

SZAKDOLGOZAT

Bakos Máté

Szőlész-borász mérnöki (BSc)

Keszthely

2023



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Georgikon Campus
Szőlész-borász mérnöki Szak

Szőlő és bor külkereskedelmének, külkereskedelmi
versenyképességének vizsgálata

Belső konzulens:	Dr. Poór Judit egyetemi docens
Készítette:	Bakos Máté NXIZQG Nappali tagozat
Intézet/Tanszék:	Georgikon Campus

Készthely

2023

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés, célkitűzés	4
2. Irodalmi áttekintés.....	5
2.1. A hazai szőlőtermesztés és bortermelés múltja és jelene	5
2.2. Óvilági, újvilági borok.....	8
2.3. Termesztéstechnológia	9
2.4. Bortfogyasztási szokások.....	10
2.5. Informatika és digitalizációs szint	12
2.6. Bortmarketing	14
2.7. Borturizmus.....	17
2.8. Munkaerő.....	18
3. Anyag és módszer	20
4. Vizsgálati eredmények és értékelésük	21
4.1. Szőlő és bortermelés vizsgálata	21
4.2. Kereskedelem és külkereskedelem aktualitásai	29
5. Következtetések, javaslatok.....	38
5.1. Termelésre vonatkozó megállapítások	38
5.2. Külkereskedelemre és versenyképesség javítására vonatkozó megállapítások	40
6. Összefoglalás.....	42
7. Irodalomjegyzék.....	45

1. Bevezetés, célkitűzés

A téma összetettségéből adódóan a mezőgazdaság és kereskedelem működésének egy szegmensén át, a szőlő és bor ágazaton keresztül választottam a téma bemutatását. Ezen belül is fontosnak tartottam kitérni, a mezőgazdasági termékek és élelmiszeripari termékek minőségére, ugyanis meghatározó tényező a kereskedelem formáját illetően. Magyarországot környezeti, klimatikus, domborzati adottságainak köszönhetően Európa vezető mezőgazdasági szereplői között kellene számon tartanunk a XXI. században, ugyanakkor csökken a mezőgazdaság GDP-hez hozzáadott értéke, a külkereskedelem elenyésző részét adják csak magyar mezőgazdasági termékek, a termékek minőségében felmerül a kettős minőség fogalma.

A globális szinten jelentkező, mezőgazdaságot érintő problémák hazánkat se kerülik el, ide sorolva a termőtalajok romlását, az erdőterületek fogyatkozását, biodiverzitás csökkenését, növények ellenállóképességének csökkenését, a globális felmelegedést és a szélsőséges időjárási viszonyokat (EASAC, 2014).

Az utóbbi években jelentkező előre kiszámíthatatlan politikai és társadalmi helyzetek és következményeik, mint a Covid19-pandémia, orosz-ukrán háború, további főleg negatív hatásokkal voltak a mezőgazdasági termelésre, működésre, illetve a kereskedelemre. Az új helyzetekhez gyorsan kellett igazodniuk a piac résztvevőinek, hogy minimalizálni tudják veszteségeiket, a kiterjedt munkaerőhiányra új megoldásokkal álljanak elő. A megváltozott gazdasági helyzetek rugalmas hozzáállásra kényszerítették a piac résztvevőit.

Célom a témában való elmélyedés volt, látóköröm szélesítése a külkereskedelmet és gazdaságot működtető mechanizmusokkal kapcsolatban, jobbító szándékkal megfogalmazni új piacra lépési lehetőségeket, ötleteket. Tanulni, fejlődni szerettem volna a téma objektív vizsgálatán keresztül. Fontosnak tartom megismernedni az utóbbi évek változatos, kihívást jelentő, új, gazdaságot is érintő helyzeteinek átlátásával, következményeinek vizsgálatával.

2. Irodalmi áttekintés

2.1. A hazai szőlőtermesztés és bortermelés múltja és jelene

Magyarországon a mezőgazdaságon belül az egyik legrégebbi hagyományokkal rendelkező terület a szőlészet és borászat. Nemzetközi sikereit alapvetően a minőségével, nem a mennyiségével nyeri. A szőlőtermesztés és borászat számos nehézségen és válságon esett át az évszázadok során.

A XIX. században, a filoxéravész előtt, az ország szőlőtermesztésben élen járt, 430 ezer hektáron folyt a termelés. A borkezelés ebben az időszakban alacsony színvonalú volt, gyakran beteg, hibás tételket értékesítettek (GANCZAUGHNÉ, 2000).

A XIX. század második felében (1870-1875) súlyos visszaesés következett a filoxéravész következtében. A bortermelés nagy ütemű, jelentős csökkenése a borhamisításokhoz vezetett, így szükségszerűvé vált országos érvényű jogszabályban rögzíteni a szankciókat, megakadályozva a mesterséges borok készítését.

1881-ben megalakult az Országos Központi Mintapince, mely az előnyös export értékesítés elősegítése mellett edukációs feladatokat is ellátott, többek között a borkezeléssel, begyűjtött borok mintavételezésével, pincemesterek oktatásával kapcsolatban, illetve a termelők és a kereskedők közötti kapcsolatok megteremtésében segédkezett (GANCZAUGHNÉ, 2000).

Az első bortörvényt 1893-ban jelentették be. 1894-ben jelentős változás következett, ugyanis létrehozták a hegyközségi rendszert, mely minőségsszabályozással, eredetvédelemmel, oktatással, kutatással, ágazatfejlesztéssel, ágazatszabályozással, szakmai érdekérvényesítéssel, öngazgatással és ellenőrzéssel foglalkozott. A különböző szőlőt érintő betegségek (például peronoszpóra, lisztharmat) és kártevők (például filoxéra) elleni küzdelem számos magyar tudósnak és kutatónak jelentett nemzetközi hírnevet. Ebben az évben osztották be a szőlőterületeket a borvidékek rendszerébe (EPERJESI et al.,2010).

A következő visszaesést az I. világháború jelentette. Az ország szőlőültetvényeinek 1/3-át elveszítette a trianoni szerződés következtében. Az Osztrák-Magyar Monarchia felbomlása az exportpiacok elvesztésével is járt. Túltermelés, gyenge kereslet, árcsökkenés, hordóhiány, termelési költségnövekedés jellemezte ekkor az országot, ennek következtében, nem érte meg szőlőt termelni (GANCZAUGHNÉ, 2000).

Az I. és II. világháború közötti időszakban némi javulás következett, megnövekedett a borexport, pinceszövetkezetek és állami borpincék létesültek, viszont újonnan jelentkező

probléma volt, a direkttermő fajták megjelenése, melyek az ültetvények 20-25%-át tették ki. A termesztők szempontjából, a filoxéra rezisztencia tekintetében, és a kevesebb munkával elért, magasabb jövedelem miatt racionális választás volt a direkttermő fajták használata, de a belőlük készült, silány minőségű bor ártott a bortermelés hírnevének.

1924-ben megalakult a Nemzetközi Borhivatal, mely célul tűzte ki a minőség javítását, a borhamisítások elleni fellépésen és a túltermelés leküzdésén keresztül (EPERJESI et al.,2010).

A II. világháború után újabb súlyos problémák jelentkeztek. A munkaerő-, anyag- és eszközhiány mellett különböző intézkedések rontották a bortermelés színvonalát. Többek között megszüntették a hegyközségi rendszert (1949), csökkentek a termőterületek, a bortermelés közel felére esett vissza, feloszlatták a borászati felügyelőségeket.

Koncepcionális volt a minőség rontás, állami pincészetekben hoztak létre mesterséges borokat. 1959 és 1961 között a mezőgazdaság egészét kollektivizálták.

A II. világháború okozta problémák, károk felszámolásaképpen szovjet mintára, a teljes gazdaságot átfogó, kötelező érvényű, rövid- és középtávú gazdaságfejlesztési programokat hoztak létre. A II. ötéves terv (1961-1965) keretein belül az állam jelentős anyagi támogatással kezdte meg a szőlőrekonstrukciót és borászati üzemek létesítését (GANCZAUGHNÉ, 2000).

Ugyan 1961 és 1965 között 47 ezer hektár szőlőt telepítettek az ország területén, a várt eredményekkel ellentétben nem volt gazdaságos a termelés. Az okok mögött az ültetvények rossz fajtaszerkezete, és a szőlőtermesztésre alkalmatlan területek álltak. Ez az időszak a második szőlőrekonstrukcióként vált ismertté (EPERJESI et al.,2010).

A silány bor utánzatokat elkezdtek kiszorítani a piacról. Az intézkedések ugyan javulást hoztak, de nem oldották meg a korszerűsítését az ágazatnak (GANCZAUGHNÉ, 2000).

A borászat fejlesztése céljából az 1970-es években nagyszabású program indult, melynek keretein belül borkombinátokat hoztak létre, ahol a borkészítés zajlott, és bortárolásra is alkalmasak voltak. Ezekben az években túlnyomó többségben vasbeton tartályokban történt az erjesztés és tárolás, mely a minőség fejlődését jelentősen gátolta. A borexport ugyan növekedett, de a minőséggel szemben mennyiségi termelés jellemezte az ágazatot, köszönhetően annak, hogy évi 300 millió liter bort - a termés több mint 60%-át - értékesítették az igénytelen szovjet piacra (GANCZAUGHNÉ, 2000).

1976 és 1990 között, 15 év alatt országos léptékű, egyenletes, átgondolt telepítési program zajlott, mely során 45 ezer hektáron, kedvező fajtaösszetételű, korszerű ültetvényeket hoztak létre. A fajtaösszetételt tekintve a hagyományos fajták, mint például az Olaszrizling, Furmint,

Hárslevelű mellett a nyugati fajták például Chardonnay, Trimini, Rajnai rizling kerültek előtérbe, melyek alkalmasak voltak minőségi bortermelésre, ezzel megalapozva az exportképesség javulását.

A magyar borászat fejlődésében, korszerűsítésében az 1990-es években jelentős előrelépés történt, technológiai, műszaki-technikai fejlesztések zajlottak, nőtt a palackozás és pezsgőgyártás, ezzel is fokozva a borexportot (GANCZAUGHNÉ, 2000).

Az 1990-es évek elején a rendszerváltás teljes körű tulajdonrendezést hozott a földek kapcsán. A rendszerváltás következményeképpen az ország elvesztette keleti piacait, így egy jelentős túltermelés jelentkezett. Míg 1989-ben 415,6 millió liter megtermelt borból az ország 228,5 millió litert exportálni tudott, ez az arány lecsökkent; 402,4 millió liter megtermelt borból 67,2 millió liter külkereskedelemben értéksített borra (GANCZAUGHNÉ, 2000).

Magyarország 2004-es Európai Unióba lépése az ágazatnak újabb, jelentős változtatásokat hozott, köszönhetően annak, hogy több vezető bortermelő ország az unió tagja, a világ szőlőtermő területeinek 45%-a itt található. 2020-ban az Európai Bizottság adatai alapján, a világon megtermelt borok 64%-át az EU-ban állították elő, a globális fogyasztás 48% is itt történt (INTERNET1).

2008 és 2019 között 10 uniós rendelet lépett életbe, a szőlő-bor ágazat közösségi szabályozását illetően (INTERNET2).

2008-ban indult egy borreform, melynek célja a termelők versenyképességének javítása, a bortermelés hagyományainak megőrzése, illetve a kereslet-kínálat közötti egyensúly megteremtése volt. Ennek keretében jelent meg 2008. június 27.-én az Európai Bizottság 555/2008/EK bizottsági rendelete.

2016-tól az Európai Bizottság szőlőtelepítési engedélyezési rendszert léptetett érvénybe, 2016/1149 (EU) Felhatalmazáson alapuló rendelete néven.

Szőlőültetvények telepítése, szerkezetátalakítása és korlátozása mellett, az uniós törvények innoválták a borágazatot is, új borászati termékekkel kapcsolatos új eljárások és technológiák kifejlesztésével. A reform, a megállapodás értelmében a fogyasztók felé is nyitott edukációs és promóciós célokkal, hogy kiszélesítsék a felelős borfogyasztók rétegét és az új eredetmegjelölésű, földrajzi jelzésekre vonatkozó termékleírásokat népszerűsítse.

Kétoldalú és szabadkereskedelmi megállapodások léptek hatályba, elősegítve az Európai Unió és a nem uniós országok közötti kereskedelmet (INTERNET3).

A szőlő- és bortermelésben meghatározó, piacvezető szerepe van az Európai Uniónak, ezáltal Magyarországnak is. Felelősségünk, az ágazat fejlesztése, minőségjavítása, és a minőség-és eredetgarancia rendszerének fenntartása. Ennek érdekében statisztikák készülnek az egész gazdaság működésére kiterjedően Európai Unió és hazai szinten egyaránt.

2.2. Óvilági, újvilági borok

A globalizáció által hozott felgyorsult gazdasági folyamatok elérték a borpiacot is. A globális márkák és érdekcsoportok létrejötte offenzív terjeszkedést, értékesítést hozott magával, mely igyekszik kiszorítani a piac kisebb résztvevőit, illetve koncentrálttá teszi a termelést. A tőke központosan egy-egy nagyobb úgynevezett mamutvállalat kezében, vagy multinacionális cég formájában. Az óvilági borok tradicionális termelőit piacvesztés érte, az újvilági borok javára. Az ezredforduló környékétől indult el ez a folyamat egy összetett, célirányos marketingtevékenységgel mely rövid idő alatt megváltoztatta a borpiac összetételét. Főbb résztvevői Ausztrália, Chile, Kalifornia, Dél-Afrika, Argentína, Brazília, Új-Zéland és Kína (MEZŐ, 2012).

Az újvilági borok térhódítása részben a tömegtermelésnek, részben a hatalmas marketingre fordított összegekben rejlik. Az agresszív terjeszkedésük kiegészül a borok jó ár-érték arányával így kerülve túlsúlyba az áruházláncok borkínálatában (KISMARJAI, 2021).

Az újvilági stílusú borokra általában könnyed, gyümölcsös aromák jellemzőek, leggyakrabban acéltartályban készülnek irányított, számítógép-vezérelterjesztéssel. Az éghajlati adottságok miatt gyakran hasonló minőségű alapanyagból állítják elő, ebből következik, hogy az így létrehozott borok jellemzően hasonló ízvilágot képviselnek, az évjáratnak nem a legmeghatározóbb a szerepe az ilyen uniformizált borok esetében (INTERNET4).

Óvilági borok alatt az Európában készülő borokat értjük, a szőlőtermelés és borkészítés származási helyét. A tradíciók mellett, az óvilági borok esetében előtérbe kerül a borvidékek szerepe. Szigorú szabályokkal és rendeletekkel, védett körülmények között zajlik a szőlőtermesztés, borkészítés. Az óvilági stílusú borok esetében hagyományos technológiákat alkalmaznak a termelők. A komplex íz és illatjegyek kialakulásának érdekében gyakori a hordós erjesztés, érlelés az óvilági tételek esetében. A komplex technológiának köszönhetően mélyebbek, markánsabbak, egyediek lesznek ezek a borok, gyakran tükrözik a terroir jelleget. Az ilyen borok esetében a minőségük vizsgálata során meghatározó szerepe van az évjáratnak,

illetve a helynek. A borvidékeken és borrhíókon belül gyakran még a dűlők közötti különbség is megállapítható, ezzel teljesen egyedivé téve a különböző tétéleket (INTERNET4).

A Nemzetközi Szőlészeti és Borászati Hivatal (International Organisation of Vine and Wine - OIV) adatai alapján azt láthatjuk, hogy a 2020-as évben a világ 3 vezető bortermelő országa mint Olaszország, Franciaország, Spanyolország óvilági jellegűek ugyanakkor az első 10-ben túlnyomóan már újvilági borkészítők szerepelnek. Az európai földrészi piaci részesedése továbbra is jelentős ugyanakkor az amerikai és ázsiai földrészi részesedésének mértéke folyamatos, egyre nagyobb mértékű növekedést mutat (INTERNET5).

Hosszútávon számolni lehet árcsökkenések és árverseny megjelenésével. A globalizáció következtében az európai borpiaci résztvevői egységes, radikális, eredményes marketing stratégia kialakításán kell, hogy dolgozzanak a hagyományok tisztelete mellett, értékeik előtérbehelyezésével, egyediségük és múltjuk megőrzésével.

2.3. Termesztéstechnológia

A versenyképesség fentebb említett hagyományos szempontjainak kihasználása mellett a bio-, ökológiai-, biodinamikus termesztéstechnológiák használatában van fejlődési lehetőség, ugyanis problémát jelent a jelenlegi értelemben vett hagyományos mezőgazdasági termelés fenntarthatatlansága. A növekvő környezettudatosság miatt széles körben kezd népszerűvé válni a szőlőtermesztés területén is az ökológiai gazdálkodás (NÉMETHY et al., 2016).

A termelés jelenleg a legtöbb gazdaságban konvencionális módon folyik, mely a több évtizedes művelés következtében, károsan hat többek között a talajban lezajló folyamatokra. Ezáltal a környezet elveszti biodiverzitását és ökológiai egyensúlyát, romlik a talaj termékenységé, vízháztartása a talajszerkezet romlásán keresztül. Talajtömörödöttség jelenik meg, erózió, defláció jellemző ezekre a területekre, veszélyes inváziós gyomok jelennek meg, melyeket intenzív gyomirtással próbálnak visszaszorítani. Egyre gyakrabban jelentkező és egyre súlyosabb problémát jelent így az aszályos évszakok átvészélése, a talaj erózió és a defláció okozta károk megoldása, a szélsőséges időjárási viszonyokhoz való alkalmazkodás, az intenzív gyomirtószerhasználat és a folyamatos tápanyagvisszapótlás hatása. Jelenlegi formájában nem fenntartható ez a fajta termelés, ugyanis hosszú távon az élelmiszer termelését kockáztatjuk az országnak (EASAC, 2019).

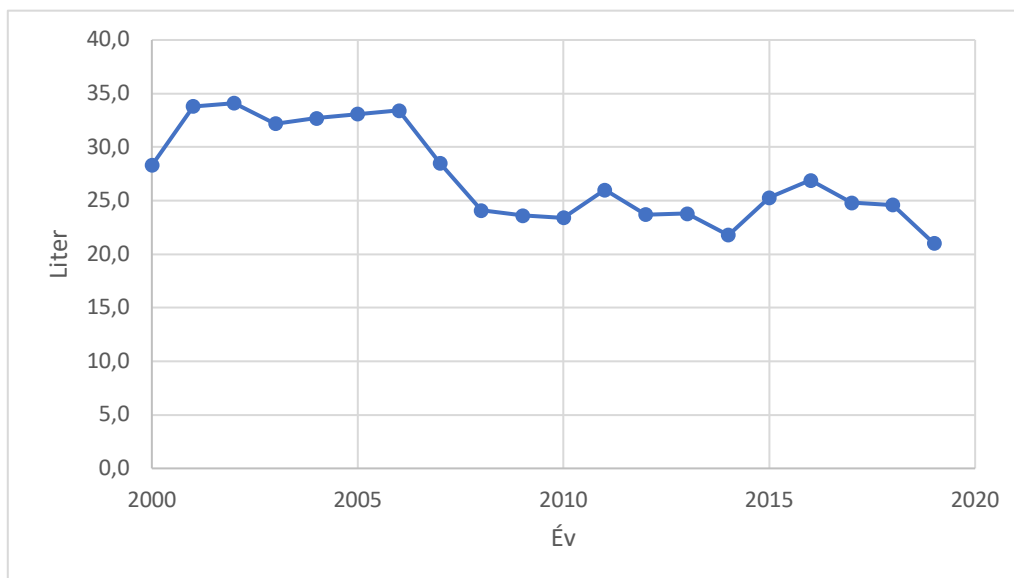
Művelési irányzatokból ugyanakkor rendelkezésre állnak az említett lehetőségek a probléma megoldásaképpen, mint a bio-, ökológiai-, biodinamikus-termesztéstechnológiák. Ezek megfelelő alternatívái a konvencionális szőlőtermesztésnek, ugyanis előtérbe helyezik a talaj megfelelő tápanyagellátottságát, a szőlő egészségét, élettartamát, a területek biodiverzitását, természettel való összhang és harmóniára törekvés jellemzi az ilyen technológiákat használó gazdaságokat. Mindezek célja, egy rendszerszemlélet kialakítása, mely nem a természet kihasználásán alapul, hanem az ember, állat és növény kölcsönhatásán (STEINER, 1963).

Az így megtermelt termékek és élelmiszerek minőségükben is kiemelkednek a hagyományos gazdaságok termékeihez viszonyítva. Az így készülő borok esetében a „szőlőtől a lehető legkevesebbet vegyük el, a borhoz a lehető legkevesebbet tegyük hozzá” elve érvényesül. Az így készülő úgynevezett „natúr borok” jól tükrözik a szemléletet.

Az engedélyek megszerzése nagyon szigorú feltételekhez kötött, melyek betartását a különböző minőségbiztosítási szervek rendszeresen ellenőriznek, szűrőpróba szerűen és minimum évente egyszer teljes körű átfogó, az egész gazdaságra kiterjedő ellenőrző eljárással. Az engedélyekkel rendelkező gazdaságok így válnak transzparenssé a többi gazdasággal szemben melyekben ritkább és nehezebb a minőségi garancia betartatása. További előnyük, hogy nemzetközi viszonylatban is jelentenek egy megbízható, garantált minőséget a gazdaságok minősítése révén így a nemzetközi piacokra jutás egyik alternatív lehetőségét adják.

2.4. Borfogyasztási szokások

A globalizáció folyamata hat a vásárlói szokásokra, a döntések módjára, a borfogyasztási szokásokra. A Hegyközségek Nemzeti Tanácsa (HNT) 2017-es felmérése alapján az egy főre jutó borfogyasztás alakulásának összehasonlító adatai alapján egy csökkenő tendenciát figyelhetünk meg. A HNT felmérései során a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) és az OIV adatait vették figyelembe, melyek azt mutatják, hogy történelmi mélyponton van az utóbbi évek hazai borfogyasztási mennyisége. Az első ábrán, legfrissebb adatok szerint 2020-ban 20,7 liter/fő/év volt ez a szám. A csökkenő tendencia következménye, hogy céltudatosabb marketing stratégiát kell alkalmazni a szűk felvásárlói rétegnek (SZOLNOKI – TOTTH 2017).



1. ábra: Egy főre jutó borfogyasztás alakulása (liter/fő/év), Forrás: KSH Bormérleg, Saját szerkesztés

A HNT megbízásából Szolnoki - Totth (2017) 1500 főre kiterjedő, reprezentatív felmérést készített, melynek eredményei szerint az emberek 34%-a egyáltalán nem fogyaszt bor, ennek fő okát a bor ízében és az absztinensekben találták meg. Ugyanakkor a bor és egyéb alkoholos italok tekintetében a bornak a legkisebb az elutasítási aránya. Rendszeresen, heti szinten, a felnőtt lakosság 22%-a fogyaszt bort. A nagyobb mennyiséget fogyasztók körében a száraz és félszáraz borok aránya magasabb, míg a ritkábban és kisebb mennyiségben fogyasztók az édes, félédes borokat preferálják.

Az összefoglaló megállapítások azt mutatták, hogy a száraz borok fogyasztási aránya 51%, míg az édes boroké 49% a súlyozott adatok alapján. Habár a nagy mennyiséget fogyasztók a fehérborokat preferálják, a két kutató arra a megállapításra jutott, hogy a vörösborok kedveltsége nagyobb. A mérsékelt fogyasztók körében a rozé borok kedveltsége jelentős.

A férfiak átlagosan több bort fogyasztanak, mint a nők, 39,7 l/év a 22,9 l/évvel szemben. Ugyanakkor a férfiak költési hajlandósága alacsonyabb, átlagosan 10%-kal költenek kevesebb pénzt borra.

A 2. ábra alapján, mely szintén a HNT 2017-es kutatási eredményeit mutatja, megfigyelhető, hogy a borvásárlási szempontok közül a szín, az íz, és az ár a meghatározó, csak ezután következnek a borvidékre, vagy a szőlőfajtára vonatkozó szempontok. Érdekes, hogy a címke se helyezkedik el a felmérés szerint a legfontosabb döntéshozó szempontok között, illetve nem tűnik meghatározónak a vásárló szemében egy versenyeredmény, palackforma vagy legkevésbé a reklám. A vagyoni státusz ebben az esetben megváltoztatja a szempontok

sorrendjét, az ár kevésbé fontos, viszont előtérbe kerül a bor földrajzi eredete, a borvidék, az ajánlás és az évjárat.

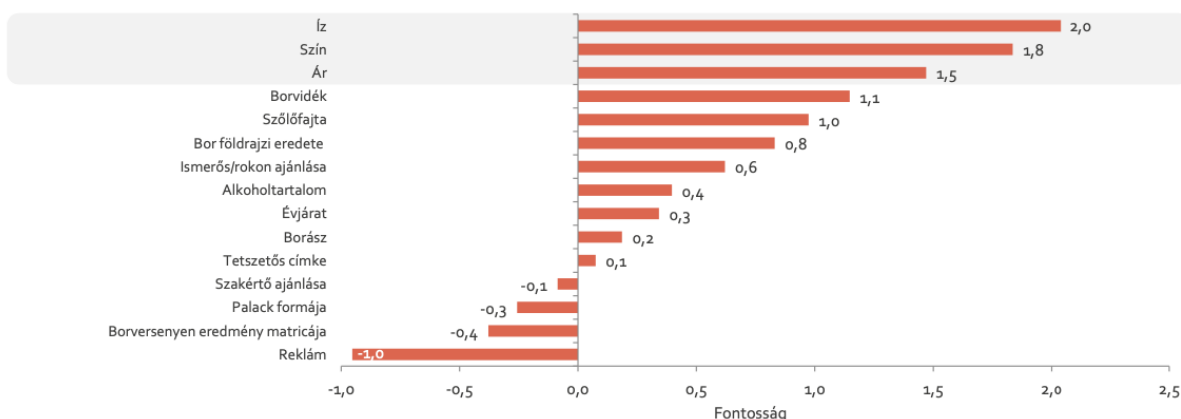
Borvásárlási szempontok



Vásárlási szempontok - bor



7-es skála; -3=egyáltalán nem fontos, +3= nagyon fontos
Bázis: Minden borfogyasztó (n=988)



2. ábra: Borvásárlási szempontok, Forrás:HNT

A bor általános megítélése kapcsán a borfogyasztók és a bort nem fogyasztók hasonlóan vélekedtek a kulturális jelentősége mellett, fontosnak tartják a hagyományát mint nemzeti ital, baráti beszélgetések fontos résztvevője, az egészségre gyakorolt jótékony hatását elismerik, ajándéknak is kiválóknak tartják (SZOLNOKI – TOTTH 2017).

2.5. Informatika és digitalizációs szint

A XXI. században az informatika térhódításának köszönhetően alapjában változott meg a termelés és a kereskedelem. Az újonnan megjelenő technológiák, melyek gyakran évről évre hatalmas ugrásokban fejlődnek, alkalmazkodásra kényszerítik a gazdaság résztvevőit. Akik a technológiai fejlődés elutasítása mellett döntenek, megnehezítik vállalkozásuk fejlesztését, sok esetben piaci részesedéstől eshetnek el, kiszolgáltatottá válnak az új helyzetek kezelésében, megoldásában.

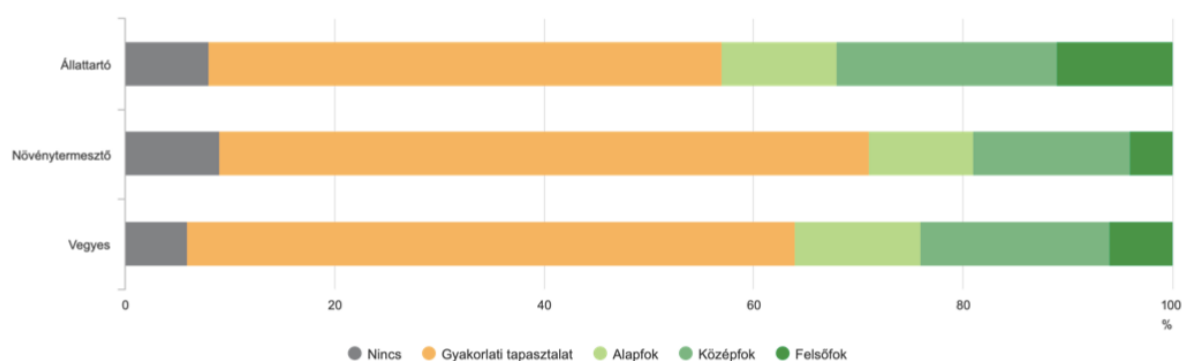
2020-ban a KSH felmérte a mezőgazdaság digitalizációs szintjét is, melyből kiderül, hogy a legtöbben a banki és e-önkormányzati ügyintézkést végzik elektronikus formában. Az adatok alapján a gazdaságok 38%-a használ valamilyen digitális eszközt, melyből arra

következtethetünk, hogy az egyszerűbb digitális eszközök, technológiák használata sem elterjedtebb.

A KSH agrárdigitalizációs felméréséből kiderül a gazdák 12%-a használ precíziós gazdálkodáshoz kapcsolódó eszközöket, ezen belül a növényállapot felmérésére diagnosztikai eszközöket 5,6%-uk. A precíziós eszközök megkönnyítik a termelést, ugyanis a gazdálkodás minden szakaszában tudnak adatot gyűjteni, feldolgozni és segíteni a gazdát a döntéshozatalban. Egyéb előnye, hogy helyspecifikus, vagy hiperlokalizált adatokkal tudnak szolgálni. A talajról, időjárásról, környezetről, munkafolyamatokról, hozamokról gyűjtött adatok alapján a következő időszakokra is tudnak következtetéseket levonni, ezzel is segítve a megalapozott döntéshozatalt. Mindezek mellett segítik a fenntartható mezőgazdasági termelést, a munkafolyamatok pontosabb meghatározása és az input anyagok pontosabb kijuttatása révén. Összességében a növénytermesztéssel foglalkozó gazdaságok esetében a legmagasabb ezeknek az eszközöknek a használata, saját illetve szolgáltatás keretein belül. A precíziós gazdálkodás még viszonylag alacsony elterjedtséget mutat, melyet a magas beruházási költségek mellett a tudásintenzív technológia magyaráz (KSH, 2022).

A gazdaságokat irányítók életkorának növekedésével csökken, a mezőgazdasági képzettség szintjével nő a digitális eszközök használatának aránya.

Az informatikai tudás mellett a mezőgazdasági végzettség jelent fontos segítséget a fiatal generációknak a modern, precíziós eszközök használatában.



3. ábra: A gazdaság irányítóinak megoszlása a legmagasabb mezőgazdasági végzettség szerint termelési típusonként, 2020, Forrás: KSH

Az Agrárcenzus 2020-as adatai alapján a növénytermesztők 29%-ának van mezőgazdasági végzettsége. Ebben a termelési típusban a legmagasabb a csak gyakorlati tapasztalattal rendelkezők aránya, 62% - ezen belül is a szőlő esetében 32%-os. Mindemellett 10 éves viszonylatban megfigyelhető egy jelentős növekedési tendencia a mezőgazdasági

végzettségben, míg 2010-ben, 20% rendelkezett vele, 2020-ban már közel 40% ez az arány az egész mezőgazdaságot nézve.

2.6. Bormarketing

Az informatika fejlődésével robbanásszerűen fejlődött a marketingtudomány és a kommunikáció. Az utóbbi években a marketing megosztó terület lett, ugyanis a termelők egy része szkeptikus, manipulativnak érzi ezt a tudományterületet, mások az értékesítés legfőbb eszközének tartják (MEZŐ, 2012).

A marketing eszközök előtt általánosságban az határozta meg egy bor ismertségét, hogy milyen minőségben tudták előállítani. Ahogy a mondás tartja: „a jó bornak nem kell cégér”. Alapvetően ez a kijelentés megállja a helyét, de a piaci verseny következtében kevésnek bizonyul. Az általános termék-marketinghez képest a bor egy összetettebb terméknek minősül, a vásárlók ízlése szubjektív, a borok minőségét nem lehet borvidékek figyelembevétele nélkül osztályozni. A termékek esztétikus fizikai megjelenése és a szolgáltatás környezete befolyásolja a vásárlót a döntésében, így a formák, az arányok, a design szerepe egyre nagyobb mértékben nő (MEZŐ, 2012).

Az általános közízlés, mint ahogy a 2.4. Borfogyasztási szokások fejezetben említettem, az édesebb borok felől csak az utóbbi években indult el a szárazabb borok felé, mely szintén marketing munka eredménye. A fogyasztók edukációja, ízlésük finomítása, hazai borfajták és borászatok megismerése nélkül ez a folyamat nem végezhető. Egy termék esetében nem csak ezek a meghatározó paraméterek, hanem a termőterület elhelyezkedése, minősítése, termesztéstechnológiája, borászati technológiája is. Ezek alapján a bormarketingnek egy komplex tevékenységre van szüksége, mely foglalkozik a termékkel, annak szerepével a gasztronómiában, turizmusban, elérhetőségével, illetve a termelővel. A marketing által átadott üzeneteknek komplex, jól érthető, egymásra épülő rendszert kell alkotni, hogy a vásárló átlátható, megbízható, hiteles információkhoz jusson (MEZŐ, 2012).

A bormarketing különböző szintjein szükséges differenciált termékkínálattal rendelkezni mely jól tükrözi az adott ország, borvidék vagy gazdaság adottságait, működését, jellegzetességét.

Az így kialakult termékkínálat által a marketing tevékenységet végző különböző szintek, jól összehasonlíthatóvá válnak a többi nemzetgazdaság vagy borászat termékeihez képest. A végleges ár meghatározásához figyelembe kell venni és megbecsülni a várható keresletet, költségek alakulásának felmérését, versenytársak vizsgálatát (költség, ár, ajánlat alapján), árképzés módszerét, hogy a potenciális vevők képesek és hajlandók is legyenek megfizetni a termékeket illetve versenyképes legyen a többi termelőhöz képest (MEZŐ, 2012).

Az értékesítés, elosztási rendszeren keresztül történik (disztribúciós mix) mely különféle pályákon, csatornákon juttatja el az adott terméket a termelőtől a fogyasztóig. A folyamat leggyakrabban közvetítők bevonásával történik, kereskedők, brókerek, ügynökök, közreműködők segítségével. Az értékesítés történhet helyi szinten mely egy jó kezdeményezés a rövid ellátási láncok formájában, vagy hosszabb ellátási láncok esetén kereskedelmi hálózatokra lehet építeni, leggyakrabban borkereskedőkön keresztül történik az export értékesítés (MEZŐ, 2012).

A bormarketing tevékenysége komplex, ideális esetben egymásra épülő rendszert alkot a nemzetközi szinttől kezdve egészen egy-egy borászat különböző márkájáig, termékéig. A különböző szintek tevékenysége ugyan egymásra épül de eltérő célokkal rendelkeznek.

Nemzetközi szinten a bor általános megítélése, fogyasztásának propagálása történik. Nagy nemzetközi szervezetek végzik ezt a tevékenységet mint a Nemzetközi Szőlészeti és Borászati Hivatal (OIV), Borrégiók Európai Szövetsége (AREV), Borok és Szeszes Italok Nemzetközi Szövetsége (FIVS). Szociális elfogadásán túl, egészséges voltát, kultúrált mérsékelt fogyasztását népszerűsítik (MÁTÉ, 2019).

Regionális szinten szűkebb érdekképviselő történik. A marketing tevékenység kiterjedhet például Európai Unió bortermelő országainak szintjére vagy a Kárpát-medence régiójára - ugyanakkor az utóbbi esetében még hiányzik a szervezet mely ezt képviselné. Magyarország leginkább a Kárpát-medence területén fejthetné ki regionális marketing tevékenységét (MÁTÉ, 2019).

A legjelentősebb hatása, a bormarketing szintek közül, a nemzeti szintű közösségi marketingnek van melyet magán és állami intézetek végeznek. Magyarországon ezen a szinten bormarketing tevékenységet az Agrármarketing Centrum Nonprofit Kft (AMC) végzi melyet a Magyar Kormány hozott létre 2016-ban. Munkájukhoz tartozik többek között a közösségi

agármarketing tevékenységgel kapcsolatos feladatok ellátása az Agrárminisztérium irányítása által. Aktívan dolgoznak a magyar agrárium és élelmiszergazdaság versenyképességének növelésén, illetve üzleti eredményeinek javításában. Céljuk a nemzetközi versenyképesség javítása, korszerű marketing eszközök és módszerek hatékony alkalmazásával. Az Agrármarketing Centrum a sokrétű partneri együttműködés által hozzájárul a tudatos fogyasztói magatartás segítéséhez, az egészséges táplálkozás elterjesztéséhez illetve a környezettudatos termékválasztáshoz, előtérbe helyezve a hagyományos és kézműves termékek támogatását (INTERNET6).

Borrégiós szinten valósul meg a kisebb borvidéki termelés, turisztikai és marketing együttműködése, ugyanakkor ez a szint hazánkban még gyenge. Ennek okai többek között hazánk borvidégeinek kicsi mérete, ezáltal a termelés mennyisége is kisebb nemzetközi viszonylatban. Továbbá szellemi és pénzügyi források hiánya jellemző erre a szintre (MÁTÉ, 2019).

Nemzetközi, továbbá borvidéki szinten a AMC ernyőmárkájaként a Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) végzi a bor és borturizmus népszerűsítését. Feladata a magyar bor és borvidégeink értékeinek kiemelése és továbbítása hazai és a határon túli borfogyasztók számára. Az MTÜ az ország termelőinek és borturisztikai célpontjainak összeírását végzi illetve népszerűsítésükhöz, közös platformot biztosít melyen bemutatja a magyar bor általános jellemzőin túl a sokszínűségét. Az ágazat eredményeit, aktualitásait aktív kommunikációval hirdeti, együttműködve az Agrármarketing Centrummal és Agrárminisztériummal. Továbbá kapcsolatot tartanak Hegyközségek Nemzeti Tanácsával, a borászatokkal és a piac további szereplőivel (INTERNET7).

Borászati szinten a borászat egésze kerül a marketing tevékenység középpontjába. A fogyasztói bizalom és döntés a borász vagy borászat nevéhez kötődik, ez adja a marketing alapját.

Speciális marketing tevékenységet lehet végezni egy borászat kiemelt terméke, márkája által, melynek mérete olyan nagy, hogy fel lehet rá építeni egy külön márkát, vagy több bort alá lehet sorolni. Kisebb borászatoknál ez jelentheti a borászat egészét, nagyobb borászatok esetében viszont márkák hierarchikus szintjét lehet kiépíteni (MÁTÉ, 2019).

A XXI. század informatikai és marketing térnyerése kölcsönhatásban van egy információs társadalom kialakulásával. Az információ alapvetően kimeríthetetlen és a hagyományos javaktól eltérően viselkedő erőforrás.

A megnövekedett rendelkezésre álló eszközök és információ mennyiség következtében nehezebb lett a figyelemfelhívás. A marketingtudomány az emberek érdeklődésének felkeltésére a pár másodperces hírekre, hirdetésekre támaszkodik, melyekhez elengedhetetlen a rövid, könnyen, lényegre törően átadható információk, hogy másodpercekre fel tudják hívni az emberek figyelmét. A legfőbb csatornája ennek az internet lett, ahol az olcsó és egyszerűen használható rendszerek mellett (például közösségi média) hirdető, összehasonlító, figyelemfelhívó oldalak jelentek meg, sokszor fizetési lehetőséggel lerövidítve a vásárlók döntésre használt idejét.

2.7. Borturizmus

Az utóbbi években jelentkező világszintű események mint a Covid19-pandémia, orosz-ukrán háború, hiperinfláció, szélsőséges időjárási viszonyok következtében, felgyorsult a dezurbanizációs folyamat, felértékelődött az önellátás szerepe, az egészséges élelmiszerek előállítása, melynek megvalósítása a városi élet felszámolásával jár.

A jelenség további része, hogy jelentős számú ember dönt egy visszalassult élet (ún. slow living angol kifejezés) mellett mely ellenébe megy a modern világ által kialakult életvitelhez. Továbbá felértékelődött a kis közösségek szerepe melyek közös konstrukciók alapján, közös hitben tudnak együttműködni, akciókat végrehajtani. Új tanya, falu, termelési közösségek alakultak ki egymás segítése, előrehaladása, összefogásaképpen. Ez a városban élő hasonló gondolkodású emberekre is hat ugyanis nem kizáró tényezője termelőként részt venni ezekben a folyamatokban. Például termelői kosárközségek jelentek meg, melyek összefogják a megbízható minőségű termékeket előállító termelőket, a vidéki és városi fogyasztókkal egyaránt. Ez egy oda-vissza ható folyamat, ugyanis bővülni tud az ilyen termelők száma a kereslet növekedésével.

A gasztronómiára, turizmusra illetve borturizmusra is kihat a folyamat. A gasztronómiában megjelentek olyan szereplők, akik kizárólag helyben termelt termékekkel dolgoznak a kiemelkedő élelmiszerminőség miatt illetve további vállalásuk az ellátási láncok lerövidítése ezzel is csökkentve az ember a környezetre gyakorolt destruktív hatását. Az egykori

majorságok mintájára létrejöttek 0 km-es éttermek, melyek kizárólag saját maguk által előállított termékekkel dolgoznak.

A gasztronómia szerves részét képezi a borturizmusnak ugyanis alapvető cél, hogy a vendég minél hosszabb időt töltsön a borvidéken, minél több szolgáltatást vegyen igénybe és minél elégedettebben távozzon, a visszatérés szándékával (PALLÁS, 2013). A komplex élmény eléréséhez elengedhetetlen feltétel, hogy egy adott borászat rendelkezzen a régióra jellemző borválasztékkal illetve a borvidéket reprezentálni tudja mind élőszóval mind a regionális termékek által. Továbbá feltétel a borok megfelelő körülmények közötti bemutatása, részletes információk átadása a borvidéket és az adott borászatot tekintve egyaránt.

A borturisztikai szolgáltatásokat tovább színesíthetik a különböző rendezvények, események, bortúrák, birtoklátogatások, nyitott szüretek, kulturális és sportrendezvények, boros szemináriumok (PALLÁS, 2013).

A borágazatnak és borturizmusnak elválaszthatatlan szerepe van a vendégekkel, vásárlókkal így rendkívül fontos a felkészültség, szaktudás.

2.8. Munkaerő

A KSH adatai szerint a 30%-kal csökkent a mezőgazdasági munka mennyisége 2010 és 2020 között. 350 ezer éves munkaerőegységről csökkent le 244 ezerre. Az egyéni gazdaságokat tekintve ez a csökkenés még jelentősebb, 2013 óta figyelhető meg folyamatos csökkenés.

Az összes mezőgazdasági munka 56%-át az egyéni gazdaságokban jelentkező családi munkaerő teszi ki, 44%-át alkalmazottak végzik. 2010-ben ez az arány 70% családi munkaerőből, 30% alkalmazotti munkaerőből állt.

A legtöbb munkaerőigényt az előállított standard termelési értékre jutó munkaerő felhasználás tekintetében, a szőlőtermelő és zöldségajtató gazdaságok igényelték.

Az idénymunkások számában is történt változás, 2015 óta közel 24%-os csökkenés figyelhető meg. A zöldség és gyümölcstermesztés jelentős része munkaigényes, így az élőmunka ezekből a szektorokból hiányzik a leginkább (INTERNET8). A probléma megoldásaképpen sokan távolkeleti munkaerőt alkalmaznak, hogy elkerüljék a munkaerőigényes ágazatok leépülését. Ennek ellenére csökken a gazdaságok száma, a gépesíthető ágazatok tudnak csak alkalmazkodni a kialakult helyzethez (INTERNET9).

Alapvető problémát jelent az egységnyi emberi munkaerő hiánya így vagy gépesítésre szorulnak a vállalkozások vagy a birtokméretük egy kisebb háztáji gazdaságra szűkül mely a megtermelt javakat nem vagy csak kis mértékben tudja értékesíteni. Ezt a hiányt mérsékeli többek között a precíziós eszközök megjelenése melyeknek köszönhetően növekednek az automatizálható folyamatok és robotikával elvégezhető feladatok.

3. Anyag és módszer

Szekunder kutatást végeztem a témában, makroökonómiai szinten, az országot érintően vizsgáltam Magyarország termelését, külkereskedelmét és a külkereskedelmének versenyképességét, 10 éves viszonylatban. A kialakult folyamatok megértéséhez, elemzéséhez szükséges volt, a 10 éves időszak figyelembe vétele. A mezőgazdasági termékeken belül a szőlő-bor ágazatot emeltem ki, így a vizsgált termékköröm a szőlő és a bor tanulmányozására terjedt ki.

A mezőgazdaságot érintően kitekintettem Magyarország Európai Unióban és a világban elfoglalt helyére, részletezve a termelési-és az exportpiacon elfoglalt helyünket.

Hazai és nemzetközi szekunder adatok gyűjtésével készítettem a szakdolgozatomat, szakkönyvekben, szakkikkekben és az interneten és fellelhető információk alapján végeztem a saját kutatásomat. Az ágazat történelmi áttekintéséhez Eperjesi Imre Borászati technológia könyve volt segítségemre. További információkat a téma kontextusba helyezéséhez Ganczaughné Albert Katalin írásából, Magyarország a XX. században című könyv, IV. fejezetéből a Szőlészet és borászat című fejezetből kerestem.

A statisztikai adatokhoz főként a Központi Statisztikai Hivatal adatait használtam fel, mely jelenleg a legszélesebb körben nyújt kimutatásokat a gazdaságot, és a külkereskedelmet érintő információkról. Kiemeltem a 2020-as évben készült Agrárcenzus adatait, mely a mezőgazdaságban az összes gazdaságra kiterjedő, teljeskörű adatösszeírást végezte el.

Továbbá felhasználtam nemzetközi szervezetek adatait, mint az International Organisation of Vine and Wine (OIV), illetve Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAOSTAT), melyek összehasonlítási alapul szolgáltak a KSH által nyújtott statisztikákhoz. A Hegyközséges Nemzeti Tanácsa (HNT) szakmaközi szervezet cikkei, hazai statisztikai szintén segítettek a téma kidolgozását. A HNT szakmai cikkein túl a borászpórtál.hu illetve az agroforum.hu oldalról tájékozódtam, olvastam a témában. Agrárközgazdasági Intézet (AKI) által készített elemzések, folyóiratok mint Agrárpiaci jelentések, éves Agrárgazdasági statisztikai zsebkönyvek segítettek elmélyedni Magyarország piaci tendenciáiban, a bel és külpiaci értékesítésben illetve a piaci folyamatok működésében. Az export értékek és mennyiségek vizsgálatában az International Trade Centre (ITC) oldala, a Trade Statistics for International Business Development (trademap.org) volt nagy segítségemre, melyen keresztül az egyes országokra, adott évek viszonylatában tudtam vizsgálni az értékeket.

4. Vizsgálati eredmények és értékelésük

4.1. Szőlő és bortermelés vizsgálata

Magyarországon az összes gazdaságra kiterjedő, meghatározott küszöb feletti, teljes körű adatösszeírást tízévente végzi el a Központi Statisztikai Hivatal. Az utolsó felmérés szerint, mely 2020 június 1-jén készült el, 241 ezer gazdaság működött Magyarországon, ez 31%-kal kevesebb, mint 2010-ben volt.

1. táblázat: Főbb mezőgazdasági adatok gazdaságtípusonként, 2020, Forrás: KSH

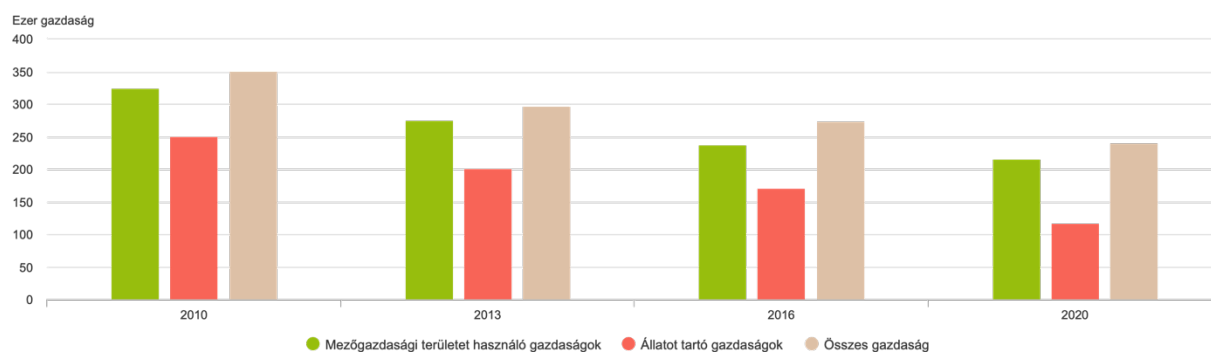
Gazdaságtípus	Gazdaságszám	Mezőgazdasági terület, hektár	Állategység	Standard termelési érték, euró
Szakosodott szántóföldi növénytermesztés	95 817	3 314 492	95 809	2 957 402 235
Szakosodott kertészet	10 721	81 355	5 185	587 764 177
Szakosodott ültetvénytermesztés	36 803	161 046	2 994	403 100 925
Tömegtakarmány-fogyasztó állatok szakosodott tartása	11 037	466 956	445 404	635 959 134
Abrakfogyasztó állatok szakosodott tartása	37 175	83 518	894 874	1 372 534 682
Vegyes növénytermesztés	8 766	198 226	15 224	314 636 930
Vegyes állattartó gazdaságok	3 700	76 762	156 264	227 863 339
Szántóföldi növények – állattartás vegyesen	23 626	514 072	278 246	670 199 459
Osztályba nem sorolt gazdaság	13 357	25 340	–	–
Összesen	241 002	4 921 766	1 893 999	7 169 460 881

Szakosodott ültetvénytermesztéssel, mely magába foglalja a szőlő és gyümölcstermesztést a gazdaságok 15%-a foglalkozott. Ez a standard termelési érték 5,5%-át adta (INTERNET10).

2020-ban a KSH gazdaságküszöb emelést hajtott végre annak érdekében, hogy a csak árut előállító gazdaságok megfigyelését és adatainak közlését pontosabban tudja végezni, figyelmen kívül hagyva azokat a gazdaságokat, melyek csak saját fogyasztásra termelnek - a küszöb szerint standard termelési értékük nem éri el az 1000 Eurót. Ennek módszertani előkészítését 2018-ban kezdték el, több EU-tagország korábbi mintájára (pl.: Németország 2010). A küszöb meghatározásához a 2010-es Általános Mezőgazdasági Összeírás adatai, a 2013-as és 2016-os Gazdaságszerkezeti Összeírások eredményeit használták fel.

A KSH adatai szerint, 2020-ban a 4000 eurónál kevesebb standard termelési értékkel rendelkező gazdaságok aránya 70%-ról 53%-ra csökkent, mely az összes termelési értéknek csak 2,6%-át teszi ki. A közepes méretű gazdaságok aránya növekedett, 9%-ról 17%-ra.

A termelés koncentráltságát jelzi, hogy a termelési érték 45%-át, vagyis jelentős részét az összes gazdaság csupán 1%-a állítja elő, ők a legnagyobb termelők.

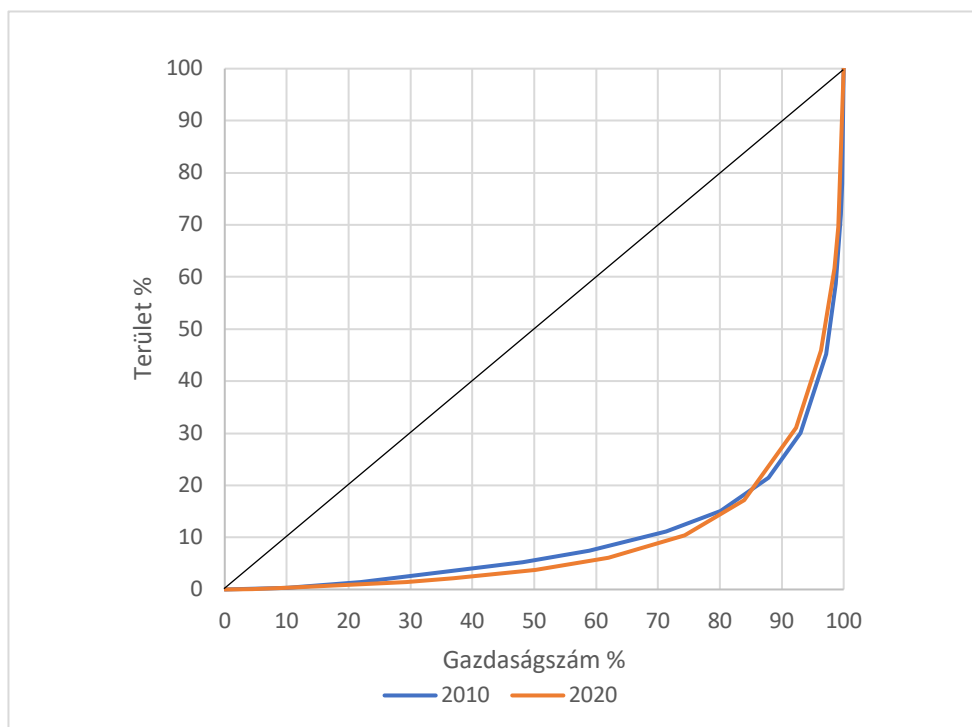


4. ábra: A gazdaságok számának alakulása, Forrás: KSH

A mezőgazdasági tevékenységet folytató gazdaságok számának 10 éves változásából, azt olvashatjuk ki, hogy a kisebb, háztáji gazdaságok eltűnése a mezőgazdasági termelés koncentrálódását okozta, korrelálva a legnagyobb gazdaságok méretnövekedésével.

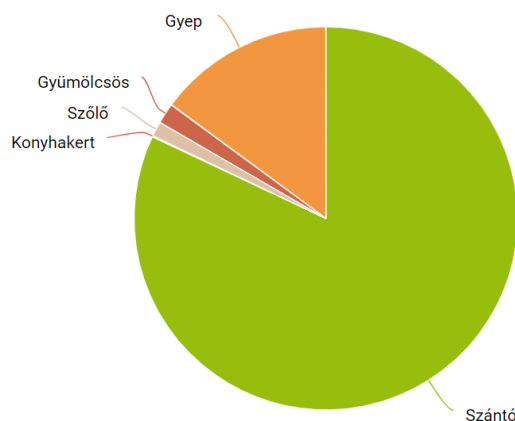
A gazdaságszámokra és területméretekre vonatkozó összefüggéseket 2020-as KSH adatok alapján vizsgálva szintén koncentrálódást figyelhetünk meg. 2020-ra a kis méretű gazdaságok területe felére csökkent, számuk harmadára. A kis és közepes méretű gazdaságokat együttesen vizsgálva 54%-os gazdaságszám, 16%-os területcsökkenés állapítható meg.

A nagy gazdaságok esetében a gazdaságok számában 35%-os, területüket tekintve pedig 41%-os növekedésre lehetünk figyelmesek 10 éves időtávban.



5. ábra: Gazdaságszámok, területméretek 2010 és 2020-ban, Forrás: KSH,

A 2020-as Agrárcenzus adatai szerint az ország mezőgazdasági területe 4 millió 922 ezer hektár volt (az ország teljes területének közel 53%-a). Művelési ágak szerinti megoszlásban azt láthatjuk, hogy a magyar mezőgazdasági területek 82%-a szántó, 15%-a gye, 2%-a gyümölcsös és 1%-a szőlőtermő területbe sorolható. A szőlőtermesztés 62.395 ha-on folyt.



6. ábra: A mezőgazdasági terület megoszlása művelési áganként 2020-ban,

Forrás: KSH

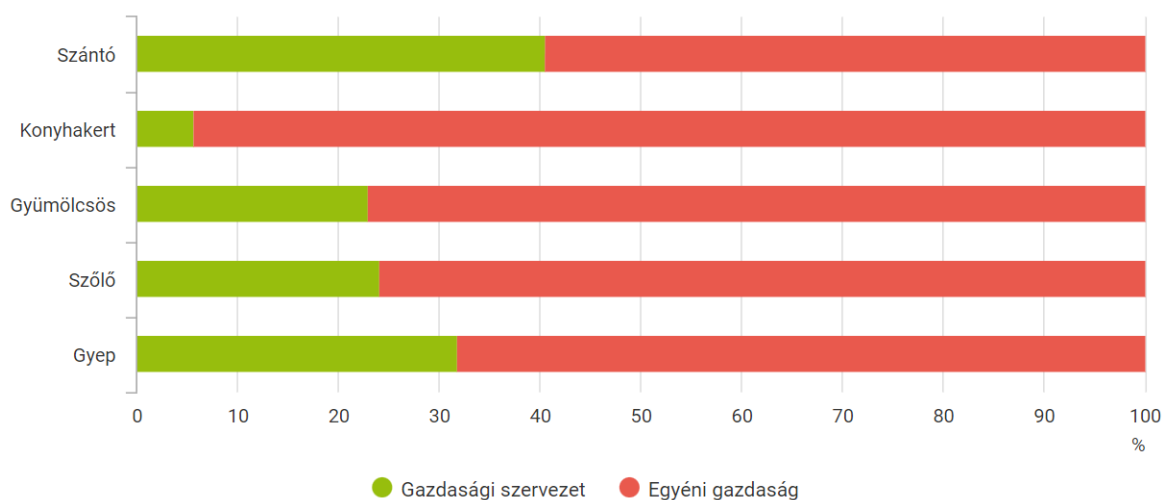
A KSH statisztikái alapján, a 2020-as év, a 2012-2016. évek átlagához viszonyítva, 15%-os a termőterület csökkenést mutat, ugyanakkor a termésmennyiségben nem látunk hasonló mértékű eltérést. Ezek alapján arra a következtetésre juthatunk, hogy növekedik szőlőültetvények tőketerhelése.

2020-ban az ország 62.395 hektár árutermelő szőlőtermő területéből, 59.630 hektár került betakarításra. 2020-ban 435 ezer tonna szőlőt termelt az ország, mely a 2019-es 457 ezer tonnához képest egy 5%-os csökkenést jelent.

2. táblázat: Szőlőtermelés 2012-2020 között, Forrás: aki.gov.hu

Megnevezés	2012–2016. évek átlaga	2017	2018	2019	2020
Szőlőtermelés					
Összes terület (ezer hektár)	80	73	71	68	63
Termőterület (ezer hektár)	71	67	66	65	60
Termésátlag (termőterületre) (kg/ha)	6 144	7 900	8 070	7 040	7 300
Termésmennyiség (ezer tonna)	432	530	533	457	435
Ebből: étkezési célra felhasznált szőlő (ezer tonna)	13	12	11	10	8
Egyszer fejtett bortermés (millió liter)	276	358	355	306	307

A 2020. június 1.-ei KSH közlés szerint a mezőgazdasági területek megoszlását szervezeti formánként tekintve azt láthatjuk, hogy a teljes mezőgazdasági terület 39%-át gazdasági szervezetek használják. A szőlő esetében 75,9% az egyéni gazdaságok aránya a gazdasági szervezetek 24,1%-ához képest.



7. ábra: A mezőgazdasági terület megoszlása művelési áganként és szervezeti formánként, 2020, Forrás: KSH

A szőlő esetében a legmagasabb a saját területet használó gazdaságok száma, 72,3%, ebből következik, hogy itt a legalacsonyabb a bérelt területeket használók aránya, 20,7%. Az egyéb jogcímen használt területek aránya 7% a szőlő esetében.

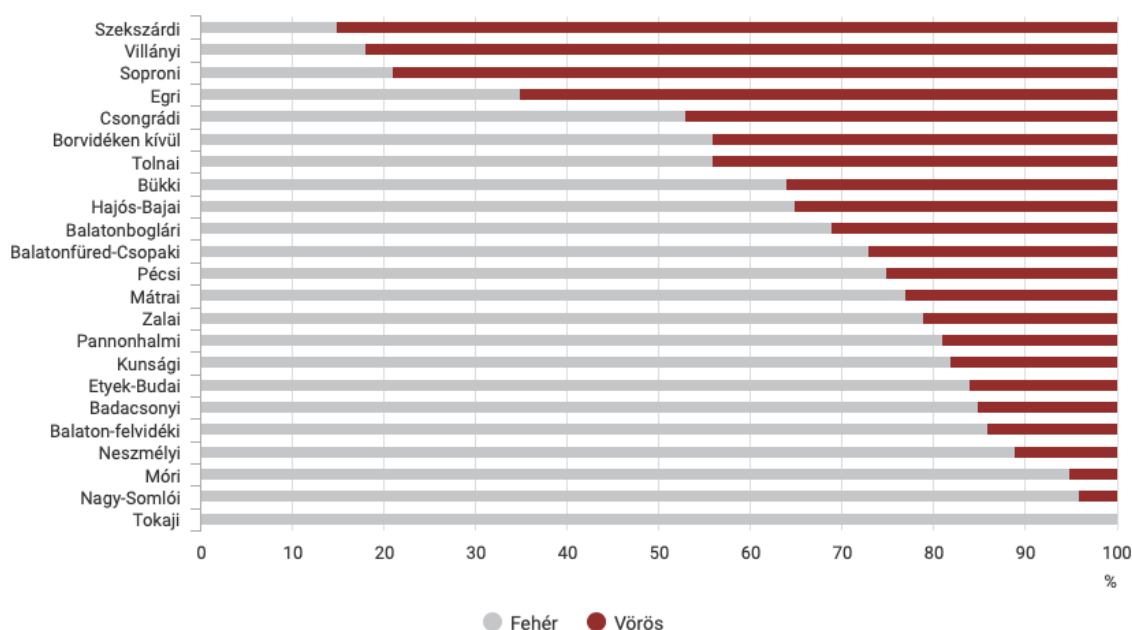
A 2013. évi CXXII. törvény a mező- és erdőgazdasági földek forgalmáról 9. paragrafusa (Földforgalmi törvény 9. §) alapján nem szerezhethetnek tulajdonjogot jogi személyek, a területek többsége egyéni gazdaságok tulajdonában van. Általánosságban kijelenthető, hogy minél nagyobb egy gazdaság, annál több bérelt területet használ. A földtörvény előírásából is következik, hogy növekszik a bérelt területek aránya a saját tulajdonúakhoz képest a gazdasági szervezetek esetében.

Legjelentősebb termőhelyeink a borvidékek. Jelenleg 6 borrégiót ezen belül 22 borvidéket, és 97 hegyközséget különböztetünk meg.

Az országban 43 ezer hektáron a területek 70%-án fehérbort adó szőlőfajtákat termelnek, 30%-án vörösbort adó szőlőfajtákat, 18 ezer hektáron.

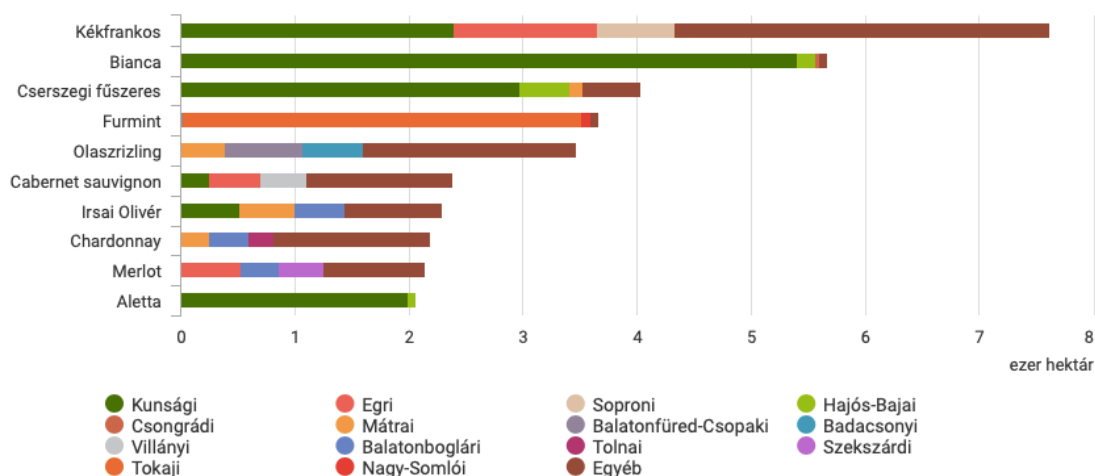
A szőlőültetvények jelentős része, 20,2 ezer hektár a Kunsági borvidéken található, mely a Duna-borrégió tagja. 82% fehér-, 18% vörösbort adó fajták találhatóak ezen a borvidéken. Az Egri, Soproni, Villányi és Szekszárdi borvidék esetében fordul meg az arány, ezeken a területeken túlnyomó többségben vörösbort adó fajtákat használnak. A Móri, Nagy-Somlói és

Tokaji borvidék esetén pedig azt láthatjuk, hogy szinte nem használnak vörösbort adó szőlőfajtákat (KSH, 2021b).



8. ábra: Szőlőfajtacsoportok aránya a borvidékeken, 2020, Forrás: KSH

A borvidékek fajtaösszetételét a KSH adatai szerint tovább vizsgálva azt láthatjuk, hogy az ország leggyakoribb szőlőfajtája a Kékfrankos, mely az összes terület 12%-án, közel 8 ezer hektáron terem. Kunsági, Egri és Soproni borvidéken jellegzetesen használatos fajta. A Kékfrankost követi a Bianca szőlőfajta, mely 6 ezer hektáron, az összes terület 9%-án terem. Túlnyomó többségében Kunsági borvidéken termesztett fajta, de található belőle 160 hektár a Hajós Bajai, illetve 40 hektár a Csongrádi borvidéken.



9. ábra: Az országosan leggyakoribb szőlőfajták előfordulása borvidékenként, Forrás: KSH

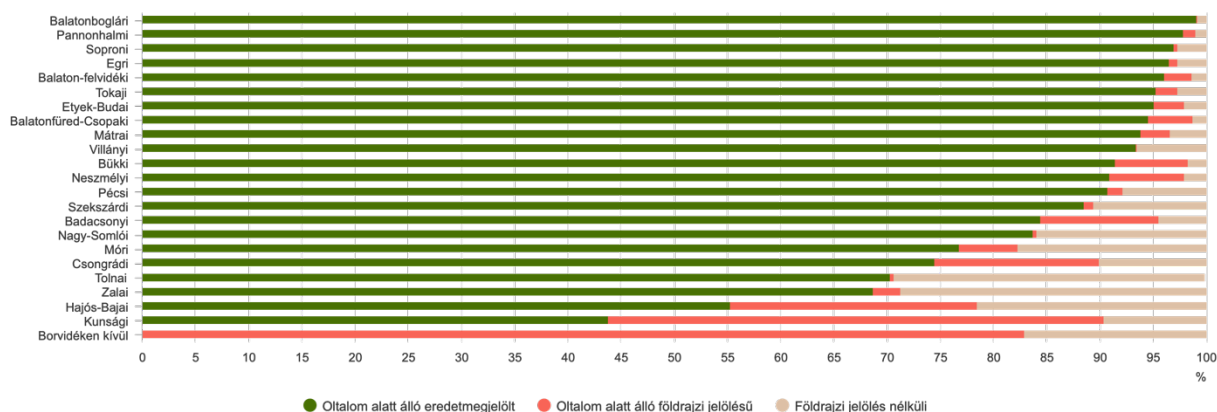
Harmadik legjelentősebb fajtánk a Csertői fűszeres mely 4 ezer hektáron található az összes terület 7%-án.

A Tokaji borvidék híres bora, a Furmint termelése közel 4000 hektáron folyik az országban. Ebből Tokaj képvisel 3500 hektárt, de további 500 hektár főleg a Balatonfüred-Csopaki és Nagy-Somlói borvidéken található.

3500 hektáron folyik Olaszrizling termelés, ezzel az 5. leggyakoribb szőlőfajtánk.

Kiemelném még az Aletta rezisztens szőlőfajtát, melyet 2 ezer hektáron, főleg a Kunsági borvidéken használnak.

A borvidéki területeink minőségüket tekintve, túlnyomó többségében rendelkeznek az Oltalom alatt álló eredetmegjelöléssel (OEM), ami a legmagasabb akkreditált minőségi besorolás. A rendszernek köszönhetően megkülönböztethetünk 4 fő kategóriát, a minőség terén. A legalacsonyabb besorolás a Földrajzi jelölés nélküli (FN), míg a legmagasabb az Oltalom alatt álló eredetmegjelölés. Amint az a 7. ábrán látható, a besorolás alapján borvidékeink, alkalmasak a minőségi borok előállítására ugyanis legnagyobb részük rendelkezik az OEM jelzéssel. A Kunsági borvidék az egyetlen mely esetében 3%-os eltérést



10. ábra: A borvidékek területe minősítés szerint 2020, Forrás: KSH

tapasztalunk az Oltalom alatt álló földrajzi jelzésű (OFJ) megjelölés javára a legmagasabb kategória ellenében. Az eltérés többek között a régióban termesztett Bianca és Aletta rezisztens fajtákból ered, melyeknek ugyan kiegyensúlyozottabb a terméshozamuk, de leginkább tömegbor előállítására alkalmas típusok.

Az Agrárközgazdasági Intézet Piaci Árinformációs Rendszer (AKI-PÁIR) adatai szerint, 2020-ban 20%-al csökkent az előző évhez viszonyítva az FN, OFJ, és OEM borok belföldön értékesített

mennyisége. Az OEM kategórián belül, a fehérborok esetében 26%-os, vörös-és rozéborokat illetően 14%-os csökkenést figyelhetünk meg, a belföldön értékesített mennyiség tekintetében. Az összes fehérbort tekintve melyek az összes forgalom 58%-át adták, 21%-al kevesebbet értékesítettek. Vörös és rozéborok értékesítésének mennyisége a 2020-as évben 20%-os csökkenést mutat (ECSEDINÉ et al. 2021).

2020-as KSH adatok alapján az OEM, OFJ, FN jelzésű borok belföldön értékesített mennyiségének csökkenése ugyanakkor növekvő feldolgozói értékesítési árakat mutatott, köszönhetően a borszőlő felvásárlási árának 2019-es évhez viszonyított 15%-os növekedésének.

Az FN-és OFJ-borok feldolgozói értékesítési ára 10%-kal, míg az OEM borok átlagára 27%-kal, növekedett 2020-ban az előző évhez képest. OEM kategórián belül fehérborok esetében 18%-os, vörös és rozéborokat nézve 36%-os az emelkedés az átlagárakat tekintve. Összeségében a fehérborok átlagára 12%-kal, a vörös és rozéboroké 8%-kal emelkedett.

A HNT 2017-es felmérései alapján a minőségi garanciák kapcsán kijelenthető, hogy a vásárlók nem látnak különbséget az OEM, OFJ, minőségi borok, védett eredetű borok között, így ezeknek az információknak a szélesítése, további edukációja rendkívül fontos feladat.

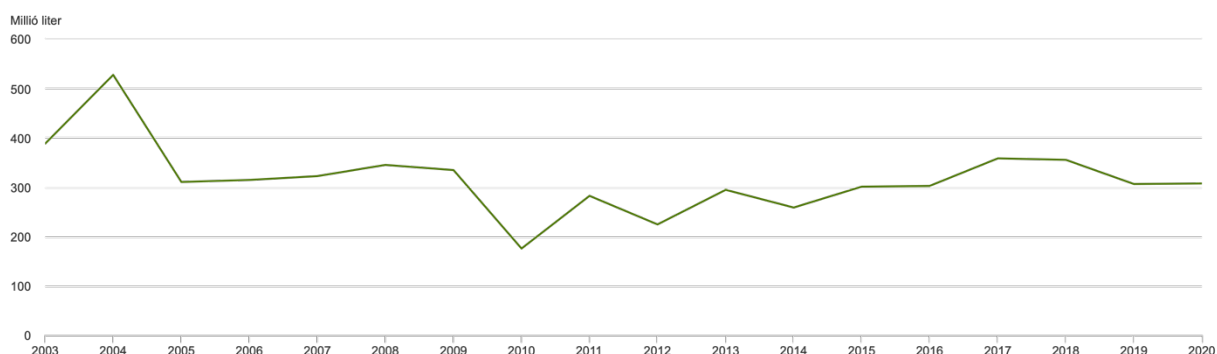
Az információhiány másik érintettje a bioborok kategóriája, melyet vizsgálva azt láthatjuk, hogy információ hiányában a vásárlók 64%-a nem vásárolt még bio minősítésű bort.

3. táblázat: A belföldön termelt borok feldolgozói értékesítési ára, Forrás: AKI PÁIR

Megnevezés		2020, HUF/hl	2020/2018, %	2020/2019, %
Fehérbor	FN	12 658	107,73	139,45
	OFJ	19 248	98,01	107,98
Összes fehérbor		18 990	98,86	111,62
Vörös- és rozébor	FN	19 970	85,86	100,05
	OFJ	26 768	94,80	108,15
Összes vörös- és rozébor		26 583	96,20	108,17
FN-bor összesen		15 125	80,26	131,69
OFJ-bor összesen		22 447	97,19	107,81
FN- és OFJ-bor összesen		22 198	97,59	110,03
Fehérbor OEM		57 132	100,58	118,17
Vörös- és rozébor OEM		60 633	125,44	136,57
OEM-bor összesen		58 959	112,99	126,95

Az OIV adatai alapján a 2020-as évet tekintve Olaszország a világ vezető bortermelője, Magyarország a lista 15. pozíciójában helyezkedik el, Európai Unió szinten az ország a 6. legjelentősebb bortermelő országok közé sorolható.

A haza bortermelésben, 2010-ben megfigyelhető volt egy visszaesés 334,4 millió literről, 175,5 millió literre, mely a csökkenő borfogyasztási szokások mellett egy meglehetősen csapadékos, kevés napsütéssel telt évvel is magyarázható, illetve egy 2005-ös európai uniós pályázattal mely jelentős összegekkel támogatta azokat, akik kivágták az ültetvényeiket. 2015 óta a bortermelés nem esett 300 millió liter alá, olvashatjuk ki a KSH 2020-as adataiból.



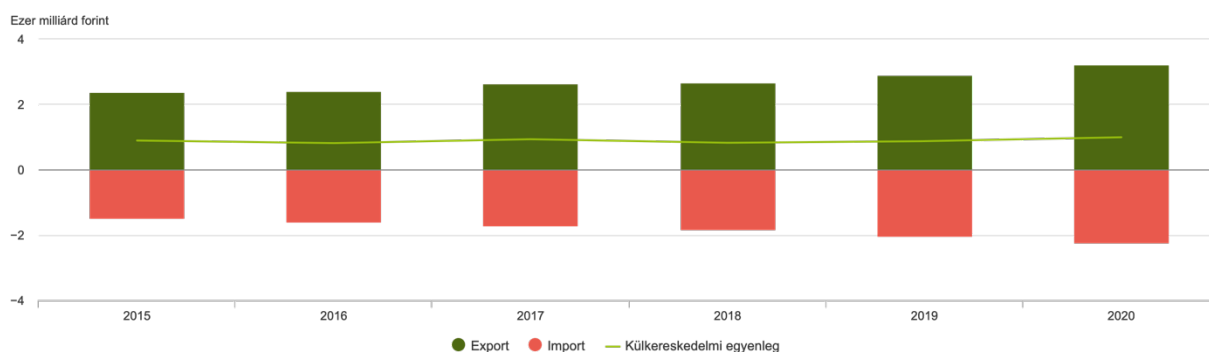
11. ábra: A bortermelés alakulása Magyarországon, Forrás: KSH

2020-ban a HNT 2020-as adatai alapján 290 millió liter seprős újbort fejtettek mely a 2019-ben előállított 240 millió literhez képest 21%-os növekedést mutat.

4.2. Kereskedelem és külkereskedelem aktualitásai

2020-ban a KSH adatai szerint, a mezőgazdasági eredetű áruk külkereskedelmi egyenlege 0,99 ezer milliárd Forint volt, mely 3,21 ezer milliárd Forint export értékből és 2,22 ezer milliárd Forint importból tevődött össze (KSH, 2021a).

Az egyenleg 2020-as emelkedése egy nem várt növekedés volt a 2019-es 0,87 ezer millárd



12. ábra: A mezőgazdasági eredetű áruk külkereskedelmének alakulása, Forrás: KSH

Forinthez képest, ugyanis a Covid19-pandémia következtében az ország gazdaságának egyes területein jelentős visszaesés volt megfigyelhető. A járvány főbb elszenvedő szektorai az ipar, turizmus és vendéglátás.

A bor-külkereskedelmi egyenlegét tekintve, KSH 2020-as adatai szerint, mennyiségben 21%-os volt a növekedés, értékében 19%-os az előző évihez képest.

A pandémia megjelenését követően egy világszintű pánikvásárlás következett, az emberek élelmiszereket halmoztak fel, egyaránt ételeket és italokat, melynek eredményeképpen számottevően nőtt a bor és egyéb alkoholok értékesítésének mennyisége is. A karantén következtében nullára csökkent le a különböző vendéglátóhelyeken, rendezvényhelyszíneken való fogyasztás mennyisége, kizárólag otthonra korlátozódott a borfogyasztás (INTERNET11). Az ezt megelőző időszakban, ez az arány a Hegyközséges Nemzeti Tanácsa 2017-es felmérése alapján 53% otthoni fogyasztásból, 25% vendégségben, 13% étteremben és bárokban, 9% rendezvényen és borászati eseményen való fogyasztásból tevődött össze (TOTTH – SZOLNOKI, 2019).

A borpiac 1/3-át a hipermarketek uralják, a supermarketek és kisebb élelmiszerboltok közel 20%-os piaci részesedéssel rendelkeznek. A borászatok direkt eladása és a borszaküzletek teszik ki az eladások 5%-át, borkimérés pedig a 6%-át. Az interneten keresztül eladott bormennyiség aránya elenyésző a Covid előtti időszakot nézve. Ugyanis a Covid időszakában megnövekedett a webshopokon való értékesítések mennyisége többek között annak

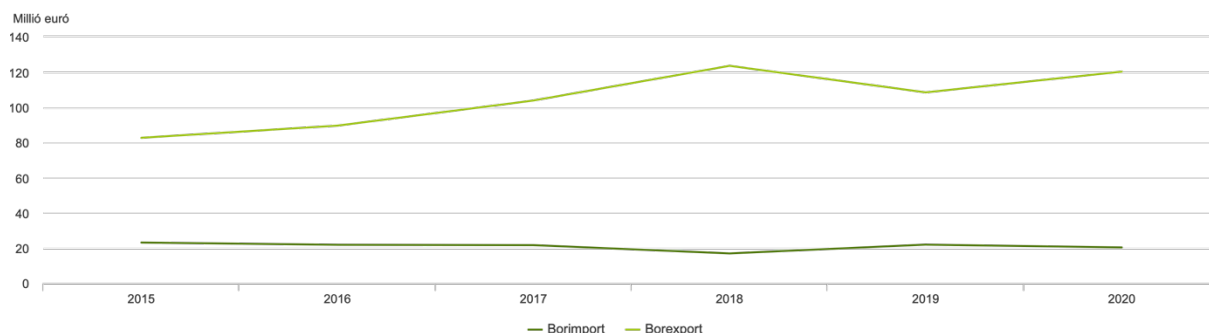
köszönhetően, hogy a szaküzletek és borászatok megpróbálták a termékeiket online eladni. Az időszak átvészelésére további ötletek születtek, mint például az online borkóstolók, melyek addig irrelevánsnak tűntek. Ezek a megoldások ugyan kompenzálták a borászatok veszteségeit, de bevételeik messze elmaradtak a korábban kiépített, megszokott értékesítési csatornákhöz képest. Legjelentősebb kiesést a vendéglátóipari szektor szenvedte el, mely a legtöbb termelőt érintette, különösen a kis és közepes termelőket, melyeknek sokszor a helyi vendéglátás, borértékesítés volt az egyetlen piaca.

A borászati ágazat a kormánytól dedikált kormányzati segítséget kapott, pénzügyi támogatás formájában, a Hotels, Restaurants, Cafés (HoReCa) ágazat közvetítésével a piaci veszteségeiknek enyhítésére 1,5 milliárd forint összegben. Maximum 30 hektár volt a pályázható birtokméret, ezzel segítve a kis és közepes vállalkozások bevétel kiesését, piacvesztését.

Zöldszüret lehetőségét is többen igénybevétték, mely szakmai szemmel nézve nem a jó válságkezelési megoldások közé tartozik, de olykor szükségszerű.

Az OIV adatai alapján a 2020-as évet tekintve Magyarország a világ 14. legtöbb bort exportáló országa, vezető helyen Olaszország áll. Világviszonylatban Olaszország a borexport 19,4%-át adta ebben az évben, míg Magyarország az 1,2%-át.

A KSH 2020-as adatai szerint a hazai bor-külkereskedelem értéke növekvő tendenciát mutat. 2015-ben 82,7 millió euró értékben exportált az ország, 2020-ban már 120,3 millió euró összegben, ami a teljes hazai termékexport 0,1%-a. Az időszaki élelmiszergazdasági kivitelnek 1,3%-a (INTERNET12).

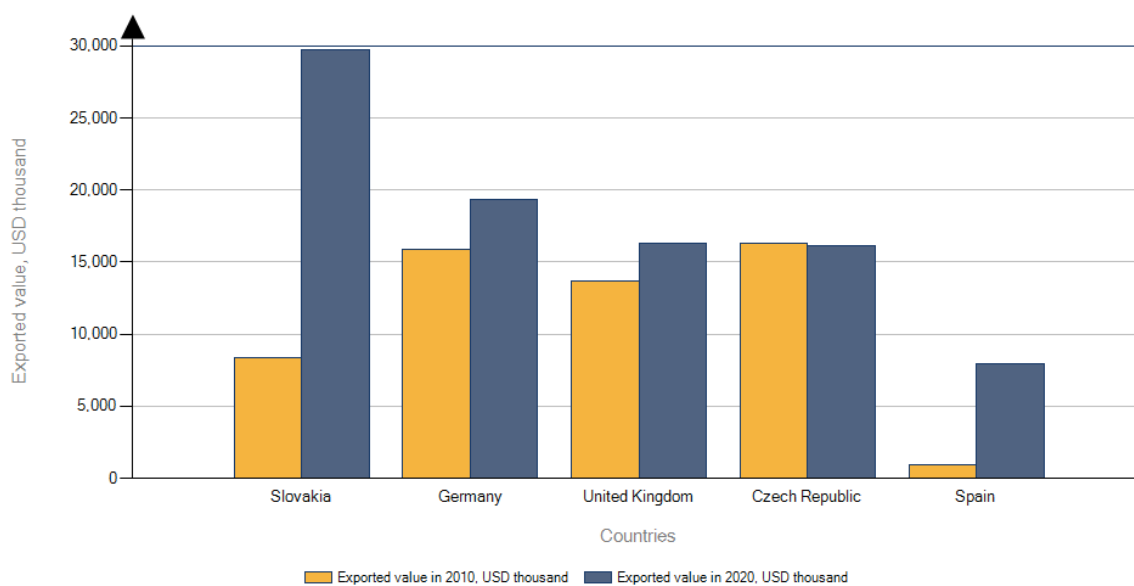


13. ábra: A bor-külkereskedelem értékének alakulása Magyarországon, Forrás: KSH

Az ITC adatai alapján, 2020-ban Magyarország fő célországai: Szlovákia, Németország, Egyesült Királyság, Csehország, Spanyolország, USA de hozzávetőleg 93 ország piacaira kerültek a magyar borokból.

Az ITC 2020-as adatai alapján továbbá az exportérték összegét nézve, egyetlen felvevő partner se közelítette meg a szlovák piacot mely majdnem elérte a 30 ezer USD összeget, 255%-os exportérték növekedéssel 10 éves időszakot nézve. 2010-ben 8373 ezer USD volt az exportérték a szlovák piac esetében ITC adatokat nézve. Szlovákia 2018 óta exportértéket nézve első helyen áll a kereskedelmi partnereink között. Szlovákia esetében export mennyiség tekintetében hasonló mértékű növekedésre lehetünk figyelmesek. 11433 tonnáról, 37311 tonnára növekedett a szlovák piacra exportált friss szőlőből készülő bor mennyisége. A szlovák piac adta a magyar borok export értékének 21,7%-át 2020-ban ami 2010-ben még csak 8,6% volt. Szlovákia bortermelésében 2010-hez képest 42%-os növekedésre lehetünk figyelmesek. 206 ezer hektoliterről 357 ezer hektoliterre nőtt (INTERNET13).

A német piacot nézve, 2020-ban egy 21%-os növekedés figyelhető meg az exportérték összegét tekintve a 2010-es évhez képest. Összege közel 20 ezer USD mellyel a 2020-ban a második legjelentősebb partnerünk. 2011 és 2015 között illetve 2017-ben első helyen állt Németország az exportértéket tekintve. Az export mennyiségeket tekintve 5,2%-os növekedést figyelhetünk meg 2010-hez képest. 16650 tonnáról növekedett meg 17558



14. ábra: Magyarország legjelentősebb exportpiaca az exportérték tekintetében
I-5, Forrás: trademap.org

tonnára. Az ITC adatait vizsgálva 2010-ben a magyar borok export értékének 14,1%-át, 2020-ban pedig 16,4%-át adta a német borpiac. Németország bortermelése a következőképpen alakul: 2010-ben 6475 ezer hektoliter viszont 2020-ban már 8405 ezer hektoliter.

Az egyik legjelentősebb piaca az országnak az Egyesült Királyság, ahová a palackos exportált borok 17%-a került 2020-ban. A 14. ábra alapján azt figyelhetjük meg, hogy 2010 és 2020 közötti időszakot nézve az Egyesült Királyság esetében közel 20%-os exportérték növekedés történt, értéke 16263 ezer USD-re nőtt. A magyar borok export értékének 11,8%-át a brit piac adta, 2010-hez képest 2,3%-os csökkenést figyelhetünk meg ebben.

Csehország esetében, körülbelül stagnál az exportérték, 1%-os csökkenést figyelhetünk meg a 2010-es és 2020-as évek viszonylatában. A 2010-es 16337 ezer USD-ről csökkent le az exportérték 16109 ezer USD-ra. Csehország adta a magyar borok exportértékének 11,7%-át 2020-ban ezzel szemben 2010-ben 16,8%-ot tett ki ez az érték. Csehország 2010-ben és 2016-ban volt a legfőbb kereskedelmi partnerünk az exportérték tekintetében. Csehország 603 ezer hektoliter bort termelt 2020-ban, ami egy 65%-os növekedésnek felel meg 2010-hez képest.

Fontos még megemlíteni Spanyolországot ugyanis 2010-ben még csak 17. volt az exportérték összege alapján, 2020-ban Lengyelországot cserélve az 5. legjelentősebb partnerünkkel lépett elő. A kiugró érték az 14. ábrán azt mutatja, hogy 2010-ben Spanyolország még csak 961 ezer USD értékben importált, 2019-ben fokozatos de jelentős növekedés után, 3717 ezer USD összeget képviselt majd 113%-os növekedéssel 2020-ban 7938 ezer USD értéket ért el. Míg 2010-ben a magyar borok exportértékének csupán 1%-át adta a spanyol piac, 2020-ban már 5,8%-át. Spanyolország 2020-ban, a világ harmadik legnagyobb bortermelője 45906 ezer hektoliter bort termelt.

A 15. ábra alapján Franciaország, 2020-ban a hatodik legjelentősebb piaci partnerünk 5943 ezer USD exportértékben importált magyar borokat. Értéke 2010-ben 1660 ezer USD-ről volt így egy 258%-os növekedésnek figyelhetünk meg. A magyar bor exportértékének 4,3%-át adta Franciaország 2020-ban.

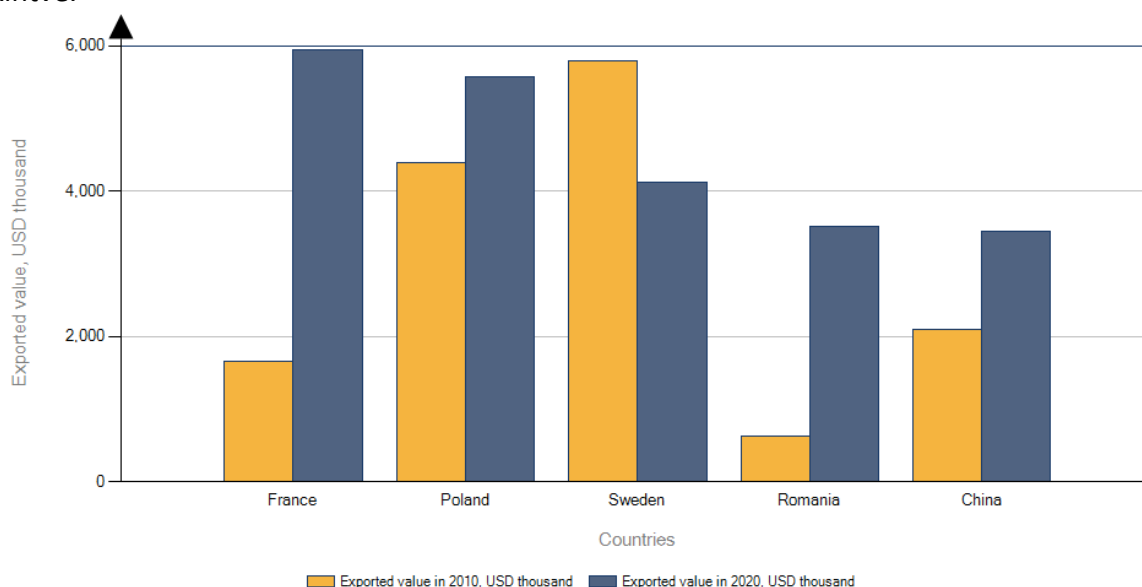
Lengyelország esetében 26%-os exportérték növekedést láthatunk. 2010-ben 4398 ezer USD tett ki, majd 2020-ban 5575 ezer USD értékre növekedett. A magyar borok exportértékének 4,5%-át adta a lengyel piac 2010-ben, ezzel szemben csökkenést figyelhetünk meg, 4,1%-ra esett vissza 2020-ban.

Svédország 2020-ban a 8. legjelentősebb borpiaci partnerünként (15. ábra) 4127 ezer USD értékben importált, ugyanakkor ez 29%-os csökkenésnek felel meg a 2010-es 5791 ezer USD-

hez képest amikor is 5. legjelentősebb partnere volt az országnak. Az éghajlati adottságaiból adódóan nincs számottevő szőlőtermesztése az országnak ebből adódóan jelentős importőr. Svédország 2020-as 853187 ezer USD importjából 0,5%-át teszi ki Magyarország.

Románia 2020-as adatai, Spanyolországhoz hasonlóan, hatalmas növekedést mutatnak az exportérték tekintetében 2010-hez képest. Értéke 618 ezer USD-ról nőtt 3520 ezer USD-ra, amely összeg így a magyar borok exportértékének 2,6%-át adták.

Kína, 10. legjelentősebb kereskedelmi partnerünként, 2020-ban, 3445 ezer USD értékben importált a magyar borokból mely egy 64%-os növekedésnek felel meg a 2010-es 2100 ezer USD-hoz képest. A magyar borok exportértékének 2,5%-át adta a kínai piac 2020-as évet tekintve.



15. ábra: Magyarország legfontosabb exportpiacai az exportérték tekintetében 6-10,
Forrás: trademap.org

2020-ban az első 10 legjelentősebb bor export piaca az országnak adta az exportérték 81,5%-át, 111988 ezer USD értékben. 2010-ben az első 10 ország exportértéke 69742 ezer USD összegnek felelt meg mely akkor 72%-a volt az ország teljes bor exportjának. Az aránya 10%-al nőtt, értéke közel duplájára emelkedett. A világ többi országába 2020-ban összesen 25278 ezer USD értékben került magyar bor, mely összehasonlítva, értéke kevesebb mint a szlovák piacra került borok exportértéke.

Hordóban értékesített borok esetében jelentős piaci koncentráció figyelhető meg, ugyanis 88%-át 5 kereskedelmi partnereknek szállítjuk, mégpedig a szlovák, német, cseh, brit és francia piacra.

A nemzetközi piacokon a magyar borok közül a legkeresettebbek a fehérborok melyeknek ugyan a kivitelen belüli részarányuk 1,8 százalékponttal csökkent de így is 81%-át tették ki.

A borimport 2015 óta körülbelül stagnál, 17-23,2 millió euró között mozog ennek az értéke (KSH, 2020). Az AKI 2020-as évre vonatkozó statisztikái azt mutatják, hogy bor import értéke 1,2 millió euróval csökkent az előző évihez képest (EHRETNÉ, 2021).

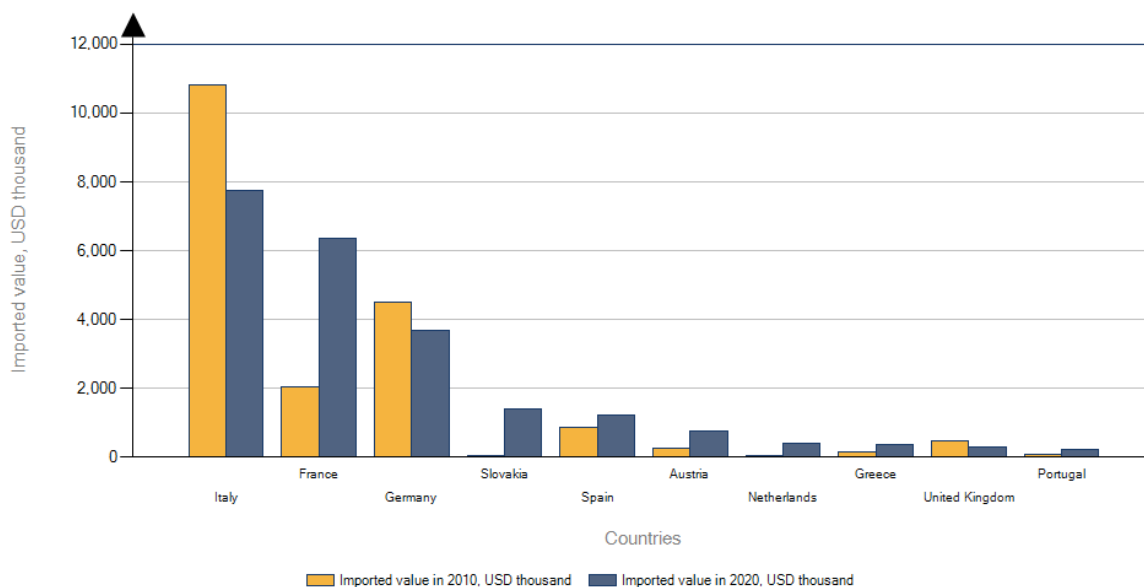
Az ITC adatai alapján az ország bor importját nézve 2010-hez viszonyítva ugyanakkor 17%-os növekedést figyelhetünk meg. Értéke 19918 ezer USD-ról, 23461 ezer USD-ra nőtt.

Az ITC további adatai azt mutatják, hogy Magyarország borimportjának jelentős részét 2020-ban óvilági eredetű piacokról szerzi be, összesen 15868 ezer USD értékben. 2010-es 13905 ezer USD-hez képest ez 12%-os növekedést mutat. Az újvilági borok importértéke 2020-ban 7320 ezer USD, 22%-os növekedést mutat a 2010-es 5735 ezer USD-hoz képest. Tehát az importértékben továbbra is óvilági eredetű borok vezetnek, ugyanakkor az újvilági borok importértéke közel kétszeres növekedési arányt mutat 10 éves viszonylatban.

Az egyes piacokat tovább vizsgálva azt láthatjuk, hogy Olaszországból, 2020-ban importértéket nézve, 28%-al vásároltunk kevesebbet mint 2010-ben.

Kevesebb bort került az országba a német piacokon keresztül is, értéke 18%-os csökkenéssel 3681 ezer USD lett.

Jelentős, 212%-os növekedést figyelhetünk meg ugyanakkor Franciaország esetében ahonnan a 2010-es, 2028 ezer USD értékből, 6338 ezer USD értékéig növekedett.



16. ábra: Magyarország import piacai 1-10, Forrás: trademap.org

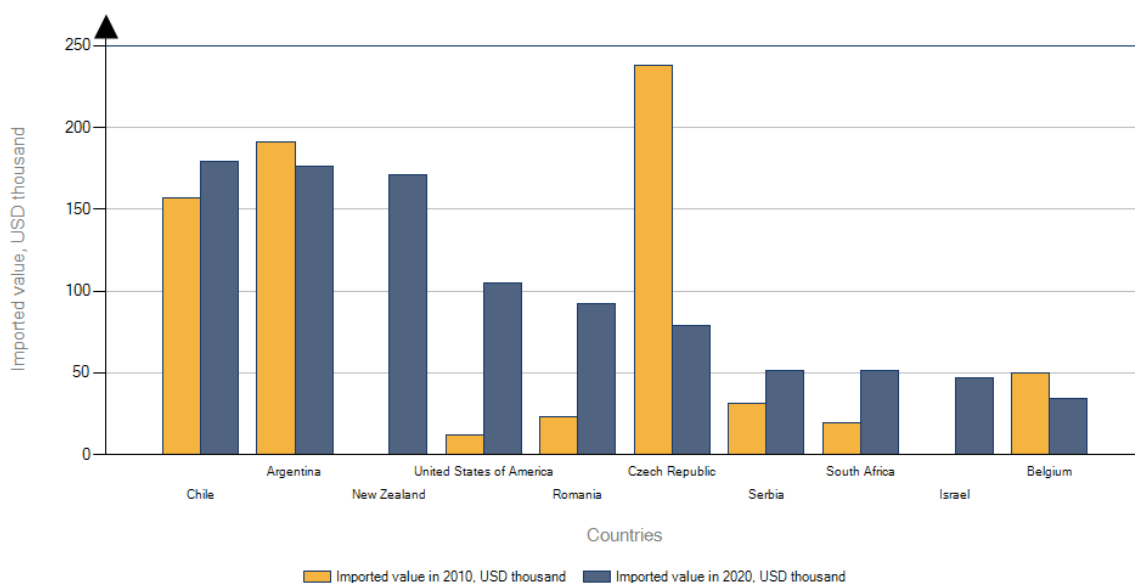
Spanyolország tekintetében 42%-os a növekedés aránya, értéke 2020-ban, 1218 ezer USD-nak felelt meg.

Chile értéke 179 ezer USD-ral, 14%-os növekedéssel kiemelkedik az újvilági borok közül.

Értéknövekedésben ugyanakkor az újvilági borpiacok közül USA növekedése a legjelentősebb mely 775%-ot mutat 2010-hez képest, értéke 12 ezer USD-ról 105 ezer USD-ra növekedett.

Dél Afrika 168%-os és Új-Zéland 100%-os növekedését érdemes még kiemelni.

Csökkenő tendenciát csak Argentína esetén figyelhetünk meg az újvilági borok esetében mely 8%-os.



17. ábra: Magyarország import piacai 11-20, Forrás: trademap.org

Az AKI 2020-as statisztikai jelentése alapján a borkivitel értékében 12,5%-al, mennyiségében 18,5%-al növekedett a 2020-as évet tekintve.

A KSH 2020-as adatai szerint a borkivitel jelentős részét alacsony egységárú, tartályban szállított bor teszi ki, ez 55,6%-a az export részesedésnek, míg a legfeljebb 2 literes palackban értékesített bor a 33,1%-át adja.

Ettől kismértékben eltérő adatokkal szolgál a HNT. 57%-ot jegyez a tartályban értékesített borok, 25%-ot a palackban értékesített borok esetében ugyanerre az évre vonatkozóan (INTERNET14).

4. táblázat: A magyar borexport és -import átlagárai és összetétele, 2020, Forrás: KSH

Megnevezés	Export		Import	
	átlagár (euró/liter)	részesedés (%)	átlagár (euró/liter)	részesedés (%)
Bor friss szőlőből, szőlőmust összesen	0,9	100,0	2,6	100,0
Ebből:				
Pezsgőbor friss szőlőből	2,5	1,9	7,3	13,4
Bor friss szőlőből, legfeljebb 2 literes palackban	1,2	33,1	1,8	71,5
Más bor friss szőlőből, 2 liternél nagyobb tartályban	0,5	55,6	1,1	3,4

További 2020-as KSH adatok alapján, az exportárbevételt vizsgálva viszont megfordul az arány, a tartályban értékesített „lédig” borok az exportárbevételnek csupán 35%-át adják, gyenge minőségük miatt. Az exportárbevétel jelentős részét - 43,5%-át (eredetvédett termékeinket magába foglaló) palackozott borok (<2 liter) teszik ki magasabb értéküknek köszönhetően. 2019-hez képest 2,7%-kal - mintegy 34,5 millió euróra bővült ezeknek a palackozott boroknak az exportértéke, míg exportmennyisége 228 ezer hektoliterre nőtt, mely 16,7%-os bővülés jelent.

A KSH adatai szerint a friss szőlőből készült borok átlagára 0,9 euró/liter, ami uniós összevetésben csak Szlovákia átlagárát előzi meg.

A HNT 2020-as adatai továbbá azt mutatják, hogy összességében romlottak az értékesítési átlagárak mintegy 12%-kal, ugyanakkor ez piaconként erősen eltérő adatokat mutat. Az Egyesült Királyságban 13%-kal gyengébb átlagárat ért el az ország, ezzel szemben az Amerikai Egyesült Államokban 27,9%-kal nőtt az értékesítési átlagár. Hasonló, 20%-os növekedés figyelhető meg a kínai piacon. A szlovák, lengyel, cseh piacokon szignifikáns emelkedés, vagy csökkenés nem figyelhető meg. Így kijelenthető, hogy 2020-ban az USA bizonyult a legjobb árfekvésű exportpiacnak, az átlagár hétszereséért kerültek ide a palackozott magyar borok. A

palackozott borok csoportján belül az eredetvédett boraink közül a legjelentősebb piaci részaránya a tokaji boroknak van, 49%-kal (INTERNET15).

5. Következtetések, javaslatok

5.1. Termelésre vonatkozó megállapítások

A téma vizsgálata során két fő csoportba osztottam a következtetéseimet, melyek a következők: termelésre vonatkozó, külkereskedelemre és versenyképesség javítására vonatkozó megállapítások.

Magyarország természeti adottságai által, kedvező terület mezőgazdasági termelésre, ugyanakkor a hosszan elhúzódó aszályos időszakok, a termesztett növények mellett a vízkészleteket, állatvilágot, növénytakarót egyaránt károsítják. Elsősorban a jelenlegi konvencionális termelés átalakítását látom szükségszerűnek, mely a globális környezeti problémákra részben megoldást nyújthat.

Az bio-, ökológiai-, biodinamikus termesztéstechnológiák alkalmazása megoldást jelenthet a szárazság és elsivatagosodás kérdésére, mely komoly kockázati tényezője az országnak (INTERNET16). A talajélet diverzitásának megőrzése és javítása, humuszképződés elősegítése, kevés és alternatív permetszerek alkalmazása, biodiverz szigetek kialakítása, gyomszabályozás, mind segíthet a technológia hatékony működésében. Az így megtermelt termékek magas minősége javítja az árversenyben a termékek jó pozícionálását.

Általánosságban elmondható, hogy egy termék feldolgozottságát tekintve, az összetettebb, feldolgozottabb termékek, magasabb áron értékesíthetők. Például a szőlő esetében az értékesítése leszüretelt formában az alacsony felvásárlási árak miatt nem rentábilis, mustként vagy lédig hordóban és tartályban értékesített borok esetén valamivel jövedelmezőbb, de palackozott formában a legmagasabb az értékesítési átlagár. A borvidéki területek minőségi besorolásukat tekintve alkalmasak a legmagasabb minőség előállítására, a versenyképesség alapját képezve. Így a borok esetében az Oltalom alatt álló eredetmegjelölésű kategóriába tartozó termékek előállítására és értékesítésére kell törekednünk.

Az Oltalom alatt álló eredetmegjelölés kapcsán merültek fel bennem társadalmi, edukációs következtetések, ugyanis a HNT kutatásai azt mutatták, a vásárlók nem tudnak különbséget tenni a különböző minőségi besorolások között. Ennek az információnak a szélesítése, a különböző kategóriába tartozó borok megismertetése fontos feladatot jelent különösen a fiatal borfogyasztók körében. A fiatal célközönség tudatos fogyasztókból áll, akiknek ilyen jellegű edukálása nagy hatással lehet a kultúrált borfogyasztás széleskörű elterjedésére, népszerűsítésére.

A World Health Organization (WHO) kiemeli egy 2023-as írásában, hogy világviszonylatban az európai régióban a legmagasabb az alkohol fogyasztás aránya, 2016-ban Magyarország listavezető volt az alkoholizmusban (INTERNET17). A témámban kifejtettem Magyarország borfogyasztási szokásait egy HNT felmérés alapján, amiből kiderült, a borfogyasztás csökken a pezsgő, sör, égetett szeszek és likőrök javára. Így a magas alkoholfogyasztási arány, a csökkenő borfogyasztási szokásokkal kiegészítve is arra hívja fel a figyelmet, hogy az edukáció, a megelőzés, és a kultúrált borfogyasztás szélesítése az égetett szeszes italok hátrányára milyen fontos feladat. Ezen feladatokban segítséget nyújthat a bortutizmus, ami a gasztronómiával összekötve a bort élményekkel, kulináris élvezetekkel egészíti ki. Magyarország kultúrája szorosan összekapcsolódik a borral, mely adott régiókban a helyi fajták tekintetében más és más arcát tudja mutatni. Az ilyen céllal indított bortúrák segíthetnek megismerni az adott régióra jellemző sajátos borászati termékeket, borvidékeket és a rájuk jellemző fajtaösszetételeket, termelőket, technológiákat, hagyományokat. További lehetőség a bor-és ételpárosítási módszerek megismertetése széles körben, amely segíti a vásárlókat a tudatos döntésben.

Az edukációs feladatok ellátásának egyik megfelelő közege a bormustrák és borversenyek helyszíne. Itt lehetőség adódik céltudatosan megismerni termelőket, borvidékeket, jellegzetes vagy akár ritka fajtákat. A bio-, ökológiai-, biodinamikus termesztéstechnológiák mentén dolgozó gazdaságok által előállított natúr borok sokszínűségéből, szélesebb ízspektrumukból adódóan, erre specializált borversenyek létrehozására lenne szükség. A fiatalos és újdonságot jelentő technológiák és stílusirányzatok térhódítása egyenlőre óva intik a szakmát a prognosztizált fogyasztói trendek megfogalmazására ugyanakkor fontos megjegyezni, hogy a spontán erjesztett natúr borok, jelentős számú fiatal vásárlóközönséget vonzanak be a borkedvelők körébe.

A fiatal borkedvelők mellett továbbá a mezőgazdasági munkát végzők körét is szélesíteni kell, megoldást találni a munkaerő kérdésére. Vonzóvá kell tenni a fiatalok számára a szakmát, hogy lehetőséget lássanak a benne való kiteljesedésre. A korábban említett precíziós eszközhasználat és mezőgazdasági végzettség alapjául tud szolgálni a gördülékeny generációváltásnak, mely csak úgy működhet, ha a fiatalok ambíciózus jelleme, alázattal kiegészítve, az idősek szakmai tapasztalataira és tudására támaszkodik.

5.2. Külkereskedelemre és versenyképesség javítására vonatkozó megállapítások

Ahogy a korábban vizsgált adatok mutatják, csökken az OEM jelzésű borok megtermelt mennyisége. Szerencsére a mennyiségi csökkenés nem járt együtt az átlagárak csökkenésével, sőt növekednek. Az OEM borok értéknövekedése javítani tudja a többi kategóriába tartozó borok átlagárát is.

Véleményem szerint a termelés átalakítása mellett az értékesítéssel vannak további feladatok. A Covid19-pandémia időszakából levonható tanulság, hogy figyelemmel kell lenni hasonló helyzetek kialakulását illetően, így ezt megelőzendő érdemes egy konzisztens értékesítési-és marketingstratégiát kidolgozniuk a termelőknek.

A bormarketing kapcsán írtam Magyarország gyenge regionális marketing képviselőtéről, mely kapcsán a Kárpát-medence térségében látom racionális célnak a fejlődést. Érdemes erősíteni a hazai termelők közötti kapcsolatot együttműködve a határon túliakkal. Őshonos magyar szőlőfajták mentén szintén érdemes a kapcsolatokat erősíteni. Például Kéknyelű, Bakator és Furmint szőlőfajtákra már elkezdődött épülni közös népszerűsítési kampány, rendezvények indultak el, szervezetek alakultak meg. Rendszeresen, évente megrendezésre kerülő Kéknyelű virágzás ünnepe, Furmint február mintája mentén lehetne kiépíteni a közös munkát a többi ősi fajta népszerűsítése céljából.

A korábban részletezett bio-, ökológia-, biodinamikus termesztési módokon megtermelt termékekben és ezek új piacaiban látok lehetőséget. Az ilyen jellegű termékekre nyitott piacok, különös tekintettel a natúr borok iránt érdeklődők, vásárlók, kereskedők megkeresése felkeltette a figyelmemet és érdeklődésemet. Az erre vonatkozó piaci trendek tanulmányozása további vizsgálatokat igényel. Az értékesítésük tekintetében szeretném összefoglalni 5 pontban azokat a kérdéseket, területeket, amik felmerültek bennem a téma további vizsgálatával kapcsolatban.

- 1) Megfelelő szigorú követelményeket támaszt a Bio, Organikus, Demeter minősítés vagy további szigorításra lenne szükség? (A bio, ökológia és biodinamikus termesztéstechnológia részletesebb vizsgálatát igényli, a használt módszerek, anyagok tekintetében.)
- 2) Natúr borkultúra, boredukáció kinek a feladata és milyen módon történhet ennek a megvalósítása?(Szükséges lenne a natúr borok speciális versenyeztetése, és értékelési rendszer kidolgozása haza és nemzetközi viszonylatban. Borexponkon való részvétel

elengedhetetlen a termék illetve a magyar borok népszerűsítése céljából. Magyar nyelvű összefoglaló könyvek készítése, kiadása a témában segítheti a munkát.)

- 3) Mitől speciális a natúr bor értékesítése, konkurenciát jelentenek-e a termelők egymásra nézve? (A téma, további, mikroökonómiai vizsgálatot igényel, a termelők sorra vétele, hazai és export piacuk tanulmányozása által, párhuzamot vonva hasonló módon működő külföldi pincészetekkel.)
- 4) Melyik exportpiac a legjövedelmezőbb a natúr borok tekintetében, hogyan érdemes elindítani egy brandet, milyen piacokon érdemes értékesíteni? Mi jellemző a vásárlók magatartására, milyen döntési szempontok a lefontosabbak a natúr borok választása során?
- 5) Milyen bizonyított élettani hatásai vannak a natúr boroknak? A konvencionális gazdaságokban készülő borokkal szemben milyen értékeket mutat a bor ásványi anyag összetétele?

6. Összefoglalás

A téma összetettségéből adódóan a mezőgazdaság egy szegmensét, a szőlő és bor ágazatot igyekeztem részletesen vizsgálni, körüljárni hagyományos és új szempontok alapján. További vizsgálatok merültek fel bennem a szakdolgozat írása közben így, hogy már nagyobb rálátásom van a témára, de szorítkoztam a tárgytól nem eltérni, a kijelölt irányba vizsgálódni, részletesen elemezni a témát.

A világban lezajló folyamatok mind társadalmi, politikai, gazdasági és globális környezeti problémák sürgető kérdésekként merülnek fel a hétköznapi párbeszédekben és kutatások eredményeképpen egyaránt. Ezért fontosnak tartottam ezeket kiemelni és valamilyen módon összefüggést találni a megoldásban a termelés, a kereskedelem és versenyképesség tekintetében.

A témám a mezőgazdaság egy olyan speciális szegmenséről szól, a szőlő-bor ágazatról, mely emlékezteti az embert a világban betöltött szerepére, hosszútávú folyamatokra, rendszerszemléletre, a természettel való összhangra, melyet már az is bizonyít, hogy generációkon átívelő egy szőlőtőke élettartama. Magyarország nagy múlttal rendelkezik szőlőtermesztés és borkészítés terén, így makroökonómia szinten tartottam relevánsnak megvizsgálni a témát, ugyanakkor későbbi kutatás során mikroökonómia szinten, egy-egy gazdaságra lebontva is szeretném körüljárni a területet.

Világviszonylatban és Európai Unió szinten is a világvezető bortermelő és borexportáló országok között vagyunk. A kutatásom során nagy segítségemre voltak a KSH és OIV adatai, melyek közel naprakész információkkal rendelkeznek az egész gazdaság működését illetően. A hazai gazdaságok számának csökkenéséből megfigyelhető a mezőgazdasági termelés koncentrálódása, a legnagyobb gazdaságok méretnövekedésével összefüggésben. Továbbá a gazdaságküszöb emelést láthatjuk a csökkenés mögött, mely arra enged következtetni, hogy a háztáji gazdaságok továbbra is léteznek, még ha számuk nem is magas mértékű. Ezeknek megléte alapvetően fontos és példa értékű, ugyanis a szocializmusban koncepcionális volt a paraszti réteg megszüntetése.

Az ország 53%-a mezőgazdasági terület, ennek 82%-a szántó, tehát az ország alapvetően szántóföldi növénytermesztésre van berendezkedve, csupán a termőterületek 1%-a szőlőtermő terület. Az összes mezőgazdasági terület 39%-át használják gazdasági szervezetek, viszont a szőlő esetében 72,3% a saját területet használók aránya. A betakarított szőlőtermő

területekről 2020-ban 435 ezer tonnát szüreteltek, melyből 300 millió liter bor készült. Legnagyobb borvidékünk a Kunsági borvidék, mely jelentős túlsúllyal rendelkezik 20,2 ezer ha területével, körülbelül 1/3-át adja a haza szőlőtermő területeknek. Ugyan, ezen a borvidéken, 82%-ban fehérbort adó szőlőfajtákkal foglalkoznak, országos szinten Kékfrankos szőlőfajtából van a legtöbb, mintegy 8 ezer hektáron.

A mezőgazdasági eredetű áruk külkereskedelmi termékforgalma 2020-ban elérte a 3,21 ezer milliárd forint export értéket.

A 2020-as járvány hatásai jelentősen hatottak az ágazatra, visszaesett a kereslet, a termelők tömeges vásárlóktól és piacoktól estek el. A helyzet megoldásaképpen új hálókon igyekeztek kompenzálni a profit kiesésüket, illetve kormányzati segítséget is kaptak ehhez a kis és közepes birtokmérettel rendelkező gazdaságok.

Növekedett a bor külkereskedelmi értéke, 2020-ban 120,3 millió eurót tett ki, ugyanakkor fontos megjegyezni, hogy ez a teljes hazai termékexport csupán 0,1%-a.

Az ország fő kereskedelmi partnerei közé sorolható az Egyesült Királyság, ahova a palackban értékesített borok 17%-a került. A hordóban értékesített borok esetében jelentős túlsúly figyelhető meg a legfőbb kereskedelmi partnerek esetében, ugyanis 88%-a ennek a termékkörnek a német, cseh, szlovák, brit és francia piacokra kerül.

A szlovák piac nagymértékű bővülése kiemelkedő a többi partner közül. A borexport részesedés jelentős részét, 55,6%-át, alacsony egységáru tartályban értékesített borok teszik ki, míg a palackban értékesített borok a 33,1%-át.

Exportárbevétel tekintetében pozitívabb az eloszlás, ugyanis csupán 35%-át adják a lédig borok, jelentős részét, 43,5%-át a palackban értékesített borok teszik ki. Utóbbi exportértéke, illetve exportmennyisége folyamatos növekedést mutat.

Átlagárakat nézve ezzel szemben elmaradunk az uniós átlagtól, sőt a lista végén csupán a szlovákokat megelőzve 0,9 euro/liter értékkel helyezkedünk el. Az értékesítési átlagárak mindemellett romlást mutatnak, de piaconként erősen eltérő csökkenő és növekvő tendenciákat figyelhetünk meg. Az Amerikai Egyesült Államok esetében például 27,9%-os növekedés figyelhető meg, míg az Egyesült Királyságba értékesített borok átlagára 13%-kal csökkent.

A borimport alapvetően 2015 óta stagnál, 17-23 millió euró közé tehető ennek értéke.

Az újvilági borok térnyerése átalakította a piac működését, egy agresszív, jól kidolgozott terjeszkedéssel. A nagy múltú, hagyományokra épülő óvilági borok marketingkommunikációja elmarad ezekhez képest, így további hátrányokkal rendelkeznek. Az informatika folyamatos térnyerése szintén befolyásolja a marketing működését és a kommunikációs csatornák kialakítását. Rövid, lényegre törő információkra van szükség a vásárlók figyelmének felhívása érdekében. Egyfajta információs társadalom van kiépülőben, melynek mint a fejlődésnek az alapja az információ. Ennek a folyamatnak akarva-akaratlanul mindenki része és résztvevője. Az információ értékévé válása egyben azt is jelenti, hogy hatalmi tényezővé lép elő, aki teremti és elosztja azt.

A mezőgazdasági végzettséget kiemeltem, mint egyik legfontosabb terület, melyben folyamatos fejlődésre van szükségünk. Az iskolai rendszerek által nyújtott tudáson túl érdemes visszatekintenünk a tradíciókhoz, melyekből ötleteket meríthetünk, továbbá fontos megosztanunk gyakorlati tapasztalatainkat a többi termelővel a tudás szélesítése és továbbítása céljából. A régmúlt idők hagyományos termelési szokásaira alapozva, tudományos szempontok figyelembevételével nyújt választási lehetőséget a szőlőtermesztés konvencionális átállása bio-, ökológia-, biodinamikus működésre, így képezve alternatív megoldást a globális környezeti problémák megoldásán túl, a minőségi élelmiszerek előállítására és értékesítésére. A natúr borok széleskörű megismertetése megfelelő lehetőség a fiatal célközönségek megszólítására, a borral kapcsolatos edukáció a kultúrált borfogyasztás népszerűsítésére. Az eladás új szakembereket igényel, akik az ökológia gondolkodással kiegészítve, pénzügyi-és marketingstratégiákat tudnak kidolgozni az így előállított borokhoz. Meghatározó problémákkal kell szembenézniük a XXI. századi gazdálkodóknak. Az új helyzetek, kihívások következtében érdemes átgondolni a termelés módját, új értékesítési hálókat célszerű keresni. Új minőségbiztosítási rendszerek jelentek meg, melyek a nemzetközi piacokon garantálják az adott termék vagy egész gazdaság minőségét, működését.

Felelősségünk óvni a környezetet és harmóniára törekedni. Ezek a problémák látszólag nem kapcsolódnak szorosan a külkereskedelemhez, de azt gondolom szemléletváltásra van szükség az eddigi konvencionális, hagyományos termelési és kereskedelmi modellekben egyaránt. A megoldás egy rendszerszemlélet kialakításában gyökerezik és megvalósítása a termelők feladata, melyben részt venni és a jobbítás szándékával működni elengedhetetlen.

A probléma rendkívül összetett és sok feladattal jár. Én a szőlő és bor ágazaton keresztül szerettem volna bemutatni a fejlődés és változás lehetőségét.

7. Irodalomjegyzék

- BOTOS E. P. – HAJDU I.-NÉ (2004): Bormarketing. Mezőgazda Kiadó, Budapest.
- CLAUDIA, B. (2010): Pincétől a piacig. Mezőgazda Kiadó, Budapest.
- ECSEDINÉ W. ZS. – EGRI E. – ISÉPY A. – MÁNDI-NAGY D. – PÁSZTOR ZS. – STUMMER I. – TUBÁNÉ E. R. – VADKERTI-TÓTH N. (2021): Fontosabb termékpályák piaci folyamatai 2020. Agrárközgazdasági Intézet, Budapest.
- EHRETNÉ B. I. (2021): Az élelmiszer-gazdaság külkereskedelme 2020. év. Agrárközgazdasági Intézet, Budapest.
- EPERJESI I. – HORVÁTH CS. – SIDLOVITS D. – PÁSTI GY. – ZILAI Z. (2010): Borászati technológia. Mezőgazda Kiadó, Budapest.
- EURÓPAI AKADÉMIÁK TUDOMÁNYOS TANÁCSADÓ TESTÜLETE (EASAC) (2014): Szélsőséges időjárási jelenségek Európában és hatásuk a nemzeti, valamint az uniós alkalmazkodási stratégiákra. EASAC 22. szakpolitikai jelentés. Magyar Tudományos Akadémia, Budapest.
- GANCZAUGHNÉ ALBERT K. (1996-2000): Magyarország a XX. században. IV. Kötet. Babits Kiadó, Szekszárd. p 682.
- HAJDU I. – HOFMEIDTER TÓTH Á. – LEHOTA J. – TOTTH G. (2005): Bor-Piac. Mezőgazda Kiadó, Budapest.
- KISMARJAI B. (2021): Az átalakuló terroir - Egy természetföldrajzi fogalom társadalomföldrajzi átértékelése. Földrajzi közlemények, 2021.145.2.: 106-118.
- KSH (2021a): Helyzetkép a mezőgazdaságról, 2020. Központi Statisztikai Hivatal.
<https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mezo/2020/index.html>
- KSH (2021b): Szőlőültetvények, 2020. Központi Statisztikai Hivatal.
<https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/szoloultetvenyek/2020/index.html>
- LENGYEL I. (2003): Verseny és területi fejlődés. JATEPress kiadó, Szeged.
- MÁTÉ A. (2019): Bormarketing, borkereskedelem. Szekszárd.
- MEZŐ F. (2012): Bormarketing. A BORKULTÚRA KÖZPONT KIADVÁNYAI, Eger.
- NÉMETHY S. – LAGERQVIST, B. – WALAS, B. (2016): Economically sustainable organic wine production and ecological wine tourism can ensure the conservation of valuable viticultural landscapes and their cultural heritage. Journal of Central European Green Innovation, Károly Róbert Egyetem, vol. 4(3), 1-12.
- PALLÁS E. (2013): A borturizmus minőségbiztosításának megjelenése a vendéglátásban, rendezvényeken és a boros szálláshelyeken. Acta Carolus Robertus vol. 3 (2): 8.

STEINER, R. (1963): A mezőgazdálkodás gyarapodásának szellemtudományos alapjai. Genius Kiadó, Budapest.

SZILÁGYI J.- MÉSZÁROS S. (2002): Mezőgazdasági termékek áruismerete. Scientia Kiadó, Kolozsvár.

SZOLNOKI G. – TOTTH G. (2017): A magyar borpiac és borfogyasztói szokások elemzése. https://hnt.hu/wp-content/uploads/2017/11/HNT_Szakmai_Nov14-1.pdf (letöltés dátuma: 2023. március 16.)

TOTTH G. – SZOLNOKI G. (2019): A magyarországi borfogyasztói szokások és a borpiac elemzése. Gazdálkodás, 2019. 63. Évfolyam 1. Szám:22-39.

555/2008/EK bizottsági rendelet a borpiac közös szervezéséről szóló 479/2008/EK tanácsi rendeletnek **a támogatási programok, a harmadik országokkal folytatott kereskedelem, a termelési potenciál és borágazat ellenőrzése** tekintetében történő végrehajtására vonatkozó részletes szabályok megállapításáról

2016/1149 (EU) felhatalmazáson alapuló bizottsági rendelet az 1308/2013/EU európai parlamenti és tanácsi rendeletek **a borágazatban megvalósuló nemzeti támogatási programok** tekintetében történő kiegészítéséről és az 555/2008/EK bizottsági rendelet módosításáról

Internetes források

- Internet1:https://agriculture.ec.europa.eu/farming/crop-productions-and-plant-based-products/wine_hu (letöltés dátuma: 2023. május 7.)
- Internet2:<https://boraszat.kormany.hu/unios-szabalyozasok> (letöltés dátuma: 2023. április 05.)
- Internet3:https://agriculture.ec.europa.eu/farming/crop-productions-and-plant-based-products/wine_hu (letöltés dátuma: 2023.március 14.)
- Internet4:https://www.boraszportal.hu/borvilag/ovilag_es_ujvilag_a_globalizalodo_borfogyaszto-1052 (letöltés dátuma: 2023. március 2.)
- Internet5: <https://www.oiv.int/what-we-do/global-report?oiv> (letöltés dátuma: 2023.május 7.)
- Internet6: <https://www.amc.hu/bemutatkozas/> (letöltés dátuma: 2023.május 02.)
- Internet7: <https://bor.hu/rolunk> (letöltés dátuma: 2023.május 01.)

- Internet8:https://www.profigazda.hu/munkaerohiany_a_magyar_mezogazdasagban_95 (letöltés dátuma: 2023.február 15.)
- Internet9:<https://agroforum.hu/agrarhirek/agrarkozelet/a-mezogazdasagi-munka-mennyisege-2010-ota-folyamatosan-csokken/> (letöltés dátuma: 2023.március 03.)
- Internet10:<https://444.hu/2022/02/13/egyre-koncentraltabb-a-magyar-mezogazdasag> (letöltés dátuma: 2023.február 09.)
- Internet11:<https://www.hnt.hu/a-koronavirus-hatasa-a-borfogyasztasra-es-ertekesitesre/> (letöltés dátuma: 2023.március 2.)
- Internet12:<https://www.hnt.hu/borexportunk-fenyek-lapjai/> (letöltés dátuma: 2023.április 3.)
- Internet13:<https://agridata.ec.europa.eu/extensions/DashboardWine/WineProduction.html> (letöltés dátuma: 2023. május 7.)
- Internet14:<https://www.hnt.hu/borexportunk-eredetvedett-hanyada/> (letöltés dátuma: 2023.február 25.)
- Internet15:<https://www.hnt.hu/borexportunk-eredetvedett-hanyada/> (letöltés dátuma: 2023. február 25.)
- Internet16:http://real.mtak.hu/63018/1/Rioi_megallapodasok_u.pdf (letöltés dátuma: 2023.április 27.)
- Internet17:<https://www.who.int/europe/news/item/04-01-2023-no-level-of-alcohol-consumption-is-safe-for-our-health> (letöltés dátuma: 2023.május 05.)

Adatbázisok:

Központi Statisztikai Hivatal

<https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/ac2020/agrardigitalizacio/index.html>

Organisation of Vine and Wine

<https://www.oiv.int/what-we-do/global-report?oiv>

NYILATKOZAT

Alulírott BAKOS MATE, a Magyar Agrár- és Élettudományi
Egyetem, GEORGIKON Campus,
SZŐLESI-BORÁSZ MÉRŐKÉ szak nappali/levelező* tagozat
végzős hallgatója nyilatkozom, hogy a dolgozat saját munkám, melynek elkészítése során a
felhasznált irodalmat korrekt módon, a jogi és etikai szabályok betartásával kezeltem.
Hozzájárulok ahhoz, hogy Záródolgozatom/Szakedolgozatom/Diplomadolgozatom egyoldalas
összefoglalója felkerüljön az Egyetem honlapjára és hogy a digitális verzióban (pdf
formátumban) leadott dolgozatom elérhető legyen a témát vezető Tanszéken/Intézetben,
illetve az Egyetem központi nyilvántartásában, a jogi és etikai szabályok teljes körű betartása
mellett.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem*

Kelt: 2023 év 05 hó 09 nap



Hallgató

KONZULTÁCIÓS NYILATKOZAT

Bakos Máté (hallgató Neptun azonosítója: NXIZQG) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a szakdolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A szakdolgozatot a záróvizsgán történő védelemre javaslom / nem javaslom¹.

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

Kelt: Keszthely, 2023. május hó 8. nap



Dr. Poór Judit
Belső konzulens

¹ A megfelelő aláhúzendő.

² A megfelelő aláhúzendő.