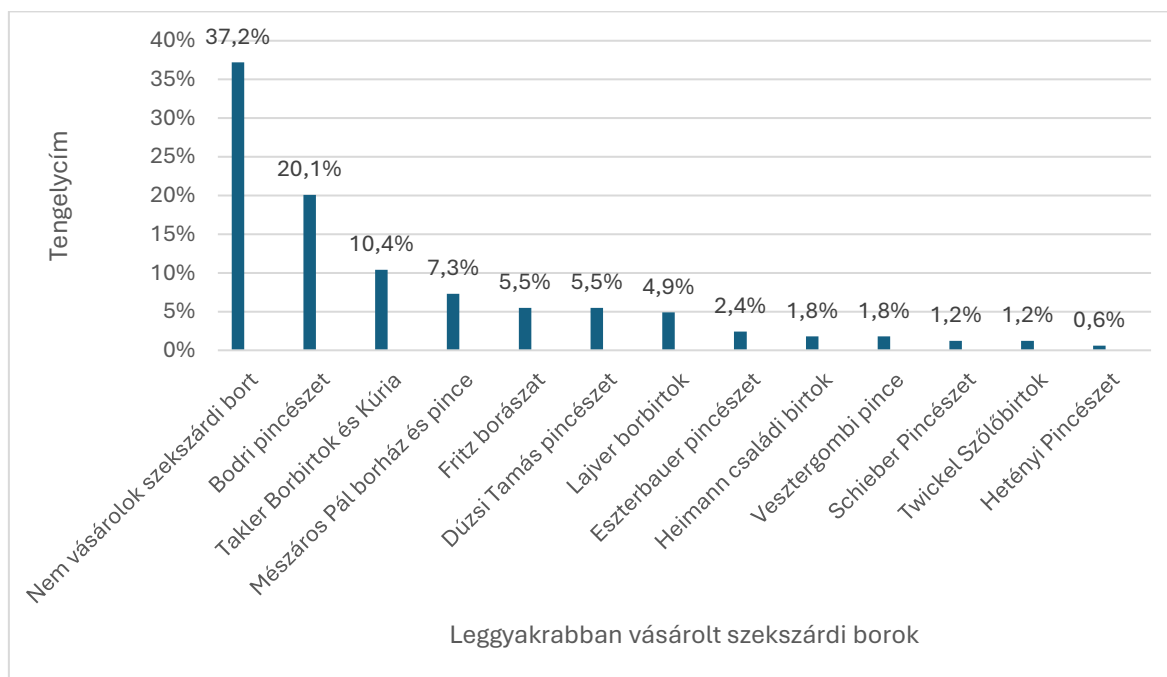


8.17. Leggyakrabban vásárolt szekszárdi borok

A következő kérdés célja az volt, hogy felmérjem, mely borászatok a legnépszerűbbek, milyen szekszárdi bort vásárolnak a válaszadók a leggyakrabban. A Bodri pincészet borait 20,1% vásárolja, Takler Borbirtok és Kúria borait 10,4%, Mészáros Pál Borház és Pince 7,3%, Fritz Borászat és Dúzi Tamás Pincészet 5,5%, Lajver Borbirtok 4,9%, Eszterbauer Pincészet 2,4%, Heimann családi Birtok és Vesztergombi Pince 1,8% Schieber Pincészet és Twickel Szőlőbirtok 1,2%, Hetényi Pincészet 0,6%, végezetül a nem vásárolok szekszárdi bort lehetőségre 37,2% szavazott. (21.ábra)

21.ábra: Leggyakrabban vásárolt szekszárdi borok (n=164 fő)

Forrás: saját szerkesztés

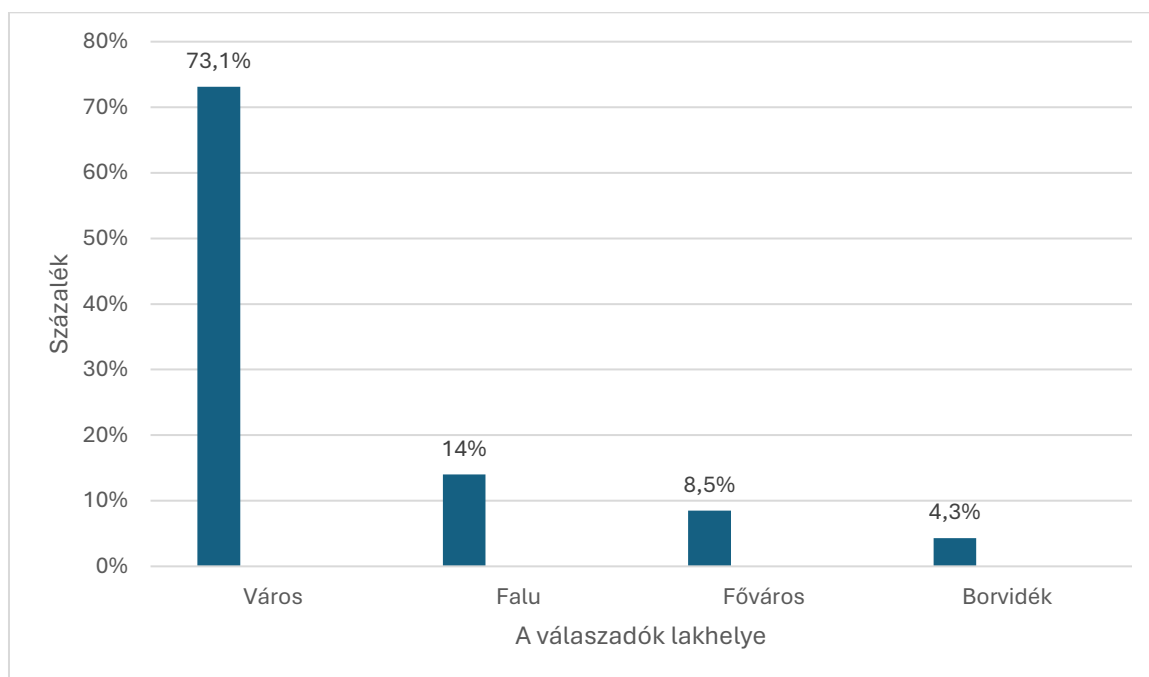


8.18. A válaszadók lakhelye

Lakóhely szerint a válaszadók túlnyomó része (71,3%) városban él. A faluban élők 14%-ot tesznek ki, fővárosi kitöltők aránya 8,5%. A borvidéket 4,3% jelölte. (22.ábra)

22. ábra: A válaszadók lakhelye (n=164 fő)

Forrás: saját szerkesztés

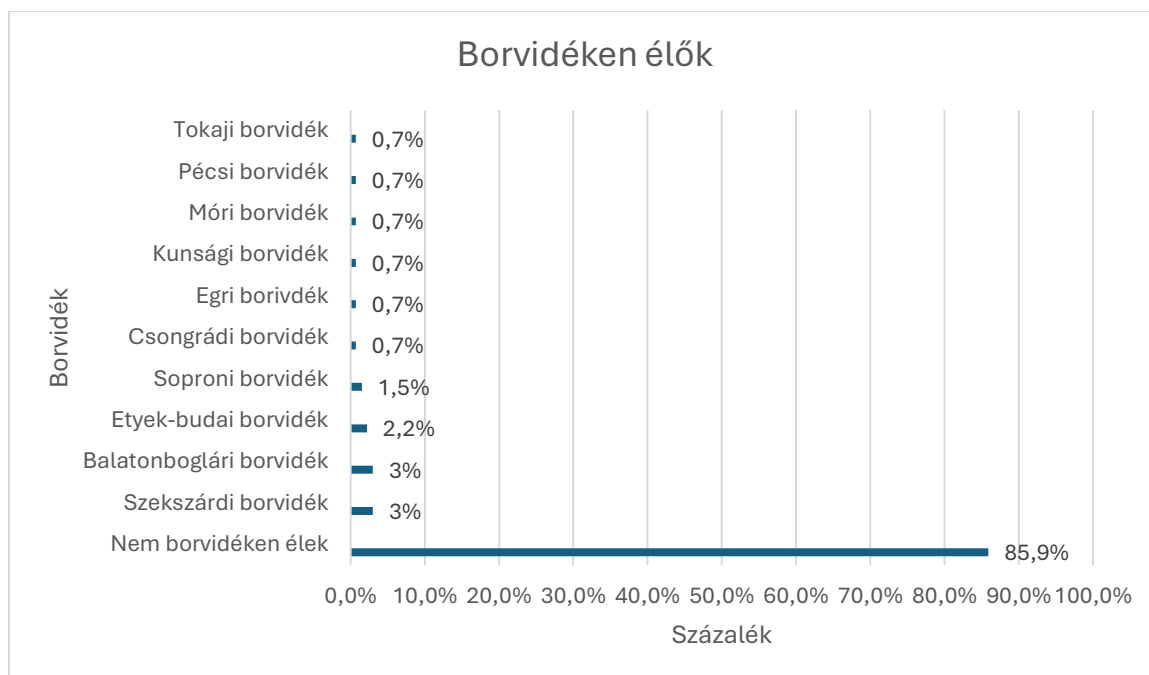


8.19. Borvidéken élők

A megkérdezettek kb. 2/3-a nem borvidéken él, a megkérdezettek 13,9% él borvidéken.
(23.ábra)

23.ábra: Borvidéken élők (n=135 fő)

Forrás: saját szerkesztés



8.20. Hipotézisek összegzése

Az alábbiakban táblázatban is bemutatom hipotéziseim igazolását. (3. táblázat)

3.táblázat: Hipotézisek összegzése

Forrás: saját szerkesztés

Hipotézisek	Hipotézis tartalma	Igazolás (Igazolt/Nem igazolt/Részben igazolt)
H1	A borvásárlás során a legfontosabb szempont a minőség.	Nem igazolt
H2	A fogyasztás fehérbor tekintetében a legmagasabb.	Igazolt
H3	A válaszadók többsége legalább 2000-5000 Ft árkategóriába tartozó bort vásárol.	Igazolt
H4	A legismertebb szekszárdi borászat a Takler Borbirtok és Kúria, az ő borait vásárolják a legtöbben.	Részben igazolt

9. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A kérdőív eredményei világosan rávilágítanak arra, hogy a szekszárdi szüreti napok ismerete széles körben elterjedt, azonban a rendezvényen való részvétel aránya meglehetősen alacsony. Véleményem szerint ez a jelenség a gyenge marketingstratégia következménye. Szekszárd bővelkedik a borturizmushoz szükséges adottságokban, hiszen a borok mennyisége és minősége, valamint a borászatok változatossága mind hozzájárul a helyszín vonzerejéhez. Ennek ellenére a potenciális látogatók nem kapnak elegendő információt a helyi eseményekről. Úgy gondolom, hogy Szekszárd városának nagyobb hangsúlyt kellene fektetnie az online jelenlétre, hiszen a digitális világban való aktív részvétel elengedhetetlen a mai borturisták számára. A kérdőívet kitöltők többsége azt nyilatkozta, hogy ismerősök/barátok által hallottak a rendezvényről, ami arra utal, hogy a szájhagyomány és a közvetlen kapcsolatok jelenleg a legfontosabb információforrások. Azonban fontos lenne a social média felületeken is kommunikálni a helyi borral kapcsolatos rendezvényeket, akár TikTokon, akár Instagramon. Azért ezt a kettő platformot emeltem ki, mert meglehetősen kevesen választották ezt a válaszlehetőségek közül, de mint tudjuk sokan jelen vannak rajtuk, főleg az a korosztály, akitől a legtöbb kitöltés érkezett (27-40 év). A diagramok elemzése során azt tapasztaltam, hogy a helyi borok ismertsége magasabb, mint a borvidék turisztikai vonzereje. Ez a jelenség arra utal, hogy a borászati termékek jól ismertek, de a borvidék turisztikai vonzerejének kommunikálása kidolgozottabbnak kell lennie. Szekszárd borturisztikai vonzereje jelenleg gyenge, különösen az itt eltöltött éjszakák számát tekintve. A turizmus fejlesztésére lenne szükség, amely magában foglalja az infrastruktúra fejlesztését, valamint több panzió és szálloda létrehozását. Ezek az intézkedések nemcsak a helyi gazdaság fellendítését segítenék elő, hanem hozzájárulnának a látogatók élményének gazdagításához is. Ha a vendégek kényelmes szálláslehetőségeket találnának, és széleskörű információkat kapnának a helyi látnivalókról és programokról, valószínű, hogy hosszabb időt töltenének el a borvidéken.

Összességében elmondható, hogy a szekszárdi szüreti napoknak óriási potenciálja van, de ennek kihasználásához tudatos marketingstratégia és a turizmus fejlesztésére irányuló erőfeszítések szükségesek. A városnak meg kell találnia a módját, hogy a borturisták figyelmét felkeltse, és a helyszínre vonzza őket, hiszen ezzel nemcsak a rendezvény sikerét biztosítja, hanem a helyi közösség gazdasági fellendülését is elősegíti.

10. ÖSSZEFOGLALÁS

Szakdolgozatom célja az volt, hogy felmérjem a Szekszárdi borvidék ismertségét. A szakirodalmi áttekintésben a borturizmussal és bormarketinggel kapcsolatos szakirodalmat vizsgáltam és az ehhez tartozó fogalmakat ismerttettem. Majd Szekszárdot fókuszba helyezve bemutattam a borvidéket, a borutakat, borhoteleket, gasztronómiai kínálatot, kulturális vonzerőt. Ezt követték a borral kapcsolatos helyi rendezvények és a híresebb borászatok. A primer kutatás online kérdőív formájában valósult meg, amelynek eredményeit Microsoft Excel program segítségével értékeltem ki. A kérdőív alapján a válaszadók nemi megoszlása a következőképpen alakul: a nők 59,8%-ot, míg a férfiak 40,2%-ot képviselnek. Az adatok szerint a borvásárlást leginkább baráti összejövetelekkel kötik össze. Ez az eredmény jól tükrözi a borfogyasztás közösségi élmények szerepét a borvásárlás során. A kérdőív válaszai alapján a válaszadók számára a legfontosabb szempont a borok ízvilága, azonban a borvidék kiválasztásánál a kikapcsolódási lehetőségek bizonyultak a legfontosabbnak, a szolgáltatások közül a gasztronómia a legkiemelkedőbb. Számomra meglepő volt, hogy a szálláshely viszonylag kevés százalékot tett ki, de ez arra utalhat, hogy látogatók inkább a napi programokra összpontosítanak. Ezt követően a szekszárdi borvidékkel és a szekszárdi szüreti napokkal kapcsolatos eredményeket szeretném ismertetni. Kutatásom eredménye vegyes, amely arra enged következtetni, hogy azok akik már jártak a borvidéken, de a szüreti napokon még nem bennük nagy lehetne a potenciál a szüreti napokkal kapcsolatban, hiszen a helyi borászatokat már valamennyire ismerik.

IRODALOMJEGYZÉK

- Bede B. (2013): Magyar borvidékek. Budapest: Corvina Kiadó.
- Black, R. E. – Ulin, R. C. (Eds.), Wine and culture. Vineyard to glass. London– New Delhi – New York – Sydney 2013.
- Bodnár L. (1996): A szőlészet és borászat helyzete az 1990-es években., Tér és Társadalom, 10 (4). pp. 153-163. ISSN 0237-7683.
- Boros K. (2003): Szekszárdi borok. Szeged: Kossuth Kiadó.
- Byrd, E. T.; Canziani, B.; Hsieh, Y.; Debbage, K.; Sonmez, S. (2016). Wine tourism: Motivating Visitors Through Core and Supplementary Services. Tourism Management, 52, 19-29.
- Gaál B- Párdányi M. (2006): Bormarketing - A magyar borok marketingje. Tatabánya: Alfadat-Press Kft. pp. 496-498.
- Getz, D.; Brown, G. (2006): Critical Success Factors for Wine Tourism Regions: A Demand Analysis. Tourism Management, 27, 146–158.
- Gonda T. (2014): A turisztikai klaszterfejlesztés régiós tapasztalatai a Dél-Dunántúlon. Modern Geográfia, III. évfolyam. Pécs: Publikon Kiadó.
- Gyarmati Gy.- Püske L.- Barta R. (2000): Magyarország a XX. században. In: Kollega Tarsoly István, Bekény István, Dányi Dezső (szerk.). Természeti környezet, népesség és társadalom, egyházak és felekezetek, gazdaság. Szekszárd: Babits Kiadó, pp. 496-498.
- Hajdu I.-né (szerk.) (2004): Bormarketing. Mezőgazda, Budapest, 167 p.
- Hall, C.M.; Johnson, G.; Mitchell, R. (2000). Wine Tourism and Regional Development. In: Hall, C.M.; Sharples, L.; Cambourne, B. & Macionis, N. (Ed.) Wine Tourism Around the World: Development, Management and Markets. 196-225, Butterworth-Heinemann. Oxford, UK.
- Hall, C. M.-Mitchell, R. (2008): Wine Marketing: A practical guide. Oxford: Elsevier Ltd.
- Magyar Turizmus Zrt. (2013): A bor és gasztronómia mint turisztikai termék. Turizmus Bulletin, XV. évfolyam, 1. szám 45-49. o.
- Horváth B. (szerk.) (2015): Tolna megye egyik húzóágazatnak jövője: szőlészeti-borászati trendkutatás. Pécs: Pécsi Tudományegyetem.
- Sharples, L. (2002). Wine Tourism in Chile...A BravenewStep for a BravenewWorld. International Journal of Wine Marketing, 14 (2), 43-53
- Várhelyi T. (2012): Borturizmus. Eger: Líceum Kiadó.

Online források:

- http1: Beck T. A filoxéra pusztítása. In: Rubicon, 2003. 1–2. 65–69. Letöltve: 2024.09.27.
forrás: <https://epa.oszk.hu/00400/00458/00141/majdan.html>
- http2: Bodri Optimus Étterem étlap, Letöltve: 2024.10.08. forrás: <https://bodribor.hu/etlapok/>
- http3: Borvidékek Magyarországon, Letöltve: 2024.09.06.
forrás: <https://borbazis.hu/magyarorszag-borvidekei-6-borregio-22-magyar-borvidek/>
- http4: Garay Élménypince, Letöltve: 2024.09.27. forrás: <https://www.garaypince.hu/borbar-szekszard/>
- http5: Hotel Merops Mészáros****, Letöltve: 2024.10.07. forrás: <https://szallas.hu/hotel-merops-meszaros-szekszard>
- http6: Magyar Bormarketing Ügynökség, Letöltve: 2024.10.16.
forrás: <https://www.magyarbormarketingugynokseg.com/>
- http7: Nemzeti Jogszabálytár (2014): 2004. évi XVIII. törvény a szőlőtermesztésről és a borgazdálkodásról. Letöltve: 2024.09.28. forrás:
http://njt.hu/cgi_bin/njt_doc.cgi?docid=83613.255087
- http8: Szász étterem étlap, Letöltve: 2024.10.08. forrás: <https://szasz-sorozo.hu/images/Etlap-20240606.pdf>
- http9: Takler Kúria Szekszárd, Letöltve: 2024.09.27.
forrás: <https://ottimanufactura.hu/referencia/takler-pinceszet-szekszard2/>
- http10: Trattoria di Matteo étlap, Letöltve: 2024.10.08. forrás:
<https://matteopizzapasta.hu/szekszard/ettermi-etlap/>
- http11: Szekszárd kulturális vonzereje, Letöltve: 2024.10.08. forrás:
<https://szekszard.hu/hu/bor-turizmus-szabadido/latnivalok>

ÁBRAJEGYZÉK

- 1. ábra: Borvidékek Magyarországon
- 2. ábra: Takler Kúria Szekszárd
- 3. ábra: Hotel Merops Szekszárd****
- 4. ábra: Garay Élménypince
- 5. ábra: Nemek szerinti megoszlás
- 6. ábra: Életkor szerinti megoszlás
- 7. ábra: Borfogyasztás gyakorisága
- 8. ábra: Borvásárlás alkalma
- 9. ábra: Bortípus fogyasztása
- 10. ábra: Borvásárlás árkategória szerint
- 11. ábra: Legfontosabb szempont borvásárlás során
- 12. ábra: Borvidékek látogatottságának megoszlása
- 13. ábra: Elsődleges szempontok a borvidék kiválasztásánál
- 14. ábra: Borturizmus során a legfontosabb szolgáltatások
- 15. ábra: Szekszárdi borvidék látogatottsága
- 16. ábra: Szekszárdi szüreti napok ismertsége
- 17. ábra: Szekszárdi szüreti napok hatása a szekszárdi borok vásárlására
- 18. ábra: Információszerzés a szekszárdi szüreti napokról
- 19. ábra: Tartózkodási idő Szekszárdon
- 20. ábra: Melyik borászatban járt már Szekszárdon?
- 21. ábra: Leggyakrabban vásárolt szekszárdi borok
- 22. ábra: A válaszadók lakhelye
- 23. ábra: Borvidéken élők

TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

- 1. táblázat: Borfogyasztás rendszerességének vizsgálata a korosztályoknál
- 2. táblázat: Válaszadók által leggyakrabban látogatott borvidék
- 3. táblázat: Hipotézisek összegzése

1. melléklet:

Kedves Kitöltő! Porkoláb Vanessa vagyok, a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem utolsó éves hallgatója. Szakdolgozatomat borturizmus témában írom. Kérem, hogy a kérdőív kitöltésével segítse dolgozatom elkészítését. A kérdőívem kitöltése önkéntes alapú, illetve anonim módon történik. Munkáját előre is köszönöm!

1. Milyen gyakran fogyaszt bort?

- Naponta
- Hetente
- Havonta
- Nem fogyasztok alkoholt

2. Általában milyen alkalomra vásárol bort?

- Baráti összejövetelre
- Ajándékozás céljából
- Ünnepi alkalmakra
- Otthoni saját fogyasztáshoz
- Egyéb

3. Milyen típusú bort fogyaszt?

- Édes fehérbor
- Rosé
- Száraz vörösbőr
- Száraz fehérbor

4. Milyen árkategóriában vásárol bort?

- 1000-2000 Ft
- 2001-5000 Ft
- 5000-10000 Ft
- 10000 Ft felett

5. Mit tart a legfontosabb szempontnak borvásárlása során? (1-egyáltalán nem fontos, 2-semleges, 3-fontos, 4-meglehetősen fontos, 5-nagyon fontosnak tartom)

- Minőség
- Borászat
- Borvidék
- Ár
- Palack kinézete
- Ízvilág
- Évjárat

6. Melyik borvidékre látogat el a leggyakrabban? Jelölje be! (Több választás is lehetséges)

- Badacsonyi borvidék
- Balatonboglári borvidék
- Balaton-felvidéki borvidék
- Balatonfüred-csopaki borvidék
- Bükk-i borvidék
- Csongrádi borvidék
- Egri borvidék
- Etyek-budai borvidék
- Hajós-bajai borvidék
- Kunsági borvidék
- Mátrai borvidék
- Móri borvidék
- Nagy-Somlói borvidék
- Neszmélyi borvidék
- Pannonhalmi borvidék
- Pécsi borvidék
- Soproni borvidék
- Szekszárdi borvidék
- Tokaji borvidék
- Tolnai borvidék
- Villányi borvidék

- Zalai borvidék

7. A borvidék kiválasztásánál elsődlegesen milyen szempontokat vesz figyelembe? (Több választás is lehetséges)

- A borvidék ismertsége
- Természeti látnivalók
- Kulturális látnivalók
- Borvidék pincészetei
- Borok változatossága/minősége
- Kikapcsolódási lehetőségek
- Egyéb

8. Borturizmus során az Ön számára melyek a legfontosabb szolgáltatások? (Több választás is lehetséges)

- Vezetett pincetúra/dűlőtúra
- Programok, rendezvények kínálata
- Szálláshely a borászatnál
- Gasztronómia
- Wellness szolgáltatások
- Egyéb

9. Hány alkalommal járt már a Szekszárdi borvidéken?

- Még nem jártam ott.
- Még nem jártam ott, de szándékomban áll ellátogatni oda.
- Évente egy-két alkalommal keresem fel.
- Rendszeresen látogatok el oda.

10. Járt már a szekszárdi szüreti napokon?

- Igen, már többször is.
- Igen, de csak egyszer.
- Nem, de már hallottam róla.

- Nem, és nem is hallottam róla.

11. Ha már járt a szekszárdi szüreti napokon, mennyiben járult ez hozzá, hogy szekszárdi borokat vásároljon?

- Nagymértékben járult hozzá.
- Kismértékben járult hozzá.
- Egyáltalán nem járult hozzá.
- Nem jártam még

12. Honnan szerzett tudomást a szekszárdi szüreti napokról? (Több választás is lehetséges)

- TV
- Facebook
- Instagram
- Tiktok
- Rádió
- Ismerősök, barátok által
- Korábbi tapasztalat
- Borral kapcsolatos rendezvényen hallottam róla
- Nem hallottam róla
- Egyéb

13. Mennyi ideig tartózkodott Szekszárdon?

- 1 nap
- 2-3 nap
- Több nap
- Nem tartózkodtam Szekszárdon

14. Melyik borászatban járt már Szekszárdon? (Több választás lehetséges)

- Fritz Borászat
- Dúzsi Tamás Pincészet
- Dániel Pince
- Lajver Borbirtok

- Takler Borbirtok és Kúria
- Attila Birtok
- Heimann családi Birtok
- Bodri Pincészet
- Eszterbauer Pincészet
- Twickel Szőlőbirtok
- Bősz Adrián Pincészet
- Hetényi Pincészet
- Mészáros Pál Borház és Pince
- Szent Gaál Kastély és Borház
- Tűzkő Birtok
- Tüske Pince
- Schieber Pincészet
- Vesztergombi Pince
- Nem jártam még szekszárdi borászatban

15. Melyik szekszárdi borászat borait vásárolja leggyakrabban?

- Fritz Borászat
- Dúzsi Tamás Pincészet
- Dániel Pince
- Lajver Borbirtok
- Takler Borbirtok és Kúria
- Attila Birtok
- Heimann családi Birtok
- Bodri Pincészet
- Eszterbauer Borászat
- Twickel Szőlőbirtok
- Bősz Adrián Pincészet
- Hetényi Pincészet
- Mészáros Pál Borház és Pince
- Szent Gaál Kastély és Borház
- Tűzkő Birtok

- Tüske Pince
- Schieber Pincészet
- Vesztergombi Pince
- Nem vásároltam/Nem vásárolok

16. Az Ön neme:

- Nő
- Férfi

17. Az Ön életkora:

- 18-25 év
- 26-40 év
- 41-65 év
- 65+ év

18. Az Ön lakhelye:

- Falu
- Város
- Főváros
- Borvidék

19. Ha borvidéken él, kérem jelölje meg:

- Nem borvidéken élek
- Badacsonyi borvidék
- Balatonboglári borvidék
- Balaton-felvidéki borvidék
- Balatonfüred-csopaki borvidék
- Bükk borvidék
- Csongrádi borvidék
- Egri borvidék
- Etyek-budai borvidék
- Hajós-bajai borvidék

- Kunsági borvidék
- Mátrai borvidék
- Móri borvidék
- Nagy-Somlói borvidék
- Neszmélyi borvidék
- Pannonhalmi borvidék
- Pécsi borvidék
- Soproni borvidék
- Szekszárdi borvidék
- Tokaji borvidék
- Tolnai borvidék
- Villányi borvidék
- Zalai borvidék

NYILATKOZAT

Porkoláb Vanessza (név) (hallgató Neptun azonosítója: _FU5F46 konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a szakdolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő védésre javaslom / nem javaslom¹.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem^{*2}

Kelt: Gyöngyös, 2024. év _október hó _25. nap
október

Dr. Pálfi's Ed. Hovna
belső konzulens

¹ A megfelelő aláhúzendó.

² A megfelelő aláhúzendó.

1. melléklet: Hallgatói nyilatkozat

NYILATKOZAT

Alulírott PORKOLÁB VANESSA büntetőjogi felelősségem tudatában kijelentem, hogy az általam benyújtott, BORTURIZMUS A SZÉKSZARDI BÖRVÍDEKEN című szakdolgozat (diplomadolgozat) önálló szellemi termékem. Amennyiben mások munkáját felhasználtam, azokra megfelelően hivatkozom, beleértve a nyomtatott és az internetes forrásokat is.

Tudomásul veszem, hogy a szakdolgozat/diplomadolgozat elektronikus példánya a védés után a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtárába kerül elhelyezésre, ahol a könyvtár olvasói hozzáfuthatnak.

Kelt: KARDOSVÁR, 2024. év október hó 31. nap.

Porkoláb Vanessa

aláírás

