

**Dolgozat címe: A magyar bor külföldi értékesítése érdekében tett és teendő agrárdiplomáciai lépések**

**A dolgozatot készítő hallgató neve: dr. Csányi Bíborka Elvira**

Agrárdiplomáciai menedzser szakirányú továbbképzési szak, nappali, levelező munkarend

Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

*Belső témavezető:* Vajda László Sándor, óraadó oktató

*Külső témavezető:-*

A borpiac növekvő szerepe egyre fontosabb gazdasági és kulturális cél Magyarország számára, tekintettel a kedvező földrajzi és klimatikus adottságaira a szőlőtermesztés és borkészítés terén. A magyar borászat története összefonódik az ország történelmével, ami alátámasztja az ágazat hagyományait és a benne rejlő potenciált. Ahhoz azonban, hogy maximalizálni tudjuk ezeket a lehetőségeket, kiemelten fontos szerepe van egy stabil alapokon nyugvó, kellően kidolgozott ágazati stratégiára. A szakdolgozatom célja az hazai bormarketing tényezőinek az áttekintése, melyek segíthetik a szektor szereplőit és az ágazat erősödését. A szakdolgozat készítése során a Nemzeti Bormarketing Stratégia elemzése került a módszertan középpontjába. A kutatás kiindulópontja, hogy csökkenés tapasztalható mind a borfogyasztásban, mind az előállításban, mind pedig a szőlőtermő területek méretének arányaiban. Ez azonban több tényezőre vezethető vissza. A szakirodalom feldolgozása nyomán, az összegyűjtött adatok és elemzések segítségével feltártam a bormarketing stratégia szerepét és pozitív hatásait, valamint megvizsgáltam a visszaesés lehetséges okait. A kutatás eredményeinek felhasználása lehetőséget nyújt a borágazat számára hatékonyabb és versenyképesebb működésre és a visszaesés tendenciájának megfordítására.