

SZAKDOLGOZAT

Bakos Máté

Szőlész-borász mérnöki (BSc)

Keszthely

2023

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 hálókön 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.