

# SZAKDOLGOZAT

Dr. Szabó Péter

2023



**Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem**  
**Georgikon Campus**  
**Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet**  
**Bor- és gasztroturizmus menedzser - szakirányú**  
**továbbképzés**

**A GEORGIKON PINCÉSZET BORTURIZMUSA**

**Belső konzulens:** Dr. habil Bali Lóránt  
egyetemi docens

**Belső konzulens**  
**intézete/tanszéke:** Vidékfejlesztés és  
Fenntartható Gazdasági Intézet

**Készítette:** Dr. Szabó Péter

**Készthely**

**2023**

# I. Tartalomjegyzék

## Tartalom

|      |                                                                                                              |    |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| I.   | Tartalomjegyzék .....                                                                                        | 3  |
| II.  | Bevezetés és célkitűzések .....                                                                              | 5  |
| III. | Szakirodalmi áttekintés .....                                                                                | 7  |
| 1.   | A szőlőtermesztési – borászati ágazat hazai és nemzetközi helyzete .....                                     | 7  |
| 2.   | A borturizmushoz kapcsolódó fogalmak ismertetése .....                                                       | 9  |
| 3.   | A hazai borturizmus helyzete, gazdasági – kulturális jelentősége .....                                       | 10 |
| 4.   | Keresleti trendek, célcsoportok a borturizmusban.....                                                        | 12 |
| 5.   | Bor és gasztronómia helye a fejlesztési stratégiákban.....                                                   | 12 |
| 6.   | A Georgikon Pincészet történetének rövid áttekintése .....                                                   | 13 |
| 7.   | Cserszegtomaj földrajzi és turisztikai helyzete .....                                                        | 15 |
| IV.  | Anyag és módszer.....                                                                                        | 17 |
| V.   | Eredmények és következtetések .....                                                                          | 18 |
| 1.   | A Georgikon Pincészet és a MATE Georgikon Campus Szőlészeti és Borászati Kísérleti Telepének bemutatása..... | 18 |
|      | A telep feladatai, funkciói.....                                                                             | 19 |
| 2.   | A Georgikon Pincészet borászati technológiájának bemutatása .....                                            | 20 |
| 3.   | A Georgikon Pincészet által forgalmazott borok bemutatása .....                                              | 24 |
|      | Olasz rizling száraz.....                                                                                    | 24 |
|      | Rozália száraz.....                                                                                          | 24 |
|      | Pátria száraz.....                                                                                           | 24 |
|      | Nektár száraz .....                                                                                          | 24 |
|      | Cserszegi fűszeres száraz .....                                                                              | 25 |
|      | Corvinus félszáraz .....                                                                                     | 25 |
|      | Georgikon rozé .....                                                                                         | 26 |
|      | Georgikon Vörös .....                                                                                        | 26 |
|      | Georgikon muskotály félédes.....                                                                             | 27 |
|      | Messiás.....                                                                                                 | 27 |
| 4.   | A Georgikon Pincészet vezetőjének meglátásai a pincészet borairól, borturisztikai lehetőségeiről .....       | 29 |
| 5.   | Kérdőíves felmérés eredményeinek bemutatása és értékelése .....                                              | 30 |
| VI.  | Összefoglalás.....                                                                                           | 52 |
| VII. | Irodalomjegyzék .....                                                                                        | 54 |
|      | Elektronikus irodalom.....                                                                                   | 56 |

|       |                                    |    |
|-------|------------------------------------|----|
| VIII. | Ábrajegyzék .....                  | 57 |
| IX.   | Mellékletek .....                  | 58 |
|       | A kérdőív felülete, kérdései ..... | 58 |
|       | Hallgatói nyilatkozat .....        | 69 |
|       | Konzulensi nyilatkozat .....       | 70 |

## II. Bevezetés és célkitűzések

A Nemzetközi Szőlészeti és Borászati Hivatal adatai szerint a világ szőlőterülete 7,3 millió hektár volt 2020-ban ([INTERNET 1](#)).

A szőlő Magyarország stratégiai mezőgazdasági terméke, a belőle készülő bor kiemelkedő exportcikk és egyben a magyar gasztronómia-, kultúra szerves része, nemzeti karakterünk hordozója.

A világ szőlőtermesztésre alkalmas termőterületeinek fajtaszerkezete dinamikusan változik. Állandó felülvizsgálatra van szükség az abiotikus, a biotikus tényezők és a piac állandó változása miatt. A klímaváltozás hatására átalakulnak a termőhelyi adottságok, ennek következményei a fajtahasználatban is egyre érzékelhetőbbek lesznek. Magyarország ökológiai adottságai a szőlőtermesztésre kiválóan alkalmasak. A fejlődési irányok megjelölésében, a hosszabb távú jövőképben azonban szükségeszerű számolni a klímaváltozás tényével, az extrém időjárási jelenségek gyakoriságának növekedésével. Ez számtalan olyan kérdést vet fel, amely válaszokra, döntésekre vár, mert a változások érintik a termőhelyeket, a fajtákat, azok összetételét és tulajdonságait, a technológiákat, különösen a növényvédelmet, valamint a borkínálat összetételét.

A cserszegtomaji Georgikon Pincészet egy olyan potenciális turisztikai desztináció, amely jelen formájában jelenleg – véleményem szerint – kiaknázatlan, pedig magában hordozza a magyar bor- és szőlőkultúra múltját. A pincészet nem csupán kiváló minőségű borait, hagyományait, továbbá dr. Bakonyi Károly híres szőlőnemesítő hagyatékát képviseli, hanem egyben egy potenciális borturisztikai paradicsommá is válhatna, amely mély bepillantást enged a borászat és a szőlőművelés varázslatos világába.

Cserszegtomaj ismertségében nagy szerepet játszik a pincészet, mely az egyik legkiemelkedőbb borszolgáltató a településen. A pincészet összekapcsolja a hagyomány és a modern borászat legjobb gyakorlatait, így olyan borokat készít, melyek igazán kiváló minőségűek, és amelyek egyben tükrözik a terroir egyedülálló jellegét is.

Az ültetvény és a pincészet a megalakulásától egészen napjainkig kivételes lehetőséget kínál arra, hogy megismerjék a szőlőültetvények művelését és a borok készítését a gyökerektől egészen a palackozásig. A látogatók lehetőséget kapnak arra, hogy bejárják a

szőlőültetvényeket, megismerjék a tradicionális és modern borászati folyamatokat, illetve részt vegyenek borkóstolókon, ahol megkóstolhatják a pincészet kiváló borait.

Az itt eltöltött idő alatt a látogatók nem csak az ízlelőbimbóiknak kedvezhetnek, hanem megismerhetik a régió történelmét, kultúráját és gasztronómiai különlegességeit is. A Georgikon Pincészet borturizmusa egy valódi élmény és oktatás is egyben, amely összehozza a bor kedvelőit és a szőlőművelés iránt érdeklődőket, miközben rávilágít arra, hogy mennyi munka és szenvedély rejlik egy pohár kiváló bor mögött.

A szakdolgozat célja, hogy megvizsgálja a Georgikon Pincészet borászati technológiáját, borturizmusának jelenlegi helyzetét és javaslatokat fogalmazzon meg annak fejlesztésére.

### III. Szakirodalmi áttekintés

#### 1. A szőlőtermesztési – borászati ágazat hazai és nemzetközi helyzete

A világ szőlőterülete bár az elmúlt fél évszázadban rendkívül változatos tendenciát mutatott, az elmúlt 10 évben viszonylag stabil képet jelez. Az International Vine and Wine Organisation ([OIV, 2020](#)) legfrissebb adatai alapján 2019-ben 7,6 millió hektár volt a teljes szőlőterület.

A 7,6 millió hektárnyi szőlőterület közel 50%-át az öt legnagyobb területtel rendelkező ország fedi le, melyek 10 éve változatlanul Spanyolország, Franciaország, Olaszország, Törökország, valamint Kína. Az európai országok mérsékelt területcsökkenése, illetve stagnálása mellett az ázsiai ország dinamikus szőlőterület bővülésének eredményeként a rangsorban egyedül Kína pozíciója változott. Míg 2009-ben Törökországgal közel azonos szőlőterülettel bírtak (Törökország 515 ezer ha, Kína 518 ezer ha), ekkor már Kína a 4. helyet mondhatta magáénak, majd 2013-ban a 3., 2014-től pedig a 2. helyet birtokolja a világ rangsorában ([Poór – Szabó, 2019](#)).

A klimatikus körülmények, a termesztés technológiai lehetőségek és ezek eredményeképp az elérhető termésátlag változatos képet mutat térségenként, melyet évről évre az időjárás is módosíthat. Ennek köszönhetően a termésmennyiséget tekintve a TOP5 részben más országokat (Törökország helyett USA), részben eltérő sorrendben tartalmaz a területi adatokhoz képest. Az elmúlt 10 év vonatkozásában az országok köre viszont itt is stabil és a világ teljes termésmennyiségéből – mely 2016-ban 75,8 millió tonna volt – szintén több mint 50%-os együttes részesedéssel bírnak ([OIV \(2014, 2015, 2017\)](#)).

Az [OIV adatai alapján](#) míg 2000-ben 67%-os volt a szőlő préselt formában történő felhasználása (60% borszőlő, a maradék szőlőlé, must) ([OIV, 2015](#)), addig 2015-ben már csak 55% körüli (a borszőlő aránya 50% alá esett). A mazsola előállítás céljából felhasznált szőlő aránya stabil 8% körüli aránnyal bír, mindeközben a friss, csemegeszőlő részesedése – fogyasztás növekedésének köszönhetően – a 2000. évi 25%-ról 35% fölé emelkedett ([OIV, 2017](#)). A szerkezetváltozás mögött az egyes régiók, valamint az országok szőlőtermesztésben betöltött pozíciójának módosulása áll, mivel az egyes országok rendkívül eltérő, ámde viszonylag stabil képet mutatnak a területeiken termelt szőlő felhasználásának megoszlása alapján. Míg az európai, komoly bortermelő hagyományokkal rendelkező országokban közel

100%-ban bortermelés céljából termesztik a szőlőt, addig az ázsiai országokban meghatározó – néhol 80% feletti – a friss szőlőként való felhasználás aránya.

A szőlő felhasználásának megoszlását főként a térségre jellemző hagyományos fogyasztási szokások befolyásolják. Franciaország, Olaszország és Németország a világ borfogyasztásában a biztos 2.-3.-4. helyet birtokolja az USA-t követően. A csemegeszőlő globális fogyasztásának több mint egyharmadát (37%) egyedül Kína fogja le, a sorban India, Törökország és Egyiptom követi 5-7%-os részesedésével. A mazsolaszőlő-fogyasztásban pedig Törökország és az USA bír meghatározó – egyaránt 13%-os – aránnyal ([OIV, 2017](#)).

Magyarország esetében a TOP10 szőlőfajtákat tekintve a meghatározó nemzetközi borszőlőfajták mellett – mint a hazai rangsorban a 6.-7. és 8. helyen szereplő Cabernet Sauvignon, Chardonnay és Merlot – megtaláljuk a hazai nemesítésű fajtákat is, mint a Cserszegi fűszeres, vagy a Bianca. Ezek területe jelentős növekedést mutatott az elmúlt 15 évben, annak ellenére, hogy a teljes hazai szőlőterület körülbelül 30%-kal csökkent 2000 óta ([OIV, 2018a](#)). Míg a Merlot területe világszinten stagnált, addig Magyarországon mérsékelt növekedés jellemzi. A globális tendenciával azonosan a Cabernet Sauvignon területe mérsékelt bővülést jelez. A Chardonnay ellenben a globális tendenciával ellentétesen mérsékelt területcsökkenést mutat ([Poór – Szabó, 2019](#)).

Az [OIV \(2018b\)](#) adatbázisa alapján 16 kizárólag magyarországi területtel bíró hazai fajta azonosítható, melyek közül némelyek adott hazai borvidékekre koncentrálódnak. Így például az Ezerjő a Móri (21%-a) és a Neszmélyi (6%-a), a Juhfark a Nagy-Somlói (18%-a), az Aletta a Kunsági (6%-a) borvidék TOP5 szőlőfajtái között szerepel ([KSH, 2016](#)).

Emellett vannak olyan hazai fajták is, melyeket Magyarországon kívül kizárólag egy-két országban – főként a történelmi Magyarország területén – termesztenek. A Kövidinka esetében Szerbia, a Furmint esetében Szlovákia, az Irsai Olivér esetében Csehország és Szlovákia vonatkozásában találunk az adatbázisban területadatokat. Ugyanakkor a Biancát illetően Magyarország mellett Oroszország bír az adatbázis szerint jelentősebb területtel, illetve érdekességként a Hárslevelű és a Villard Blanc tekintetében a Dél-Afriai Köztársaságnál szerepel Magyarországon kívül szőlőterület ([Poór – Szabó, 2019](#)).

## 2. A borturizmushoz kapcsolódó fogalmak ismertetése

[Várhelyi \(2012\)](#) szerint a borturizmus a borok kóstoltatása, fogyasztása, készítésének megismerése által motivált utazás. A borturizmus sokrétű fogalom, a pincelátogatásoktól, borkóstolástól a szüreti eseményekig, borfesztiválokig.

A borturizmus a turizmus egy speciális formája, mely során a turisták jellemzően egy borvidékre látogatnak, hogy megismerjék és térségre jellemző fajtákat, borokat, a borászati technológiát, valamint a régió kultúráját és gasztronómiai különlegességeit. Az alábbi szakirodalmi áttekintés bemutatja a borturizmus fogalmát és annak jellemzőit a különböző források alapján.

A borturizmus széles körű fogalom, amelyet különböző források különbözőképpen definiálnak. [Hall \(2007\)](#) szerint a borturizmus magában foglalja a borrégiók látogatását, a borok kóstolását és a borászati technológia megismerését. [Getz és Brown \(2006\)](#) kiemelik, hogy a borturizmus egy speciális formája a gasztronómiai turizmusnak, amely az utazókat a borászat köré összpontosítja.

A borturizmus jellemzői között megtalálható a borászati régiók látogatása, a borkóstolás, a borászati folyamat megismerése, valamint a helyi kultúra és gasztronómia felfedezése. A borászati turisztikai régiók gyakran kínálnak látogatóközpontokat, rendezvényeket és szőlőültetvény-túrákat a látogatóknak ([Carlsen & Charters, 2006](#)).

A borturizmusnak számos gazdasági, kulturális és társadalmi hatása van. [Hall \(2007\)](#) szerint a borturizmus hozzájárul a borászati régiók gazdasági fejlődéséhez, növeli a borászatok forgalmát, és munkalehetőségeket teremt a turisztikai ágazatban. A borturizmus emellett hozzájárul a borászatok népszerűsítéséhez és a helyi kultúra megőrzéséhez. [Getz és Brown \(2006\)](#) hangsúlyozzák, hogy a borturizmus gazdasági hatásai mellett jelentős kulturális hatásokat is hordoznak. A látogatók gyakran találkoznak a borászatok történelmével, hagyományaival és azokkal a személyekkel, akik a borok mögött állnak. Emellett a borturizmus hozzájárul a helyi kulturális események és fesztiválok népszerűsítéséhez is.

A borturizmus fejlesztésének számos lehetősége ismert a hazai és nemzetközi szakirodalomban. [Bruwer és Johnson \(2010\)](#) hangsúlyozzák a helyi alapú marketing és régiómárka-stratégia fontosságát a borászati régiók népszerűsítésében. Az egyedi borászati terroir és régió-specifikus jellemzők kiemelése segíthet vonzóvá tenni egy adott borászati területet.

A fenntartható fejlesztés is kiemelkedő szerepet játszik a borturizmusban. [Cavicchi \(2010\)](#) szerint a fenntartható borturizmus megőrzi a környezetet, támogatja a közösséget és hozzájárul a hosszú távú fenntarthatósághoz. [Sigala \(2017\)](#) további innovatív szervezeti megközelítéseket javasol, például az élményalapú borturizmus kialakítását.

A borturizmus egy komplex és sokrétű terület, illetve fogalom, amely gazdasági, kulturális és társadalmi hatásokkal jár. Az utazók számára lehetőséget nyújt a borászatok és borrégiók felfedezésére, miközben hozzájárul a gazdasági fejlődéshez és a kulturális megőrzéshez. A borturizmus fejlesztésének lehetőségei között szerepel a helyi alapú marketing, a fenntarthatóság és az élményalapú turizmus kiemelése. A további kutatások és fejlesztések révén a borturizmus tovább növelheti vonzerejét és hatékonyságát a turisztikai piacon.

### 3. A hazai borturizmus helyzete, gazdasági – kulturális jelentősége

Magyarország gazdag történelemmel és kultúrával rendelkezik a szőlőművelés és borászat területén. A borturizmus az utóbbi évtizedekben növekvő népszerűségnek örvend, és egyre több látogató érkezik a magyar borvidékekre, hogy felfedezze Magyarország gazdag fajta,- és borkínálatát és borkultúráját. A borturizmus Magyarországon nem csupán a kulináris élvezeteket és a borászati hagyományokat teszi elérhetővé az utazók számára, hanem jelentős gazdasági jelentősége is van.

A borturizmus napjaink a turizmus egyik legdinamikusabban fejlődő területe a kisebb, interdiszciplináris jellegű területek közül. Hazai jelentőségét több tényező is alátámasztja. Magyarország jelentős hagyományokkal büszkélkedhet a borkultúra terén, ennek ellenére gyakorlatilag ismeretlen a világ borpiacán. Turisztikai desztinációként sikeresebb, mint borexportőrként, ezért a magyar bor megismertetésének, a bormarketingnek a leghatékonyabb formája éppen a borturizmus kihasználása lehet. Ez természetesen pozitívan hathat turizmus egészére hiszen a turisztikai kínálatot szélesíti. ([Várhelyi, 2012](#)).

A magyar borturizmust általában olyan turizmusnak tekintjük, amely során az utazók a magyar borvidékekre látogatnak, hogy megismerjék a borokat, a borászati folyamatot és élvezzék a helyi kulináris élményeket. A magyar borturizmus kiemelkedik a helyi borspecialitások, a pincék és a borászati hagyományok sokféleségével ([Dávid, 2019](#)). A magyar borturizmus jellemzője a szőlőültetvények és pincék látogatása, borkóstolás, borászati rendezvények és

fesztiválok, valamint a helyi kulturális és gasztronómiai élmények felfedezése ([Szolnoki, 2020](#)). Jelentősen változott a turizmus külső környezete az elmúlt húsz évben, amely hatással van a borturizmus és gasztronómia termék lehetőségeire. ([Dávid et al., 2007](#))

A magyarországi borturizmus jelentős hozzájárulást nyújt a turisztikai ágazathoz. A borturizmus növeli az ország vonzerejét a külföldi látogatók körében, és hozzájárul a turisztikai forgalom növekedéséhez. [Szolnoki \(2020\)](#) kutatása kimutatta, hogy a turisták egyre inkább a borturizmus élményét keresik, és a borászati régiók a turisztikai úti célok között egyre fontosabbak. A turizmuson keresztül a magyarországi borturizmus hozzájárul a munkahelyteremtéshez, a szálláshelyek kihasználtságához, a vendéglátás és a helyi szolgáltatások fejlődéséhez. A turisztikai ágazat és a borturizmus szorosan összefonódik, és mindkettő elősegíti a gazdasági fejlődést ([Nagy & Borsos, 2017](#)).

A magyarországi borturizmus jelentős gazdasági hozzájárulást nyújt az ország GDP-jéhez és a turisztikai ágazathoz. A turisták és látogatók itt eltöltött ideje során generált költség és a helyi gazdaság fejlődése kiemelt jelentőséggel bír. Emellett a borturizmus növeli Magyarország vonzerejét a turisták körében, hozzájárulva a turisztikai forgalom növekedéséhez.

A magyar borturizmusnak számos gazdasági hatása van. Az utazók és látogók a borászatokban, vendéglátóhelyeken és helyi üzletekben diszkrecionális jövedelmüket költik, ezáltal növelve a régió gazdasági teljesítményét. A szőlőtermesztési – borászati ágazat munkahelyeket teremt a turisztikai ágazatban. Az itt eltöltött idő alatt a turisták nemcsak a borokat, hanem a helyi szállásokat, éttermeket, szuvenír üzleteket és más turisztikai szolgáltatásokat is igénybe veszik. Az egyes borászati régiók gazdasági fejlődésében a borturizmusnak kiemelt szerepe van. A borászatok, szőlőültetvények és vendéglátóhelyek munkalehetőségeket teremtenek, és növelik az itt élők jövedelmét. Emellett a borturizmus hozzájárul a borászati termelés növekedéséhez és a helyi gazdaság diverzifikációjához ([Dávid, 2019](#)).

A magyar borturizmus erős kulturális és társadalmi hatásokkal is jellemezhető. A látogatók gyakran találkoznak a magyar borászati hagyományokkal és történelemmel, amelyek mély gyökerekkel rendelkeznek. Az ilyen élmények hozzájárulnak a magyar kultúra megőrzéséhez és népszerűsítéséhez ([Szolnoki, 2020](#)).

A magyar borturizmus fejlesztésének további lehetőségei vannak. Az erős marketingstratégia és az online jelenlét segíthetnek a borvidékek népszerűsítésében. További borászati rendezvények és fesztiválok szervezése növelheti az utazók érdeklődését. Emellett a

fenntartható borturizmus és a minőségi borkínálat kiemelt szerepet játszhat a további fejlődésben ([Nagy & Borsos, 2017](#)).

A magyarországi borturizmus egyre fontosabb szerepet játszik az ország turisztikai ágazatában. Az utazók számára lehetőséget nyújt a magyar borvidékek felfedezésére, a helyi borok kóstolására és a kulturális élmények megszerzésére. A magyar borturizmus gazdasági, kulturális és társadalmi hatásai számos előnyt kínálnak a régiók számára. A további fejlesztések és a fenntarthatóság iránti elkötelezettség segíthetnek a magyar borturizmus további növekedésében és népszerűsítésében.

#### 4. Keresleti trendek, célcsoportok a borturizmusban

[Mihalkó et al., 2011](#) különböző célcsoportokat azonosít a borturizmus területén. Ebbe a csoportba tartoznak a fiatal felnőttek, akik rendkívül fontosak a borpiac szempontjából, mivel nagy vásárlóerejük és fogékonyak az újításokra. A nők is fontos célcsoportot jelentenek, mivel sokan közülük a főbevásárlók, és vásárlóerősek. Emellett a borbarátok is kiemelkedők, akik a bort értéknek tartják, és kiváló ismereteik vannak a borokról.

A szöveg további célcsoportokat is azonosít, mint például a szakmai közönség, beleértve a borászokat és borminősítőket, valamint a borászati és borgasztronómiai képzéseken résztvevőket. A borászati és borgasztronómiai programok iránt érdeklődők is fontosak, mivel a széles közönséget képviselik, akik látogatják a borvidékeket és részt vesznek borúti programokon. A borvidékek lakossága szintén fontos célcsoport, mivel hűséges borfogyasztók és részt vesznek a borral kapcsolatos rendezvényeken. A budapesti közönség is kiemelkedő, mivel rendszeresen fogyasztanak bort, érdeklődnek a borkultúra iránt, és szívesen látogatják a borvidékeket. Ezek a csoportok sok potenciállal rendelkeznek a borturizmus területén, és különböző programok és szolgáltatások iránt érdeklődnek. Mércéjük magas, és elkötelezettek a borturizmus iránt ([Mihalkó et al., 2011](#)).

#### 5. Bor és gasztronómia helye a fejlesztési stratégiákban

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (NTS) 2005-2013 ([INTERNET 6](#)) és az Új Magyarország Fejlesztési Terv (UMFT) 2007-2013 ([INTERNET 7](#)) különös tekintettel fókuszál a bor és gasztronómia fejlesztésére a turizmus terén. Az NTS 2005-ben fogadta el a turisztikai termékfejlesztés prioritásait, és a gasztronómia és borturizmus fontos területeként szerepelt a kiemelt területek között. Célja a hazai gasztronómia és borkultúra értékeinek

turisztikai terméké történő felhasználása volt. Az UMFT 2007-2013 időszak az Európai költségvetési időszak volt, és regionális operatív programokban került bemutatásra a bor és gasztronómia fejlesztése. A bor- és gasztronómiai attrakciók és tematikus utak fejlesztése intézkedések alatt helyezkedtek el. Az éttermek fejlesztése is intézkedés volt a turisztikai szolgáltatások kínálatának bővítése és a turisztikai infrastruktúra fejlesztése terén. Az Új Magyarország Vidékfejlesztési Program (UMVP) 2007-2013 időszakában is kiemelten foglalkoztak a bor és gasztronómia fejlesztésével, és az intézkedések között szerepeltek mezőgazdasági tevékenységek bemutatása, "örökségporták" kialakítása, borturisztikai szolgáltatások fejlesztése és helyi rendezvények támogatása. A Községi Bormarketing Stratégia (KBS) ([INTERNET 8](#)) a 2009-2013 időszakra vonatkozott. Ebben a stratégiában kiemelt szerepet kapott a borturizmus népszerűsítése, a borkultúra népszerűsítése és a helyi HORECA (szálloda, étterem, kávézó) szektor ösztönzése. A stratégia részeként többféle intézkedés került meghatározásra, beleértve a borúti honlapok korszerűsítését, borúti táblarendszer egységesítését, rendezvények, fesztiválok és kóstolók szervezését, valamint borértő tanfolyamok és sommelier-jellegű kurzusok szervezését. A stratégia célja az volt, hogy elősegítse a bor és gasztronómia népszerűsítését és támogassa a helyi gasztronómia szereplőit.

## 6. A Georgikon Pincészet történetének rövid áttekintése

A keszthelyi Georgikon jogelődeit tekintve Európa legrégebbi rendszeres mezőgazdasági felsőoktatási intézménye. 1797. július 1-jén kezdte meg működését, nevét a csehországi Bulla Károly professzor javaslatára az intézményt alapító Festetics György gróf nevéről, illetve Vergilius tankölteményeiről nevezték el.

A szőlészeti ismeretek oktatásának, kutatásának története közel 220 évre nyúlik vissza. A MATE Tangazdaság Nonprofit Kft. használatában lévő szőlészet-pincészet /anno Festetics birtok/ a Balaton felvidék és a Dunántúl meghatározó, és Hazánk legrégebben létesült oktató-kutatóhelye. Cserszegtomajon már a Festeticsek idején nemzetközi volumenű fajtagyűjtemény volt, melyet folyamatosan újítottak.

A Georgikon Pincészet a Balatonfelvidéki Borvidéken, Cserszegtomajon található, a MATE Georgikon Campus Szőlészeti – Borászati Kísérleti Telepén. A Georgikon Pincészet szorosan kapcsolódik a Georgikon Campus és a MATE Szőlészeti – Borászati Intézet oktatási és kutatási

tevékenységéhez, és fontos szerepet játszott a magyar szőlőtermesztés évszázados történelmében.

A Georgikon Pincészet eredete a 18. századig nyúlik vissza, amikor is gróf Festetics György alapította a Georgikont 1797-ben. A szőlészeti – borászati diszciplína oktatása, kutatása immáron közel 226 évre nyúlik vissza Cserszegtomajon, így hazánk legrégebben létesült szőlészeti-borászati oktató-kutatóhelye. Az 1797-ben megalakított intézmény célja az agrár- és gazdasági oktatás előmozdítása volt. A kezdetekben főleg mezőgazdasági és állattenyésztési oktatás zajlott, de később a szőlészetre és borászatra is nagy hangsúlyt fektettek. Már 1797-től nagy hangsúlyt fektettek a kertészet, a szőlőtermesztés és a borászat oktatására. A Keszthelyi Mezőgazdasági Akadémia egyetemi rangra emelése után 1946-ban Kertészeti Tanszéket hoztak létre Jeszenszky Árpád vezetésével. A tanszék megalakulása után az elméleti és gyakorlati oktatás és bemutatók mellett igen széleskörű kutatómunka kezdődött. A szőlőtermesztés területén nagy érdemeket szerzett Deininger Imre Professzor, aki a telep vezetője volt, illetve a filoxéra-járvány idején a filoxéra elleni védekezés kormánybiztosa lett. A filoxérát már annak magyarországi megjelenése előtt tanulmányozta. Deininger Imre vezetésével 1885-től készültek a kártevő fogadására. 191 európai fajtát oltottak Riparia sauvage alanyra. 1890-ig 4000 db oltványt készítettek, bemutatókat tartottak. Az évszázad végére a magyar szőlőterület majdnem elérte a filoxéravész előtti nagyságot. A cserszegi szőlőtelep nagymértékben hozzájárult a korszerű fajták elterjedéséhez, az ország minőségi bortermelésének kialakulásához ([Bakonyi – Kocsis, 2006](#)). A Kertészeti Tanszék létrehozása után eltelt több mint ötven év alatt a szőlőnemesítés, az új fajták, klónok, a szőlő szaporítóanyag előállítása az egyik legsikeresebb kutatási témájává vált.

A Georgikon Pincészet kulcsfontosságú szerepet játszik a hallgatók gyakorlati képzésében, ahol elsajátíthatják a borászat folyamatait a szőlőültetvényektől a borok készítéséig. Emellett a pincészet fontos központja a szőlészeti kutatásnak is.

A Georgikon Pincészet által készített borok sok elismerést kaptak a nemzetközi és hazai borversenyeken. A pincészet kínálatában megtalálhatók a hagyományos magyar fajtákból készült borok, valamint a nemzetközi fajtákból készült borok is.

## 7. Cserszegtomaj földrajzi és turisztikai helyzete

Cserszegtomaj nagyközség Zala megyében található. A község a Balaton-felvidéken helyezkedik el, közel a Balatonhoz, így népszerű turisztikai célpont a nyári hónapokban. A település a Balaton északi partjától néhány kilométerre fekszik, így könnyen elérhető a tóparti üdülőhelyektől. Nyugatról Hévíz, északról Rezi község, keletről a Várvolgyi út határolja. A dimbes-dombos területének tengerszint feletti magassága 150-300 méter. A község legmagasabb pontja a Csókakő, 309 méter. Dunántúl legnagyobb kiterjedésű községe, több mint 18 négyzetkilométer területen terül el. Talaja igen változatos, a dolomitos, meszes területek mellett megtalálhatók a savanyú erdőtalajok is. A község területe enyhén déli lejtésű, a magasabb pontjairól jó kilátás nyílik Keszthelyre, a 4-5 km távolságra lévő Balatonra. A terület nagy része alkalmas mezőgazdasági művelésre, szőlő és gyümölcs termesztésére. A község cserszeg és tomaj nevű falvakból egyesült 1846-ban. A község területén több mint kétezer éve, már a kelták idejében foglalkoztak szőlőtermesztéssel. Erről tanúskodik a dobogói részen feltárt, késői római kori temetőben talált edények közül a Da Bibere (Adjál innom) feliratú, borivásra használt kelta eredetű ivókancsó. Évszázadokon keresztül a község lakóinak a legfontosabb megélhetési forrása volt a szőlő, melynek művelése szigorú feltételekhez volt kötve ([Bakonyi – Kocsis, 2006](#)).

Cserszegtomajnak gazdag történelme van, és számos kulturális emléket őriz. Az itt található templomok és régi épületek is tanúskodnak a település hagyományairól és múltjáról ([Internet 2](#)). A település a turisták körében ismert és kedvelt, különösen a nyári hónapokban. A Balaton közelsége miatt sokan látogatják a környéket, és itt találhatók szállodák, panziók, éttermek és kávézók is. Természet és szabadidős tevékenységek: A környék számos lehetőséget kínál a természetkedvelőknek és a szabadidős tevékenységeket kedvelőknek. A Balaton és a körülötte található strandok remek lehetőséget nyújtanak fürdésre és vízi sportok űzésére. Emellett a környék kiváló lehetőségeket kínál a kerékpározásra, túrázásra és a természetjárásra. Cserszegtomajon is rendszeresen szerveznek kulturális rendezvényeket, fesztiválokat és programokat, amelyeken a helyiek és a turisták is részt vehetnek. Cserszegtomaj egy bájos település, amely a természeti szépségekkel és a Balaton közelségével vonzza a turistákat. A helyiek büszkék a kultúrájukra és a történelmi örökségükre, és szeretettel fogadják a látogatókat ([Internet 3](#)).

Cserszegtomaj kiváló kiindulópont a természetjárók és a természet szerelmesei számára. A település a Balaton-felvidék gyönyörű tájain található, és a környező dombok, erdők és

szőlőültetvények remek lehetőségeket kínálnak túrázásra és kirándulásokra. A település a Balaton északi partjától néhány kilométerre található, így ideális hely a Balaton-part szerelmeseinek. A közeli strandokon lehetőség van úszásra, napozásra és vízi sportok űzésére. A Balaton-felvidék híres borvidék, és Cserszegtomaj is része a borvidéknek. A környéken található borászatok megnyitják kapuikat a látogatók előtt, és lehetőség van borkóstolásra és a helyi fajták és borok megismerésére. A Balaton-felvidék továbbá kiváló kerékpárút-hálózattal rendelkezik, így a kerékpárosok is megtalálják a számukra ideális útvonalakat. Cserszegtomajon keresztül vezetnek kerékpárutak, amelyeken a környék felfedezése két keréken is élvezetes. A környék gasztronómiai élvezeteket is kínál. Az éttermek és kávézók helyi, jellegzetes ételeket és italokat szolgálnak fel, beleértve a finom borokat és a tradicionális magyar ételeket. Cserszegtomaj azok számára ideális, akik nyugodt és pihentető környezetet keresnek. A település csendes és békés, így lehetőséget nyújt a városi zaj és stressz elkerülésére. Cserszegtomaj tehát egy olyan hely, ahol a természet, a Balaton, a bor és a kulturális élmények egyaránt elérhetők. A látogatók itt megtapasztalhatják a vidéki Magyarország báját és szépségét, miközben aktív vagy pihentető időtöltést élvezhetnek ([INTERNET 4](#), [INTERNET 5](#)).

## IV. Anyag és módszer

A felmérés során kérdőíves módszert alkalmaztam adataim gyűjtésére, melyet október 15-én tettem közzé a közösségi médián keresztül. A kutatás célja az volt, hogy megszerezze a közönség véleményét a Georgikon Pincészet borturizmusával kapcsolatban. A kérdőív online platformon (Google Form), a közösségi média felületein keresztül volt hozzáférhető és elérhető volt széles körben. A kérdőív kitöltéséhez a résztvevőknek internetkapcsolat és eszköz (számítógép, okostelefon stb.) volt szükséges. A kérdőív tartalma a vizsgált témához kapcsolódó kérdéseket tartalmazott, melyeket részletesen kidolgoztam a kutatás céljának megfelelően. A kérdések a témával összefüggő fontos szempontokat és szubjektív véleményeket fedtek le. A kérdőív kitöltése önkéntes alapon történt, és a résztvevők anonimitását biztosítottuk. Adataim elemzéséhez Microsoft Excel szoftvert használtam, amely lehetővé tette a válaszok összegzését és a különböző csoportok közötti összehasonlítást. A közösségi médián történő közzététel lehetővé tette számunkra, hogy elérjünk egy széles, változatos résztvevői csoportot, és megkönnyítette az adatgyűjtés folyamatát. Az október 15-i kezdeti közzététel időzítése stratégikusan történt annak érdekében, hogy a résztvevők minél több időt töltsenek a kérdőív kitöltésével, lehetőséget adva a megbízható és sokrétű adatok összegyűjtésére.

## V. Eredmények és következtetések

### 1. A Georgikon Pincészet és a MATE Georgikon Campus Szőlészeti és Borászati Kísérleti Telepének bemutatása

A MATE Georgikon Campus cserszegtomaji Szőlészeti-Borászati kísérleti telepéről (46°49'45' N/17°15'16'E) Keszthelytől 2 km-re, a Várvölgy felé vezető út mellett található. A szőlőterület dél-délkeleti fekvésű, lejtése 5-30 % között változik. A szőlőültetvényt keletről erdősáv, délről műút, nyugatról és északról szőlőskertek határolják. Tengerszint feletti magassága 140-200 méter, a legmélyebb és legmagasabb pontjai közötti különbség 60 méter. A Keszthelyi-hegység alapkőzetét, amelyhez a szőlőterület is tartozik, triász kori dolomit alkotja, és azt gallérszerűen pados szerkezetű pannon rétegek borítják. Ezeket nyomokban lösz is fedi. Talajtani szempontból a terület igen változatos. A barna erdőtalajok több helyi változata fedi a pannon agyagot, vályogot, homokot és a pados homokkővet, a rendzina talajok változatai pedig a dolomitot és a dolomitos lejtőtörmeléket borítják. Az érintett ültetvények mészkő kőzetén kialakult rendzina talajon találhatók, illetve pannon homokon képződött barnaföldön. A talaj mésztartalma és kémhatása változó. A pH általában 7-8,8 érték közötti. Mésztartalma 2-35° között ingadozik, de ahol a feltalajba nagyobb mennyiségű dolomit málladék kerül, eléri a 40-55 magyar fokot is, egyes helyeken a feltalaj és altalaj között alig van különbség. Klimatikus adottságok tekintetében a nyugat-magyarországi területhez tartozik. Az országos átlagnál valamivel hűvösebb (éves átlag 9-10 °C) és csapadékosabb (évi 700 mm) ([Bakonyi – Kocsis, 2006](#)).

A MATE Georgikon Campusának használatában lévő szőlészet-pincészet /anno Festetics birtok/ a Balaton felvidék és a Dunántúl meghatározó, és Hazánk legrégebben létesült oktató-kutatóhelye (1797 óta). A cserszegi szőlőtelep a filoxéra-vészt követően nagymértékben hozzájárult a korszerű fajták elterjedéséhez, az ország minőségi bortermelésének kialakulásához (fajta nemesítés). Az elmúlt több mint ötven év alatt a telepnek a szőlőnemesítés, az új fajták, klónok, a szőlő szaporítóanyag előállítása az egyik legsikeresebb kutatási témájává vált. A Georgikonról, a Cserszegtomaji telepről került termesztésbe a Cserszegi fűszeres, a Nektár, a Pátria, a Korona, a Helikon, az Olaszrizling G.K.1-es klónja, és a Georgikon 28-as alanyfajta. A Cserszegi fűszeres immár hazánk 2. legnagyobb felületen termesztett (4 275 ha) fehérbort adó szőlőfajtája.

A telep jelenleg non-profit (egyetemi gyakorlati oktatási feladatok, kutatási igények kielégítése, nemesítés, szőlőfajok,- és fajták fajtafenntartása, génmegőrzése) és for-profit feladatokat (szőlő- és bor,- szőlő szaporító alapanyag értékesítés, ingatlanok bérbeadása, borkóstolók, rendezvények lebonyolítása) lát el. A telep működtetését, fenntartását a Georgikon Campushoz tartozó MATE Tangazdaság Nonprofit Kft. látja el. A működés rentábilis, azonban szintlépésre, fejlesztésekre nincs lehetőség. A telep szakmai felügyeletét, a fajtafenntartási és nemesítési feladatokat a MATE Szőlészeti-Borászati Intézetének kollégái látják el.

#### *A telep feladatai, funkciói*

##### Non-profit feladatok

- Az egyetemi gyakorlati oktatási feladatok ellátása.
- A kutatásfejlesztéssel, mezőgazdasági termeléssel, szolgáltatással kapcsolatos tevékenységének megszervezésével, az oktatási témák anyag- és gépszükségletének biztosításával ad lehetőséget a gyakorlati ismeretek elsajátítására, segítve ezzel a hallgatók szakmai gyakorlati ismeretei bővítése mellett a vállalkozói szemléletének kialakítását is.
- Kutatási igények kielégítése (tudományos kutatások, nemesítési feladatok).
- A Campuson folyó tudományos kutatások gyakorlati feladatainak végrehajtása, nemesítési munkák helyszíne.
- A campuson nemesített államilag elismert szőlőfajok,- és fajták fajtafenntartása, génmegőrzése.
- 395 fajta melyre igényelhető támogatás - ~222 *Vitis vinifera*, ~39 interspecifikus, ~134 alany, egyéb.

##### For-profit feladatok

- Szőlő- és bor értékesítés: a telepen üzemi szőlészeti-borászati termelés is folyik, melynek célja a minél nagyobb árbevétel realizálása az önfenntartó gazdálkodás érdekében, valamint a kutatási eredmények gyakorlatban való alkalmazása, illetve a kapcsoló szaktanácsadói és termelésfejlesztési feladatok elvégzése. Ennek keretében folyó- és palackozott borok értékesítése folyik.
- Szőlő szaporító alapanyag értékesítés: a Tanüzem a megtermelt szőlő szaporító alapanyagokat kínálja eladásra (alanyvesszők, nemes vesszők, illetve csapok).
- Egyéb bevétel-termelő tevékenységek: megemlítendő a cerszegtomaji ingatlanok bérbeadása, borkóstolók, rendezvények lebonyolítása.

A csereszegtomaji Szőlészeti-Borászati Kísérleti Telep jelenleg a MATE Tangazdaság Nonprofit Kft.-n belül működik, külön ágazatként. A 9,3 hektáros ingatlanon 7,5 ha felületen folyik a szőlészeti termelés. A szőlő feldolgozását követően a pincészetben mintegy 250 hl bor készítése, tárolása és értékesítése valósul meg. A borászati termelés 4 ha-on valósul meg, míg 3,5 ha génmegőrzési, illetve nemesítési, kutatási célokat szolgál. A borászati tevékenység mellett, a szőlészet fontos szerepet tölt be a campuson folyó szőlészeti kutatások, nemesítés illetve a génmegőrzés területein is. Általánosságban elmondható a szőlészetről, hogy az ültetvényjelentős része kiöregedett, hiányos. A rendelkezésre álló géppark ebben az ágazatban is jelentős felújításra szorul. A területen lévő ingatlanok elfogadható állapotban vannak, köszönhetően az elmúlt évek erre irányuló beruházásainak. A csereszegtomaji telepen, a pincészetnél dolgozó munkavállalói létszám alacsonynak tekinthető (5-6 fő állandó alkalmazott), figyelembe véve a telep sokrétű feladatait. A Szőlészeti-Borászati Intézethez tartozó munkavállalók száma 2 fő.

Összefoglalóan a telep jelenleg non-profit feladatokat (egyetemi gyakorlati oktatási feladatok, kutatási igények kielégítése, nemesítés, szőlőfajok,- és fajták fajtafenntartása, génmegőrzése) és for-profit feladatokat (szőlő- és bor,- szőlő szaporító alapanyag értékesítés, ingatlanok bérbeadása, borkóstolók, rendezvények lebonyolítása) lát el. A működés rentábilis, azonban szintlépésre, fejlesztésekre nincs lehetőség. A telep szakmai felügyeletét a MATE Szőlészeti-Borászati Intézetének kollégái látják el.

## 2. A Georgikon Pincészet borászati technológiájának bemutatása

A borkészítés folyamán az első fontos lépés az optimális szüreti időpont (megfelelő mustfok, savtartalom) meghatározása. A Georgikon Pincészet célja, hogy egészséges szőlőt szüreteljünk be, és az minél gyorsabban feldolgozásra kerüljön.

A feldolgozás során különbséget tesznek illatos és nem illatos szőlőfajták tekintetében, hiszen előbbi esetén célunk az illat- és aromaanyagokat megtartani.

A beszállított szőlőt mérlegelik, a mérlegelést követően kerül a zúzó-bogyózóba és a technológiának és a fajtának megfelelően az enzim készítmény hozzáadásra kerül a bogyózással egyidőben (az évjáratok és a fajta függvénye az enzim készítmények mennyiségének felhasználása). Bogyózást követően a cefreszivattyún keresztül kerül a szőlő a két nyomólapos horizontális présbe. Konvencionális fajtáknál (Olasz rizling, Rozália, Pátia) először is a bogyózásra kerül sor, amikor a kocsánytól a bogyózógép eltávolítja a szőlőbogyókat. A zúzás

során a zúzó hengerpárok segítségével összeroppantják a szőlőbogyót, ezáltal feltárjuk a szőlőbogyóban lévő értékes komponenseket. Ezt követően a préselésre kerül sor. Fontos, hogy alacsony présnyomással végezzük, annak érdekében, hogy ne roppantsuk meg a szőlőbogyóban lévő szőlő magokat, amiben olyan úgynevezett polifenol típusú vegyületeket tartalmaz, mely kesernyés ízt okoz a mustban (kesernyés magíz). Ez az alkohol erjedés során átkerül a borbá, tehát egy hibás, kesernyés, magízú borunk lesz. A feldolgozás során magát a szőlőt és a mustot hűteni nem tudják. A szüreti időszakot úgy állítják be, hogy reggel korán kezdenek, és az időjárás függvényében 10-11 óra körül a szüretet abbahagyják.

Tehát bogyózás, zúzás, préselést követően mustot kapunk. A kipréselt must gravitációs úton az erjesztő pincébe kerül. A tartályok folyamatos hűtésével és mustülepítő bentonittal lederítjük, tisztítjuk. Ezután a must beoltásra kerül egy élesztőgombával, borászati fajélesztővel, illetve a tápanyag hozzáadása. A fajélesztőt *Saccharomyces cerevisiae*-nek hívjuk, ami olyan tulajdonságokkal rendelkezik, ami képes a mustból bort készíteni. Ez a következőképpen történik: a szőlőben, illetve a mustban lévő cukrokat átalakítja klasszikusan etil-alkohollá. Fajélesztő kiválasztásánál figyelünk arra, hogy az illatos fajtáknál és az Olasz rizling-típusú boroknál más típusú élesztőket használnak. Rozé borokhoz rozé élesztőt, vörösborokhoz az Interker cég vörösboros élesztőjét használják. Megtörténik az alkoholos erjedés, megkapjuk az újbort. A pincészetnél használják az Aromax nevű készítményt is, melyet enzimmal együtt nem ajánlatos használni. Az Aromax kénből és aszkorbinsavból álló anyag, amelyik a szőlő feldolgozás folyamán az oxidációs folyamatoktól megvédi a mustot és a feldolgozott szőlőt és fertőtlenítést is végez. Az erjesztőtartályoknál 13-16 °C fokon hűtik, általában 14-16 napot vesz igénybe az erjedés ezen a hőmérsékleten. Az erjedést követően a tartályoknak a kénszintjének a beállítása történik meg. Az első alapkénezt káliummetabiszulfittal végzik a kiejedt must igénye szerint. A későbbiek folyamán 5%-os kénessav törzsoldatot használnak a borok stabilizálásához, kénezéséhez. A kénezést követően az erjesztőtartályokat lezárják, a borokat pihentetik, majd pár hét múlva a boroknak az első fejtését elvégzik. Első feladat a borok mozgatásánál a bornak a szabadkénes savszintjének a megállapítása, a borok érzékszervi bírálata, melyre azért van szükség, hogy megállapítsuk, hogy mennyire félig nyílt vagy zárt fejtést igényelnek a borok. Az első fejtéssel egyidőben az adott tételeknél próbaderítést végeznek: kóvasav-zselatin és bentonit származék segítségével. A bentonit kiválasztásánál és alkalmazásánál célszerű figyelembe venni, hogy melyik milyen tömör üledéket képez. Vannak olyan bentonit féleségek, melyek egy 1000 literes tartálynál az üledéke akár lehet 13-15 cm is. De van olyan is, mely az üledéke 2-3 cm-re tömörödik. A bentonitos kezelésnél következő nap

a tételt ismételten felkeverjük annak érdekében, hogy fehérjestabilitás szempontjából minél nagyobb hatást tudjon kifejteni. Derítést követően egy melegpróbát végeznek a borral, mellyel meg tudjuk állapítani a próbaderítésnél kiválasztott adag megfelelő hatást fejtett-e ki az adott tételben. Ha felmelegítés hatására a termolabilis fehérjék kicsapódnak, akkor a borunk zavarossá válik. Ha ismét zavaros lesz, akkor bentonitos kezelés történik. Ezt követően szűrésre, majd palackozás előtt a borkőstabilizálásra kerül sor.

Ha stabilnak mutatkozik a bor, és abban az esetben, ha forgalomba hozatal előtt több idő áll rendelkezésre, akkor derítést követően egy nagyobb szűrővel leszűrjük a borunkat, megfelelő szabadkénes savszint beállításával együtt, ebben az állapotában akár több hónapig is tudjuk pihentetni, érlelni a borunkat, a megfelelő hőmérsékleten (12-15 C). Az új borok így is jelentős változáson mennek keresztül és remélhetőleg a borok előnyévé válik a pihentetési és érlelési időszak.

Azokat a reduktív borokat, amelyeket gyorsabban szeretnék kereskedelmi forgalomba hozni, azoknál a pihentetési – érlelési idő rövidebb, ott az igénynek megfelelően akár 1-2 hét után is egy steril szűrés után a palackozási folyamathoz előkészülhetünk és a palackozással egyidőben egy steril gyertyaszűrőn keresztül letöltik a palackokat. Palackozás előtt ellenőrzik a szabadkénes savszintet (45-55). A palackozás TEM B-4 kézi bortöltő gép segítségével történik.

Ahhoz, hogy tisztán, tükrösen, elegánsan a palackba kerüljenek a borok, sok tisztító műveleten kell, hogy áteszenek. Az első tisztító művelet a fejtés, melynek célja, hogy az alkoholos erjedés során elhalt erjesztő gombák leülepednek a tartály aljára, ezt hívjuk seprőnek. Erről a seprőről lefejtjük, eltávolítjuk a bort. Ezt a fejtést egy alapkénezés követi, mely a fejtéssel együtt történik. Ezután következnek a további tisztító műveletek, a derítés, a különböző stabilizáló műveletek, mint például a szűrés. Ezt követően tükrös tisztaságú bort kapunk. Ez a klasszikus fehérbor-készítési technológia.

Az illatos szőlőfajták feldolgozása a következőképpen történik. Ha illatos szőlőfajtát dolgozunk fel, nagyon fontos, hogy az illat- és aromaanyagokat kinyerjük. Az elsődleges aromaanyagok a szőlő bogyóhéjában találhatók. Célunk az, hogy olyan technológiát alkalmazzunk, hogy ezeket az aromaanyagokat minél intenzívebben, minél nagyobb mennyiségben kinyerjük. Ez a következőképpen történik. Szüretet követően bogyózásra, zúzásra kerül sor, de még nem préselünk, hanem ezt a cefrét áztatjuk (1-2 óra, maximum 4 óra). Az illatos fajták erjesztéséhez egy tartály van úgy beállítva, amikor az előlevelet leveszik, még egyszer visszajuttatják, hogy az enzimek még jobban felszaporodjanak a préslelben, mivel az erjedést és a tisztulást is

megfelelő módon segíti, illetve azt, hogy a megfelelő íz, zamatanyagok kioldódjanak. A cefre áztatást követően préselésre kerül sor, ezt követően pedig a konvencionális fehérszőlő feldolgozás lépései következnek.

A vörösbort adó szőlőfajták feldolgozása a következőképpen történik. Elsődleges célunk a minél szebb, minél elegánsabb megjelenése a vörösbornak, ezt pedig a színanyag kinyerésével tudjuk elérni. A színanyag-tartalom a szőlőbogyó héjában található, célunk ennek a kinyerése. A konvencionális technológia a héjon erjesztéses technológia. Optimális szüreti időpontot követően bogyózásra, zúzásra kerül sor, a cefre pedig beoltásra kerül élesztőgombával. Ahogy beindul az alkoholos erjedés, az alkohol segít kioldani a színanyagokat a bogyóhéjból. Az alkoholos erjedés során szén-dioxid is keletkezik. A szén-dioxid a bogyódarabokat felvezeti az erjedő folyadék felszínére, a bogyófoszlányok pedig törkölykalapot képeznek, amit megpróbálnak visszameríteni, forgatni, amit csömöszölésnek hívunk. Ma már a nagyüzemi technológiában körfejtéses tartályok és rendszereket használunk, mely szivattyú segítségével keringteti a folyadék aljáról a törkölykalap tetejére az erjedő tételt. Ezáltal mind az alkoholos erjedés, mind a mechanikai hatás segítségével tudjuk kinyerni a színanyagokat. A fenolos kioldódás is meghatározza az erjesztés időtartamát, hiszen nem csak a színanyagok oldódnak ki, hanem tanninok is, mely a vörösborkok bársonyosságért felelős komponensek. Ha sokáig tartjuk héjon az erjedő tételünket, ez húzóssághoz, fanyar íz kialakulásához vezethet. Általában 7-10 nap az optimális időtartam az alkoholos erjedés levezetéséhez. Az erjesztőpincébe lévő többségében 1500 literes tartályok hűtésre és fűtésre alkalmasak. 23 hektoliteres és egy 20 hektoliteres vörösborkor erjesztő tartállyal rendelkeznek, amely külső hűtőköpennyel van ellátva. A cefre és a must hűtését a 13-15 C fokos hőmérsékleten tudják kierjeszteni. Ezután történik a préselés, majd megkapjuk az újbort, miután fejtésre, kénezésre, derítésre és tisztító műveletekre kerül sor, majd pedig a palackozás. Palackozás előtt a vörösborkat tölgyfahordóban is érlelik. A fahordós érlelésnek is vannak különböző változatai: a klasszikus érlelés, amikor a bort tölgyfahordóban érlelik. Az érlelés egy kedvelt változata a barrique hordó, mely egy speciális égeti eljárással készült tölgyfahordó. Ennek lényege, hogy a hordóból kioldódó aromák, amely a kókusz, a vanília, a csokoládé, a banán, a pörkölt mogoró, mind hozzájárulnak a bor karakter, aroma kialakulásához. Nagyon fontos, hogy egy vörösborkor megfelelő testtel, testességgel, bársonyossággal, tanninokkal, savtartalommal rendelkezzen ahhoz, hogy barrikolhassuk. A cefre áztatást követően préselésre kerül sor, ezt követően pedig a konvencionális fehérszőlő feldolgozás lépései következnek.

### 3. A Georgikon Pincészet által forgalmazott borok bemutatása

#### *Olasz rizling száraz*

Az Olasz rizling borok gyakran jól mutatnak a fiatal fogyasztás során, de egyes tételek érlelhetők is, ami további komplexitást és mélységet ad az ízüknek. Az Olasz rizling tétel friss, gyümölcsös aromákkal rendelkezik, amelyeket virágos jegyek és ásványi tónusok kísérnek. A pincészetnél 70-30% az aránya a folyó és a palackozott tételeknek. Ajánlott fogyasztási hőmérséklet 8-10 °C.

#### *Rozália száraz*

Olaszrizling-Piros Tramini keresztezéséből került előállításra a fajta 1975-ben Csersegtomajon, dr. Bakonyi Károly által. Állami elismerésben 2001-ben részesült. A fajta szeptember közepén érik 18 – 20 mustfokkal. Olasz rizling típusú, de annál gyümölcsösebb, teltebb íz és zamatanyaggal. Az értékesített folyó és palackozott borok aránya 70-30% a pincészetnél. Ajánlott fogyasztási hőmérséklet 8-10 °C.

#### *Pátria száraz*

Olaszrizling-Piros Tramini keresztezéséből készült 1975-ben Csersegtomajon. Állami elismerésben 2001-ben részesült. Szeptember végén, október elején érik, 18 – 20 mustfokkal. Olasz rizlinghez hasonló, kicsit savasabb, illat és zamatanyagban gazdagabb, gyógyfüves illatokkal. Ajánlott fogyasztási hőmérséklet 10-12 °C. A pincészet tapasztalata az, hogy aki a Pátriát megkóstolja, szinte egész éven át vásárolja. Az értékesített folyó és palackozott borok aránya 70-30% a pincészetnél.

#### *Nektár száraz*

Judit- Csersegi fűszeres keresztezéséből készült 1970-ben Csersegtomajon, augusztus közepén szüretelhető. Szerelem az első illat után, elegáns fűszeresség csipetnyi finom parfümmel, amit szép savak kísérnek. Salátákhoz, tésztákhoz, fehér húsokhoz, beszélgetésekhez. Ajánlott fogyasztási hőmérséklet 8-10 °C. A Nektár forgalmazását a szüretet követő év tavaszán kezdtük meg a forgalmazását. Folyóborként nem értékesítenek, csak palackozott borként, annak érdekében, hogy a rendszeres vevőket el tudják látni. Ez a fajta Magyarországon nincs abban a pozícióban, amit megérdemelne, hiszen komoly vetélytársa van: az Irsai Olivér. Véleményem szerint annál sokkal intenzívebb, gyümölcsösebb, muskotályosabb illat- íz zamatanyagaival vannak, savkészlete is szebb lehet. Újbor és Sajtfesztiválon aranyérmeket kapott, Maribori Nemzetközi Egyetemi Borversenyen szintén. A vásárlók nagyon kedvelik. A pincészet vezetőjének elmondása szerint sokkal inkább van hozadéka a helyi kóstolásnak ezen fajta esetén. Az értékesített folyó és palackozott borok

aránya 50-50% a pincészetnél. A pincészet vezetője, Szládovics László szerint „a pálinkások is rájöttek arra, hogy a Nektárból jobb párlatokat lehet készíteni”.

#### *Cserszegi fűszeres száraz*

Irsai Olivér- Piros Tramini keresztezéséből készült 1960-ban Cserszegtomajon, állami elismerésben 1982-ben részesült. Szeptember elején érik, 18 – 20 mustfokkal. Kellemes fűszeres illat és zamatanyaggal, szép savakkal. Fehér húsokhoz, salátákhoz, tésztákhoz, valamint baráti beszélgetések kiváló kísérője. Ajánlott fogyasztási hőmérséklet 8-10 °C. Cserszegi fűszeresből értékesítenek a legnagyobb mennyiségben (70-30% folyóbor / palackozott). A fajta népszerűsége az elmúlt évtizedekben jelentősen nőtt, és manapság a magyar borok egyik kiemelkedő fajtájaként tartják számon (a második legnagyobb felületen termesztett fehérbort adó szőlőfajta). A szőlőt rendszerint kora szeptemberben szüretelik, hogy megőrizzék az optimális sav- és cukorarányt, amely hozzájárul a fajta jellegzetes borkarakteréhez. A Cserszegi fűszeres borkaraktere különlegesen aromás és fűszeres. Az illatban és az ízben is megjelennek a friss gyümölcsök, például a zöld alma, a körte és a citrusfélék jegyei. Ezenkívül fűszeres és virágos aromák is megtalálhatók, amelyek frissességet és komplexitást kölcsönöznek a borának. A Cserszegi fűszeres borok rendszerint szárazak, de az alkoholtartalom is viszonylag alacsony, általában 10-11% között mozog. Ez a fajta kiválóan alkalmas a könnyű és friss borok készítésére, amelyek ideálisak a nyári hónapokban történő fogyasztásra. A Cserszegi fűszeres borkaraktere kiválóan párosítható különféle ételekkel, különösen azokkal, amelyekben friss zöltségek, halak és szárnyasok dominálnak. A Cserszegi fűszeres borkaraktere egyedi és könnyen felismerhető, és ez az egyik oka annak, hogy a magyar borászatban népszerű fajtává vált. Azok, akik élvezik az aromás, fűszeres és friss borokat, érdemes kipróbálniuk a Cserszegi fűszeres borokat, melyek kellemesen meglephetik az ízlelőbimbókat.

#### *Corvinus félszáraz*

A „Corvinus” szőlőfajta egy középerős növekedésű, kis bogyójú, nagyon tömött, középnagy fürtű fajtajelölt termése szeptember végén, október elején érik. Laza lombozata kiváló a jó cukor termeléshez, illat- és zamatanyagok koncentrálásához. Lényeredéke a legkiválóbb fajtákét is meghaladó. Tömör fürtszerkezettel rendelkezik, mely „kifogás” volt az állami elismerés időszakában. Komoly jövő rejlik a fajtában, nagyon szép késői szüretelés is elképzelhető. Egy-két éves érlelést követően az egyik legszebb tétele volt belőle a pincészetnek. 5-6 gramm cukorral hozzák forgalomba.

### *Georgikon rozé*

Kékfrankos - Merlot házasításából készítik, a két fajtára jellemző gyümölcsös illat és zamatanyaggal rendelkezik. Frissessége, üdesége teszi a bort különlegessé. Ajánlott fogyasztási hőmérséklet 8-10 C. A rozéból folyóborként értékesítenek nagyobb mennyiséget, az arány 85-15%. Karaktere könnyű és friss, kiválóan alkalmasak a melegebb hónapokban való fogyasztásra. Az illatukban és az ízükben is gazdag gyümölcsös jegyek, például eper, szamóca, cseresznye és sárga dinnye dominálnak, amelyeket gyakran kiegészítenek citrusos vagy virágos aromák. A rozéborok általában jó savszerkezettel rendelkeznek, ami kellemesen hűsítővé teszi őket. A rozéborok sokoldalúak az ételekkel történő párosítás terén. Leggyakrabban tenger gyümölcseivel, könnyű salátákkal, grillezett zöldségekkel és csirkével párosítják. Az ételek és rozéborok párosítása különösen jó választás a mediterrán konyhában, ahol a frissesség és az egyszerűség kiemelkedő fontosságú. Emellett a rozéborok kitűnőek az aperitifként vagy önállóan is fogyasztva, hűsítő és élénkítő élményt nyújtanak. Ezek a borok gyakran ideálisak a piknikekhez, teraszon vagy kerti partikhoz, ahol könnyed, élvezetes borokra van szükség.

Összességében a Georgikon Rozé karaktere friss, gyümölcsös és könnyed, amelyek kellemes kiegészítői lehetnek különböző ételkombinációknak, és ideálisak a melegebb hónapokban történő fogyasztásra.

### *Georgikon Vörös*

Cabernet Sauvignon – Merlot házasításából készíti a pincészet. Rövid ideig fahordóban érlelt. Bogyós gyümölcsök mellett, paprikát, kevés vaníliás jegyeket mutat. Ajánlott fogyasztási hőmérséklet 14-16 °C. Barnahúsú szárnyasokból (kacsa, liba) és sertéshúsból készített fogásokhoz, bélszín- és hátszín ételekhez, valamint kemény sajtokhoz ajánlják kísérőként. A Cabernet Sauvignon és a Merlot két kiváló vörös szőlőfajta, amelyek gyakran használatosak vörös cuvée borok készítéséhez. Ezen két szőlőfajta kombinációja széles körben elterjedt a borvilágban, és számos régióban termelnek kiváló minőségű borokat ebből a két világfajtából. A Cabernet Sauvignon híres erőteljes, tanninokban gazdag borairól, míg a Merlot lágyabb, gyümölcsösebb borokról ismert. Amikor ezeket a két szőlőfajtát házasítják egy borban, létrejön egy olyan cuvée, amely kombinálja a Cabernet Sauvignon erősségét és a Merlot lágyabb jegyeit. A Georgikon Vörös általában mélyvörös színű és gazdag aromákkal rendelkezik. Az ízvilágukban a tanninok és a savak kiegyensúlyozottan jelennek meg, ami hosszú érlelésre alkalmas borokat eredményez. A tanninok és a struktúra a Cabernet Sauvignonból származnak, míg a Merlot hozzáadja a testességet és a gyümölcsösséget. A Georgikon vörös tétel kiválóan párosítható ételekkel is. Az erőteljesebb tanninok miatt jól passzolnak sertés- és marhahúsos

ételekhez, valamint sajtokhoz. A gyümölcsösség miatt pedig akár csirkét vagy pulykát is kísérhetnek. Ezek a borok sokoldalúak, és kiválóan alkalmazkodnak az ételekhez.

#### *Georgikon muskotály félédes*

A Georgikon Pincészet muskotályos borát Nektár és Valentin szőlőfajtákból készíti, 20 g/l maradék cukortartalommal. A pincészet vezetőjének elmondása szerint: „muszáj tartani a pincébe, mivel nagyon nagy igény van rá.” A folyó és a palackozott borok aránya 20-80 %, tehát a palackozott borokból többet értékesítenek. A Georgikon muskotály félédes tétel „közepesen édes” ízvilágukkal kiemelkedik a borkülönlegességek közül. Ez azt jelenti, hogy a bennük található cukor és savak kiegyensúlyozottan jelennek meg, és a borok frissességet és élénkséget mutatnak az ízükben. A tétel gazdag aromákkal rendelkezik, amelyek tartalmazzák a muskotályos szőlő fajtára jellemző virágos, muskotályos jegyeket. Illatukban és ízükben megtalálhatók a fehér virágok, a muskotály szőlő illata és a trópusi gyümölcsök, mint például a licsi vagy a mangó. A borok kellemesen édesek, de sosem tolaakodóak, és ízükben frissítő savak találhatók. A bort kiválóan lehet párosítani különböző ételekkel. Ezek a borok ideálisak desszertek, például gyümölcssaláták vagy sütemények mellé. Emellett finomak lehetnek egy pohár muskotály borral tálalt sajtok vagy fűszeres ételek, például thai konyha, esetleg mexikói ételek mellett is. A muskotály édes borok univerzális párosítása azonban a desszertekkel történő élvezete. Az édes borok kedvelői gyakran keresik a muskotály félédes borokat, mivel azok egyensúlyban tartják az édességet és a frissességet, és kellemesen élvezetesek. Ezek a borok ideálisak egy romantikus vacsora vagy egy különleges alkalomhoz, amikor egy kis édesítésre van szükség. A Georgikon muskotály sokféleségét tekintve kiváló választás a borfogyasztók számára, akik egy könnyed, aromás és közepesen édes borral szeretnék élvezni egy étkezés vagy egy kellemes esti kikapcsolódás során. Az évszakok változásával is jól illeszkednek, így mindig található alkalom ezeknek a boroknak az élvezetére. A pincészet 80-20% arányban értékesíti folyóborként és palackozott borként.

#### *Messiás*

A Messiás Dunáj és a Merlot szőlőfajták keresztezéséből származik. A fajta nemesítése dr. Bakonyi Károly által történt, és hosszú évek munkájának eredménye. A Messiás borok között megtalálhatók a primőr nedűk, amelyek piros gyümölcsös jegyekkel rendelkeznek, valamint a rozé borok, amelyekben a piros ribizlire emlékeztető jegyek dominálnak. Az alapítók olyan fajtát álmodtak meg, amelynek nagy termésbiztonsága van, és a szüreti időpont könnyen változtatható, hogy különböző borstílusok készülhessenek belőle. A Messiás szőlőfajta rendelkezik az átlagos ellenálló képességgel, ami a szőlő nemesítése során fontos szempont. Az

egyik különlegessége a Messiásnak, hogy korai szürettel készülhet belőle rozé bor vagy könnyű vörösbor, és akár primőrborként is forgalomba hozható. Az érési ideje rugalmas, és a borászok számára lehetőséget biztosít arra, hogy különféle borstílusokat hozzanak létre. A Messiás neve hosszú vitákat generált, de a fajta nemesítője iránti tiszteletből és hálából megtartották ezt a nevet. A fajta állami elismerésében valamennyire magam is némi szerepet játszottam: a NÉBIH az állami elismerési folyamat kapcsán kifogással élt a név tekintetében. Ezt követően a fajtát beneveztem a Református Egyház Borversenyére, ahol nagyarany díjat kapott. A díjról szóló oklevelet elküldtük a NÉBIH-nek, ezután pedig megkapta a fajta az állami elismerést. Ez a bor egyike a kevés magyar nemesítésű vörösboroknak, és több borászat próbálta már ki. A Messiás borok alkalmazkodóképességükkel és ízvilágukkal széles választékot kínálnak a borfogyasztóknak, és ígéretes jövőt mutat a piacon. 22-24 cukorfokkal augusztus végén szüretelik. Koraisága miatt a hobbikerteknek nagyobb üzemekben is meghatározó fajta lehet. A Georgikon Pincészet 100%-ban palackozott formában viszi piacra.

#### 4. A Georgikon Pincészet vezetőjének meglátásai a pincészet borairól, borturisztikai lehetőségeiről

Szládovics László, a Georgikon Pincészet vezetője szerint a szüreti időszakot a szőlő egészségi állapota is meghatározza. Elmondása szerint a borok minőségét nagymértékben meghatározza az évjárat, például a 2023-as évjáratban rengeteg volt a csapadék. A cukortartalom mellett kiemelt szerepe van a savtartalomnak is. Elmondása szerint az utóbbi néhány évben a sav volt az elsődlegesen meghatározó tényező. A 2023-as év kapcsán elmondta továbbá, hogy a folyóborok és a palackozott borok jelentős mennyisége elfogyott. Koncepciója: „a termelőtől az asztalig”. Különösen a nyári időszakban komoly mennyiséget értékesítenek közvetlenül a fogyasztók irányába és azzal, hogy több szállodával is jó kapcsolatot ápolnak, ők is a végső fogyasztónak tudják értékesíteni a borokat (Hotel Carbona, Panoráma Hotel, Szent István Fogadó), mely különösen fontos számára. Szládovics László hitvallása, hogy a fogyasztóknak folyamatosan ajánlani kell, ha úgy látja, hogy nyitott a fogyasztó. A végső fogyasztók által jobban eljut a híre a boroknak. A pincészetvezető a borászatok turizmusát (borkóstolók, borvacsorák, stb.) egy bizonyos minősítési rendszerhez kötné. Megemlítette, hogy a 2000-es években a Zalai Borút Egyesület a Villányi Borút Egyesületet megkereste és közösen elkezdtek egy Zalai borút-rendszert kialakítani, amely egy kidolgozott minősítési rendszer alapján kapták meg az adott egységek az egyesület működési engedélyét. A működési engedélyhez az adott pincének a környezete, a kóstolóhelyiségnek a kialakítása, berendezései és természetesen csak a NÉBIH laboratóriuma által engedélyezett borokat lehetett kóstoltatni, forgalomba hozni. Jelenleg nincs a borutakkal kapcsolatosan minősítési rendszer, és több alkalommal előfordulhat az, hogy a fogadók helyeken nem azzal szembesül az ember, amit az ember egy borászatnál elvárna.

A Georgikon Pincészetnél a lehetőségekhez mérten csoportokat fogadnak. Elvárás 10-12 fő, aki kóstol, mivel a palackozott borokból tartanak kóstolókat és egy-egy körben ennyi főre tudnak kiejáranlani bort. Étkezést vagy hidegtálat külső vállalkozón keresztül tudnak biztosítani.

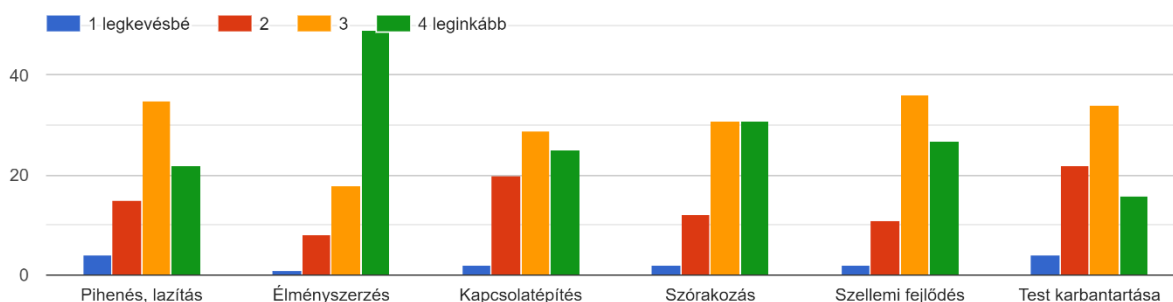
A borkóstolók ára 5 tételes kóstoló esetén 4000 Ft / fő, 7 tételes borkóstoló esetén pedig 5000 Ft / fő. A pincészet vezetőjének elmondása szerint az a legnagyobb probléma, hogy nincs előkészítő konyha.

## 5. Kérdőíves felmérés eredményeinek bemutatása és értékelése

A kérdőívet összesen 75-en töltötték ki, nagyobb arányban nők töltötték ki (53,3%), kisebb részben férfiak (46,7%). A kérdőívet kitöltők lakóhelyét illetően Zala vármegye látszik a legtöbb esetben, emellett más vármegyék, például Veszprém, Baranya, Fejér és Somogy is képviseltetik magukat, de Budapestről is többen kitöltötték a kérdőívet. Az életkori elemzés alapján a kérdőívet kitöltők között a 18-29 éves korosztály dominál, hiszen a válaszadók többsége ebbe a korcsoportba tartozik. Az 50-59 és 60-69 éves korosztályok is képviseltetik magukat, de kisebb arányban. A 30-39 éves és 40-49 éves korosztályok is jelen vannak, bár jóval kevesebben vettek részt a felmérésben. Ez a statisztika fontos lehet a kutatás eredményeinek értelmezése szempontjából, mivel az életkor befolyásolhatja az adott témával kapcsolatos véleményeket és tapasztalatokat. A dominánsan fiatalabb korosztályok magatartása és válaszai lehetnek eltérőek a középkorú vagy idősebb résztvevőkéitől, ami további mélyreható elemzésekre adhat okot a kutatás során.

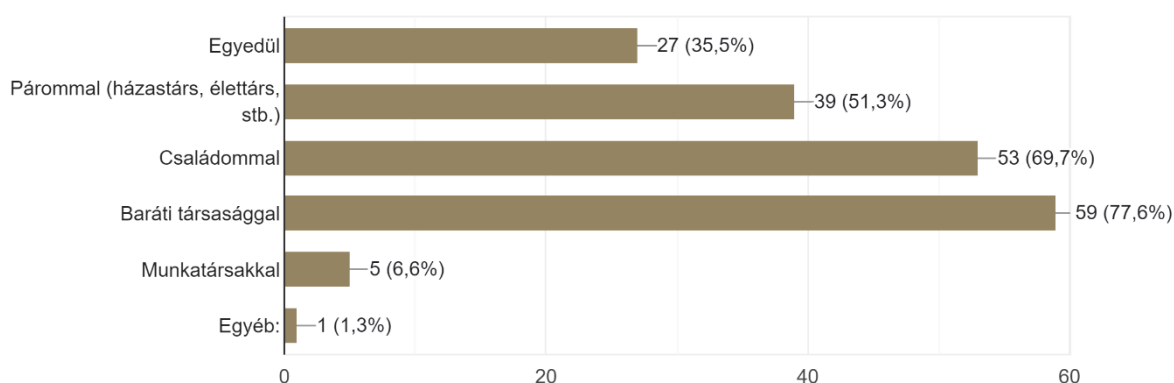
A kérdőív első, érdemi kérdésében azt vizsgáltam, hogy döntően mivel töltik szabadidejüket a válaszadók, hiszen ez nagyban befolyásolhatja a burturizmusban résztvevők szokásait (1. ábra). Az elemzés alapján a kérdőívet kitöltők szabadidejüket számos különböző tevékenységgel töltik. Az utazás és az olvasás a leggyakrabban említett tevékenységek közé tartozik, amelyek a válaszadók körében nagyon népszerűek. A zenehallgatás és a kulturális, művészeti programok is gyakori időtöltési formák. A szórakozóhelyen történő időtöltés és a sportolás, természetjárás is jelentős szegmensek az életüknek, valamint a gasztronómia és a családi időtöltés is fontos szerepet játszik a válaszadók szabadidejében. A vásárlás és a sütés-főzés is említésre került, de kisebb arányban. Ezen az információk lehetnek hasznosak a célzott marketingstratégiák kialakításához vagy olyan kulturális és szabadidős programok tervezéséhez, amelyek a válaszadók érdeklődési köréhez igazodnak. Az eredmények arra is utalnak, hogy a válaszadók sokféle érdeklődési területen aktívak, ami változatos lehetőségeket kínál a szabadidős tevékenységek terén.

1. ábra - A különböző célok szerepe a válaszadók szabadidejében



Az eredmények alapján a válaszadók szabadidejében számos különböző cél szerepel, és ezek a célok változó szerepet játszanak a válaszadók életében. A pihenés, lazítás, mint szabadidős cél a válaszadók körében általában fontos szerepet játszik. Ezzel az időtöltéssel a válaszadók valószínűleg stressztől vagy napi rutintól próbálnak megszabadulni. Az élményszerzés is fontos szerepet játszik, így sokan 3-as vagy 4-es osztályzatot adtak. Ez arra utal, hogy az emberek keresik az érdekes és emlékezetes élményeket a szabadidejükben. A kapcsolatépítés is jelentős tényező, különösen a válaszokban 3 vagy 4-es osztályzatot kap. Ez a társadalmi és személyes kapcsolatok kialakítására és ápolására utal. A szórakozás a válaszadók körében változóan fontos, de sokan adtak neki 3-as vagy 4-es osztályzatot. Ez lehet szórakozóhelyen történő időtöltés, szórakoztató tevékenységek vagy a könnyed időtöltés egy része. A szellemi fejlődés általában fontosnak számít, bár nem mindenki számára ugyanolyan mértékben. A test karbantartása általában kevésbé hangsúlyos szerepet játszik a válaszadók szabadidejében, de az egészséges életmódra való törekvés fontos lehet. Mindezen eredmények lehetnek hasznosak a szabadidős tevékenységek tervezésekor és a személyre szabott ajánlatok kialakításakor, például olyan programok vagy szolgáltatások nyújtásakor, amelyek megfelelnek az emberek különböző érdeklődési körének és céljainak.

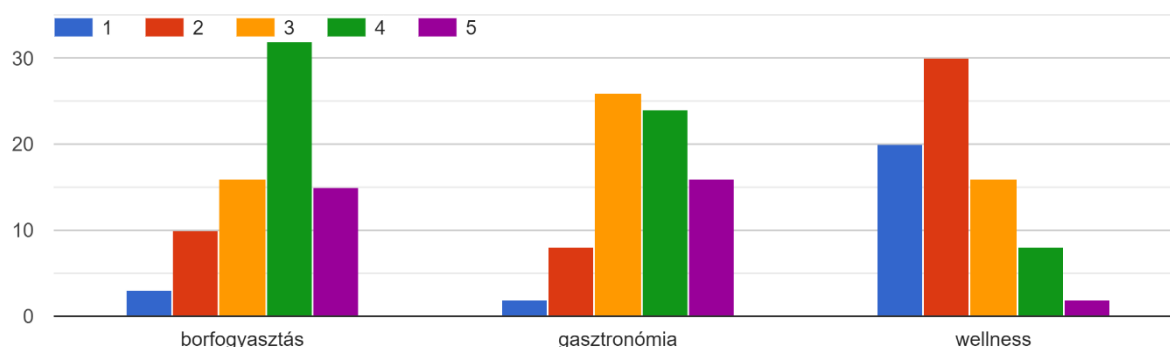
2. ábra - Kivel, milyen társaságban tölti Ön a szabadidejét legjellemzőbben?



A következőkben a szabadidő eltöltése kapcsán arra kerestem a választ, hogy jellemzően milyen társaságban szeretik tölteni a rendelkezésre álló idejüket (2. ábra). Az elemzés során az alábbi megfigyeléseket tehetjük. A válaszadók jelentős része a szabadidejét párral vagy élettárral (házastárs, élettárs, stb.) tölti, és ez az opció gyakran előfordul a válaszokban. Ez utalhat a szabadidő egy részét romantikus és párkapcsolati tevékenységekre fordítják, például közös kirándulásokra, éttermi vacsorákra vagy borkóstolókra. Szintén sok válaszadó tölti a szabadidejét a családjával, és a családdal eltöltött időről is gyakran beszámolnak. Ez lehetőséget ad arra, hogy családi programokat, eseményeket és kikapcsolódást éljenek meg, ami családi kapcsolataik erősítésére irányulhat. A baráti társaság is fontos szerepet játszik a szabadidő eltöltésében, és sokan említik a barátaikkal való közös tevékenységeket. A baráti társaság lehetőséget ad szórakozásra, szociális kapcsolatok építésére és közös élményekre. Bár néhány válaszadó egyedül tölti a szabadidejét, ez az opció kevésbé gyakori. A munkatársakkal töltött idő egy kisebb csoportban szerepel a válaszok között. Ez lehet a munkahelyi szociális tevékenységekkel, például céges rendezvényekkel vagy kollegiális barátságokkal kapcsolatos. Az összefüggések és tendenciák felhasználhatók ahhoz, hogy a Georgikon Pincészet borturizmusával kapcsolatos ajánlatokat személyre szabhassák a potenciális vendégek részére. Például, a párok számára romantikus borkóstoló vagy vacsora programokat kínálhatnak, míg a családoknak családbarát tevékenységeket vagy eseményeket szervezhetnek. A barátokkal vagy egyedül érkezők számára pedig olyan programokat tervezhetnek, amelyek szórakozást és közösségi élményeket nyújtanak.

A következőkben azt vizsgáltam, hogy mennyire jellemző az, hogy szabadidejükben bort fogyasztanak, gasztronómiai-kulináris élményeket keresnek vagy wellness szolgáltatást vesznek igénybe (3. ábra).

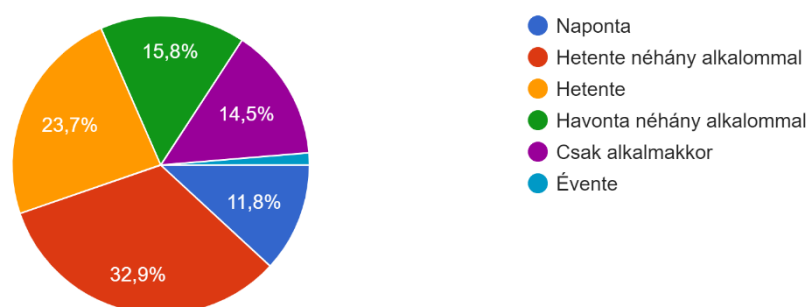
3. ábra - Mennyire jellemző, hogy szabadidejéhez kapcsolódóan az alábbi tevékenységeket végzi (1-egyáltalán nem, 5 – teljes mértékben)



Az adatok alapján az alábbi összefüggéseket és megfigyeléseket tehetjük. A válaszok alapján megfigyelhető, hogy a borfogyasztás a legjellemzőbb tevékenység a válaszadók szabadidejében. Az emberek nagy része közepesen vagy magasán értékelte a borfogyasztást (3-5 a skálán). Ez összefügghet azzal, hogy a borfogyasztás fontos része a borkóstolók és a pincelátogatások élményének. A gasztronómia és a wellness tevékenységek is meglehetősen jellemzőek, de ezek a borfogyasztással ellentétben változóbb eredményeket mutatnak. Vannak olyan válaszadók, akik magas értékelést adtak a gasztronómiai tevékenységekre, míg mások kevésbé jellemzőnek találják őket. A wellness tevékenységek jellemzőként közepesen szerepelnek. Az adatok alapján megállapítható, hogy vannak olyan válaszadók, akik a borfogyasztást és a gasztronómiai élményeket összekapcsolják (magas értékelést adnak mindkettőre), ami a gasztronómiai turizmus népszerűségére utalhat. Ugyanakkor a wellness tevékenységekkel nincs olyan szoros összefüggés, mivel azoknak, akik magas értékelést adnak a wellness-re, a gasztronómia vagy a borfogyasztás iránti érdeklődésük lehet alacsonyabb. Ezen összefüggések felhasználhatók a Georgikon Pincészet borturizmusának tervezésében és személyre szabásában. Például, a borturizmushoz kapcsolódó programokat szorosabban kapcsolhatják a gasztronómiai élményekhez, és olyan wellness lehetőségeket is kínálhatnak, amelyek vonzóak a látogatók számára.

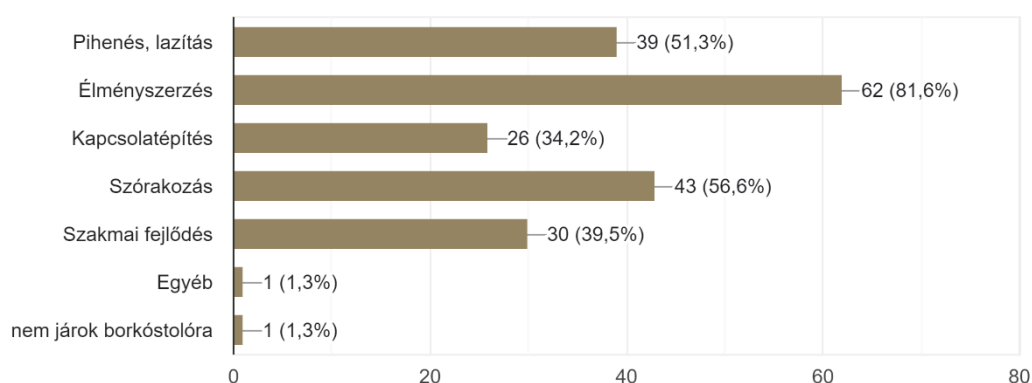
A következőkben a válaszadók borfogyasztási gyakoriságát vizsgáltam (4. ábra).

4. ábra - A válaszadók borfogyasztási gyakorisága



A [GfK szerint](#) a háztartások mintegy kétharmada vásárol rendszeresen bort, szemben a korábbi körülbelül 50 százalékos értékkel. A kérdőíves felmérés alapján megállapítható, hogy a leggyakoribb klaszter az a csoport, mely olyan emberek halmaza, akik hetente vagy hetente néhány alkalommal fogyasztanak bort. Ezek az emberek rendszeresen kóstolnak bort, és valószínűleg nagyobb valószínűséggel érdeklődnek a borkóstolás és a borturizmus iránt. A Georgikon Pincészet számukra kínálhat olyan programokat, amelyek gyakran tartalmazzák a borfogyasztást és a borkóstolást. Egy másik szegmens havonta néhány alkalommal fogyaszt bort. Ezek az emberek is mutatnak érdeklődést a bor iránt, bár ritkábban élvezik azt, mint a heti borfogyasztók. A pincészet lehetőséget kap arra, hogy olyan programokat kínáljon, amelyek az ő igényeikhez igazodnak, például havi borkóstolók vagy rendezvények. Egyes válaszadók csak alkalmanként vagy ritkán fogyasztanak bort. Ezek az emberek kevésbé valószínűek, hogy a borfogyasztás miatt látogatják a pincészetet, és inkább más aspektusokra, például gasztronómiai élményekre vagy wellness tevékenységekre összpontosíthatnak. Az elemzés alapján a pincészet számára érdemes különböző programokat kínálni, amelyek figyelembe veszik a különböző borfogyasztási szokásokat. Azoknak, akik rendszeresen fogyasztanak bort, borkóstolási eseményeket és borvacsorákat kínálhatnak, míg az alkalmi borfogyasztóknak olyan programokat, mint például gasztronómiai rendezvények vagy wellness-élmények, amelyekkel vonzóbbá tehetik a látogatást. Az adatok alapján a pincészet stratégiai döntéseket hozhat annak érdekében, hogy jobban megfeleljen a látogatók igényeinek és elősegítse a borturizmus fejlődését.

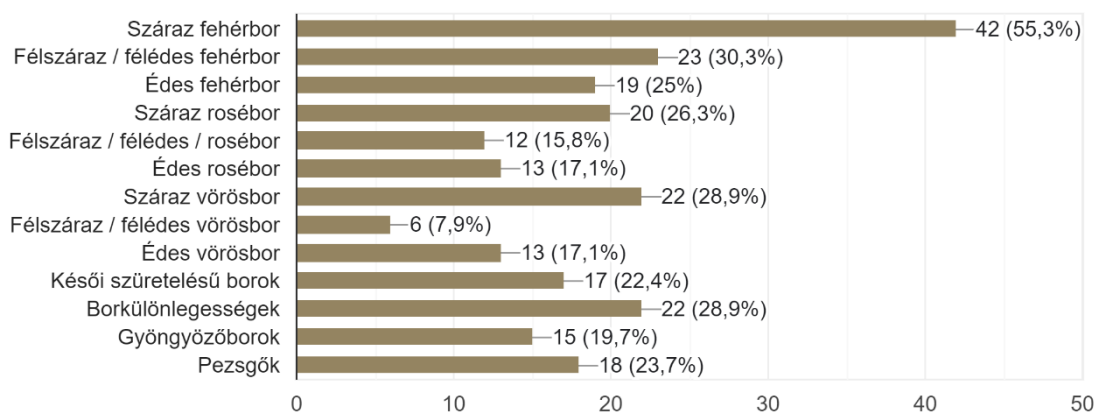
5. ábra - Milyen célból vesz részt borkóstolókon, pincelátogatáson?



Az 5. ábra mutatja meg a „milyen célból vesz részt borkóstolókon, pincelátogatáson” kérdésre adott válaszokat. Az adatok alapján a borkóstolók és pincelátogatások céljai között több összefüggés is megfigyelhető. Az élményszerzés a leggyakrabban említett cél a borkóstolók és pincelátogatások során. Ez azt sugallja, hogy a látogatók számára fontos az új élmények megszerzése és a borkóstolás során való élvezet. A pihenés és lazítás is gyakori célként jelenik meg. Ez azt mutatja, hogy sok látogató számára a pincelátogatás egyfajta kikapcsolódást és stresszoldást jelent. A szórakozás is jelentős motiváció lehet a borkóstolók és pincelátogatások számára. Ez magában foglalhatja a barátokkal vagy családdal való együtt töltött időt és a jó hangulatot. Néhány válaszadó kiemelte a kapcsolatépítést is a célként. Ez lehetőséget nyújthat arra, hogy emberek új kapcsolatokat építsenek vagy meglévő kapcsolataikat erősítsék. A szakmai fejlődés is szerepel néhány válaszadó céljaként. Ez azt mutatja, hogy egyes látogatók számára a borkóstolás és a pincelátogatás lehetőséget kínálhat az új ismeretek és készségek megszerzésére. Néhány válaszadó egyéb célokat említett, amelyek nem tartoznak a fent felsorolt kategóriákba. Ezek a célok lehetnek egyedi vagy személyes preferenciáktól függően. Az összefüggések alapján a Georgikon Pincészet számára lehetőség nyílik olyan programok és tevékenységek kialakítására, amelyek kielégítik a látogatók különböző igényeit és célokat. Például, az élményekre fókuszáló borkóstoló események, a pihenést és lazítást kínáló pihenőhelyek („chill-zone”), vagy a szórakozást előtérbe helyező táncos és zenés esték mind lehetnek vonzó lehetőségek. Azoknak, akik a kapcsolatépítést vagy a szakmai fejlődést tartják fontosnak, lehetőségek kínálhatók például szakmai bemutatókkal vagy a közösségi tevékenységek előmozdításával. Az egyedi igények kielégítése és a változatos tevékenységek nyújtása segíthet a pincészet vonzerejének növelésében a borturizmus iránt érdeklődő látogatók körében.

A következőkben azt vizsgáltam (6. ábra), hogy mely típusú borokat kedvelik a leginkább? Maximum két lehetőséget tudtak kiválasztani a válaszadók.

6. ábra - Mely típusú borokat kedveli leginkább?



A bor típusok kedveltségében is erős különbségek tapasztalhatók. Egy felmérés szerint a bort fogyasztók között körülbelül 45%-os arányban a fehérbort kedvelik jobban, míg 36%-uk a vörösbort részesíti előnyben. A fennmaradó hányad mindkettőt fogyasztja ([Szakál, 2005](#)). Más felmérés szerint a magyarok többsége a vörös borokat részesíti előnyben, a fehérborok részaránya csökken, a rozéké nő – ma már kb. 6% ([GfK Hungária, 2011](#)).

Az adatok alapján a borkóstolók és pincelátogatók borpreferenciáit vizsgálva számos összefüggés és tendencia figyelhető meg a kedvelt bortípusok között. A száraz borok egyértelműen a legnépszerűbbek. Különösen a száraz fehérbor és a száraz rosébor nyertek nagy népszerűséget. A száraz borok kedvelése azt jelzi, hogy a látogatók élvezik a markánsabb, kevésbé édes borokat. Az édes borok, különösen az édes fehérbor és édes rosébor, népszerűek a látogatók körében. Az édes borok kedvelése arra utal, hogy egy része az édes, gyümölcsös és aromás borokat részesíti előnyben. A gyöngyözőborok és pezsgők is jelentős kedveltségnek örvendenek. Ez lehet a pincelátogatások alatt fogyasztott pezsgőkön alapuló élmény része, és ezek a borok különleges alkalmakhoz társíthatók. A késői szüretelésű borok is népszerűek. Ezek gyakran erősebb, testesebb borok, amelyeket a látogatók értékelnek. Néhány válaszadó a borkülönlegességeket is preferálja. Ez az igény a különleges és ritka borok iránti érdeklődésre utal. A félszáraz és félédes borok is bizonyos népszerűségre számíthatnak, különösen a fehér és rosé borok között. Az összefüggések alapján a Georgikon Pincészet számára lehetőségek kínálódhatnak a pincelátogatási élmények és a kínált borok kialakításában. Például, a borászatnak érdemes olyan borkóstoló programokat szervezni, amelyek bemutatják mind a száraz, mind az

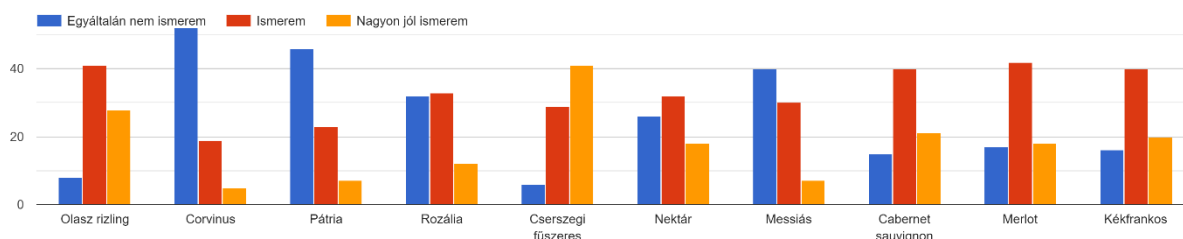
édes borokat, valamint a különleges borokat is. Ezzel többféle borpreferenciát tudnak kielégíteni, és növelhetik a látogatók elégedettségét. Emellett az édesebb borokat kedvelőknek és azoknak, akik a száraz borokat részesítik előnyben, egyaránt vonzó lehetőségeket kell kínálni.

Összhangban a korábbi kutatásokkal a fiatalok általában, de közülük is kiemelkedően a nők a könnyedebb, édesebb borokat kedvelik inkább ([Bodnár – Kiss, 2023](#)). Kedveltség tekintetében az első helyen a rozé, siller borfajta áll, hasonlóan [Koksal \(2019\)](#) eredményéhez, mely szerint a Z generáció az, amely a legnagyobb arányban preferálja e borfajtát. Nemek szerint a férfiak valamivel jobban kedvelik a szárazabb borokat, mint a nők, a nők viszont nagyon nagy különbséggel fogyasztanak inkább édes borokat, mint szárazat. A fiatal korcsoport megcélzása a borászatok terméksortimentjének kialakításánál elengedhetetlen figyelembe venni a fiatal fogyasztók fent taglalt preferenciáit, vagyis inkább könnyedebb, édesebb borokat érdemes kínálni számukra, illetve a bor fajtákat tekintve a rozé boroknak érdemes nagyobb figyelmet szentelni ([Bodnár – Kiss, 2023](#)). Emellett célravezető lehet a kínálat nemek szerinti diverzifikálása is, akár a bor fajtáját, akár a csomagolás dizájnját tekintve is hiszen ez utóbbi is számos fiatal fogyasztó bor választás befolyásolja, ahogy azt [Thach et al. \(2021\)](#) és [Koksal \(2019\)](#) kutatása is megmutatta. Számos tudományos vizsgálat dokumentálja, hogy a fiatal generációk általánosságban nem tekinthetők tapasztalt vagy tudatos borfogyasztóknak, ugyanakkor felmutatnak egyfajta érdeklődést a borok iránt ([Dula, 2012; Totth – Szolnoki, 2019](#))

Az eredmények alapján a borászatnak érdemes olyan marketing stratégiákat kidolgozni, amelyek kiemelik az édes, száraz és különleges borokat, és hangsúlyozzák a pincelátogatások sokoldalúságát. Az élmények széles választékát kínálva a pincészet tovább növelheti vonzerejét a borturizmusban érdeklődők körében.

A következő kérdésben a Georgikon Pincészetben megtermelt szőlőfajták ismertségét vizsgáltam (7. ábra).

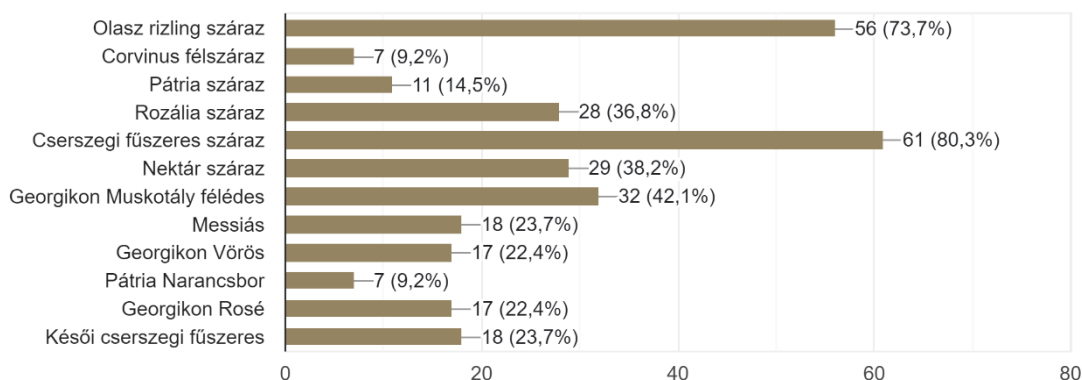
7. ábra - Mennyire ismeri a Georgikon Pincészetben megtermelt szőlőfajtákat?



Az adatok alapján az emberek rendelkeznek ismeretekkel a Georgikon Pincészetben megtermelt különböző szőlőfajtákról. A válaszok széles skálán helyezkednek el, és érdemes ezeket az értékeket közelebbről is megvizsgálni. Az "Nagyon jól ismerem" válaszok száma meglehetősen magas a "Olasz rizling," "Pátria," "Rozália," "Cserszegi fűszeres," "Messiás," "Cabernet sauvignon," "Merlot," és "Kékfrankos" szőlőfajtáknál, ami azt mutatja, hogy sok válaszadó rendelkezik mély ismeretekkel vagy tapasztalattal ezekről a fajtákról. A "Ismerem" válaszok is elég gyakoriak, de néhány szőlőfajta esetében vannak "Egyáltalán nem ismerem" válaszok is, ami azt jelzi, hogy az emberek tisztában vannak ezekkel a fajtákkal, bár talán nem rendelkeznek olyan mély ismeretekkel, mint az előző kategóriában lévők. Az "Egyáltalán nem ismerem" válaszok a "Corvinus" és a "Nektár" szőlőfajták esetében különösen magasak, ami lehet, hogy arra utal, hogy ezek a fajták kevésbé ismertek vagy ritkábban találkozhatók a Georgikon Pincészet kínálatában. Összességében a válaszok azt mutatják, hogy az embereknek változó szintű ismereteik vannak a különböző szőlőfajtákról, és a Georgikon Pincészet tevékenységének népszerűségét és sikerét az ismeretekre és a szőlőfajták iránti érdeklődésre is alapozhatják. A pincészet számára lehet fontos olyan oktatási és marketing programokat kidolgozni, amelyek segítenek növelni az ismereteket és az érdeklődést az összes szőlőfajta iránt, különösen azok iránt, amelyeket kevésbé ismernek a válaszadók. Ezenkívül az ismeretek bővítése és az érdeklődés felkeltése segíthet abban, hogy az emberek sokoldalúbban élvezzék a pincészet által kínált borokat.

A következő kérdés már azt a kérdést taglalta, hogy a válaszadók meg borokat kóstolták már a pincészetnél.

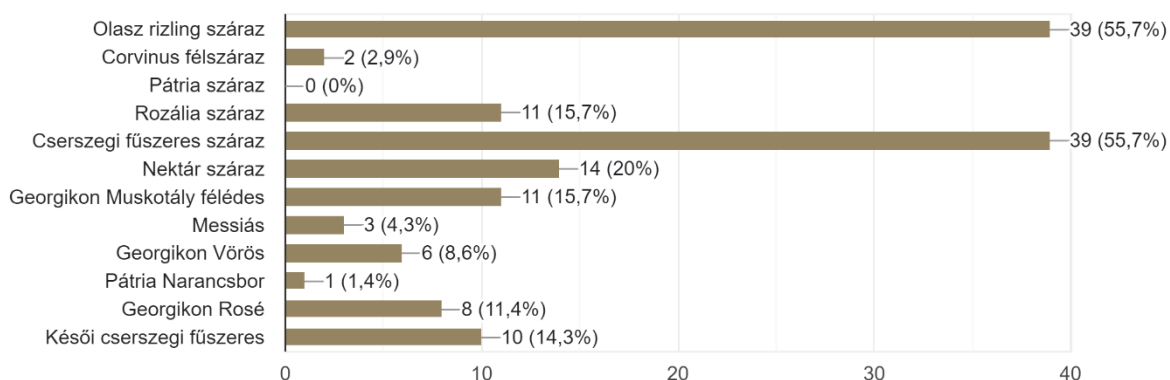
8. ábra - Mely borokat kóstolta már a Georgikon Pincészetben?



Először is érdemes megjegyezni, hogy a leggyakrabban kóstolt borok a „Cserszegi fűszeres száraz” és az "Olasz rizling száraz" volt. Ez egy olyan információ, amelyet a Georgikon

Pincészetnek érdemes lehet kiemelni, mivel ez a bor kiemelkedő népszerűségnek örvend a látogatók körében. Az összefüggések tekintetében megfigyelhető, hogy a "Cserszegi fűszeres száraz" bor gyakran szerepelt együtt más borokkal, például "Olasz rizling száraz" vagy "Nektár száraz." Ez arra utalhat, hogy a "Cserszegi fűszeres száraz" népszerű választás lehet azok körében, akik a Georgikon Pincészetben járnak. Mindezekon kívül a "Georgikon Muskotály félédes" és a "Georgikon Vörös" borok is gyakran szerepeltek együtt más borokkal, ami azt sugallhatja, hogy ezek a borok is kedveltek a látogatók körében. Az összegzés során is fontos megemlíteni, hogy néhány bor, például a "Pátria Narancsbor" vagy a "Messiás," kevésbé gyakran szerepelt a válaszokban, ami azt jelentheti, hogy ezek a borok kevésbé ismertek (sajnos a Messiás fajtából nagyon kis mennyiség áll rendelkezésre) vagy kevésbé népszerűek lehetnek a látogatók körében. Ezen információk alapján a Georgikon Pincészetnek érdemes lehet további marketing- vagy értékesítési erőfeszítéseket tenni azoknak a boroknak a promóciójában, amelyek kevésbé népszerűek, hogy növeljék azok iránti érdeklődést. Ugyanakkor azokra a borokra is koncentrálhatnak, amelyek már most is népszerűek a látogatók körében, mint az "Olasz rizling száraz" vagy a "Cserszegi fűszeres száraz," és ezeket a borokat lehetőség szerint tovább népszerűsíthetik. Az összefüggések elemzése és a különböző borok népszerűségének megértése segíthet a Georgikon Pincészetnek jobban kiszolgálni a látogatók igényeit és javítani az üzleti eredményeiket.

9. ábra - Mely tételek a kedvencei a Georgikon Pincészettől?

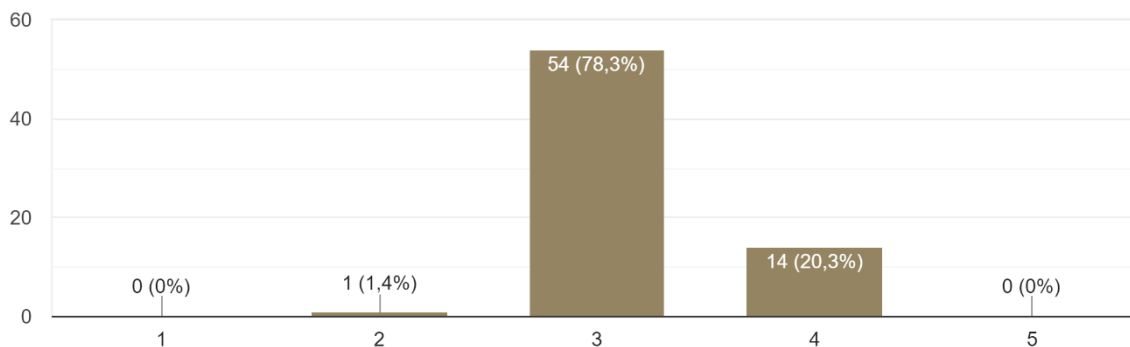


Az adatok elemzése alapján a következő összefüggések és megfigyelések állnak fenn a válaszadók preferenciáival kapcsolatban a Georgikon Pincészettel kapcsolatos borok tekintetében (9. ábra). Az "Olasz rizling száraz" és "Cserszegi fűszeres száraz" borok nagy népszerűségnek örvendenek a válaszadók körében, mindkettőt 39 válaszadó preferálja. Ez azt

sugallja, hogy az Olasz rizling száraz és a Cserszegi fűszeres száraz borok népszerűek a válaszadók körében. A "Rozália száraz" és "Nektár száraz" borok is népszerűek a válaszadók között, mindkettőt 11 és 14 válaszadó választotta. Bár ezek a számok alacsonyabbak az előző két borhoz képest, azért látható, hogy ezek is kedvelt borfajták: "Georgikon Muskotály félédes," "Georgikon Vörös," "Georgikon Rozé," és "Késői cserszegi fűszeres" borok. A Georgikon Muskotály félédes borokat 11 válaszadó kedveli, míg a Georgikon Vörös, Georgikon Rozé és a Késői cserszegi fűszeres borokat 6, 8 és 10 válaszadó preferálja, ami azt mutatja, hogy a kínált választék széleskörű érdeklődést generál. A "Corvinus félszáraz," "Pátria száraz," "Messiás," és "Pátria Narancsbor" borok a kevésbé népszerűek közé tartoznak, a válaszadók kisebb része kedveli őket. Az alacsony számú válaszok arra utalnak, hogy ezek a borok a kevésbé elterjedtek a válaszadók körében. Az elemzés alapján látható, hogy az "Olasz rizling száraz" és "Cserszegi fűszeres száraz" borok a legnépszerűbbek a válaszadók körében a Georgikon Pincészettől, míg más borok, mint például a "Pátria száraz" és "Pátria Narancsbor," kevésbé népszerűek. Az eredmények segíthetnek a pincészetnek jobban megérteni a vásárlói preferenciákat és kínálatuk optimalizálását.

A következő kérdésben a Georgikon Pincészet palackozott borainak árát vizsgáltam, hogy az mennyire elfogadható a fogyasztók részéről.

10. ábra - Mennyire tartja olcsónak vagy drágának a Georgikon Pincészet palackozott borait?

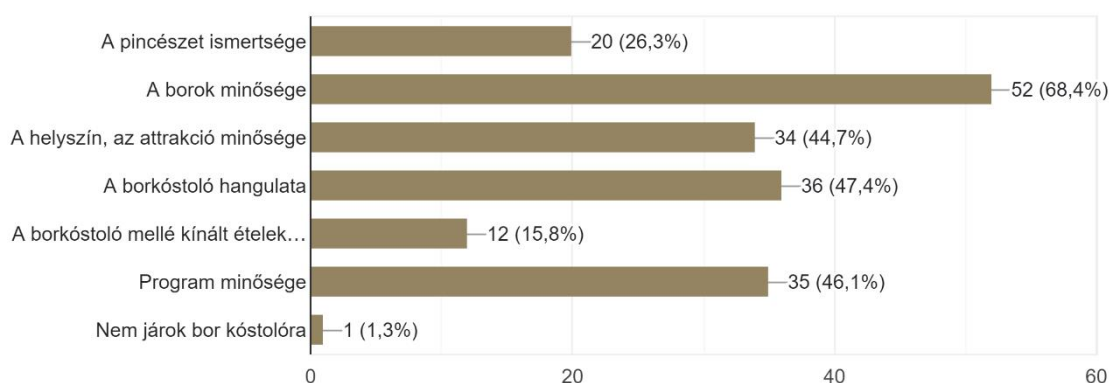


A válaszok elemzése alapján a Georgikon Pincészet palackozott borait vásárló fogyasztók többségének általánosságban véve pozitív véleménye van az árszínvonalról. Az adatok azt mutatják, hogy a legtöbb válaszadó a közepes árkategóriát jelölte meg (3-as válasz), amely azt sugallja, hogy a legtöbben elfogadhatónak tartják az árakat. Ezen kívül fontos észrevenni, hogy csak egy válaszadó jelölte meg a legdrágább kategóriát (1-es válasz), és csak néhányan (14

válaszadó) választották a 4-es kategóriát. A két kategória alacsony számú válaszai azt mutatják, hogy a válaszadók csak kis hányada tartja a Georgikon Pincészet palackozott borait drágának. Nincsenek 5-ös értékelések (nagyon olcsó), ami azt mutatja, hogy a válaszadók többsége nem találja a borokat rendkívül olcsónak, de még mindig pozitív az ár-érték arány értékelése. Az eredmények összességében azt jelzik, hogy a Georgikon Pincészet árszínvonala a válaszadók többsége szerint elfogadható, és nincsenek olyan jelentős panaszok a borok árával kapcsolatban, amelyek nagyobb figyelmet igényelnének. Az ilyen visszajelzések segíthetnek a pincészetnek fenntartani vagy akár növelni vendégeik elégedettségét az áraik tekintetében, és támogatják a pincészet további sikerét a borturizmus területén.

A következő ábrán (11. ábra) látható, hogy a válaszadók mi alapján választanak desztinációt, amennyiben borkóstolón szeretnének részt venni.

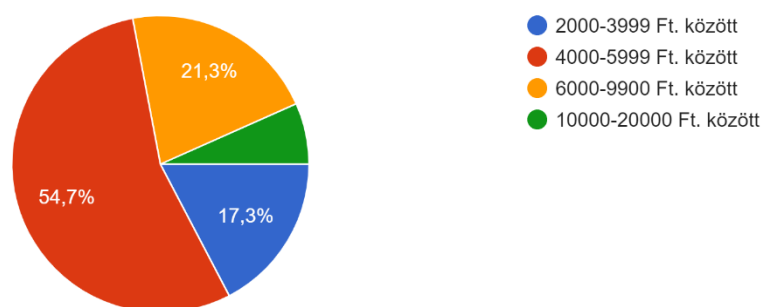
11. ábra - Mi alapján választ desztinációt, amennyiben borkóstolón szeretne részt venni?



Az adatok elemzése alapján a borkóstoló desztinációjának kiválasztásában a válaszadók legfontosabbnak tartják a borok minőségét (68,4%). Ennek alapján elmondható, hogy a látogatók számára a legfontosabb szempont az, hogy minőségi borokkal találkozzanak a kóstoló során. Ezzel összefüggésben a pincészetnek nagy hangsúlyt kell fektetnie a borok minőségére és azok elkészítésére. A második legfontosabb tényező a válaszadók számára a borkóstoló helyszínének és az attrakciók minősége (44,7%). Ez azt jelenti, hogy a válaszadók számára a környezet és az élmény szintén fontos tényező az desztináció kiválasztásakor. Ennek alapján a pincészetnek meg kell gondolnia, hogyan tudja vonzóvá tenni a helyszínét és az attrakciókat az odalátogatók számára. A harmadik helyen a borkóstoló hangulata (47,4%) és a program minősége (46,1%) szerepelnek. Ezek is fontos szempontok, amelyek meghatározhatják, hogy a látogatók pozitív élményekkel távoznak-e a borkóstoló helyszínéről. Az ételek kínálata (15,8%)

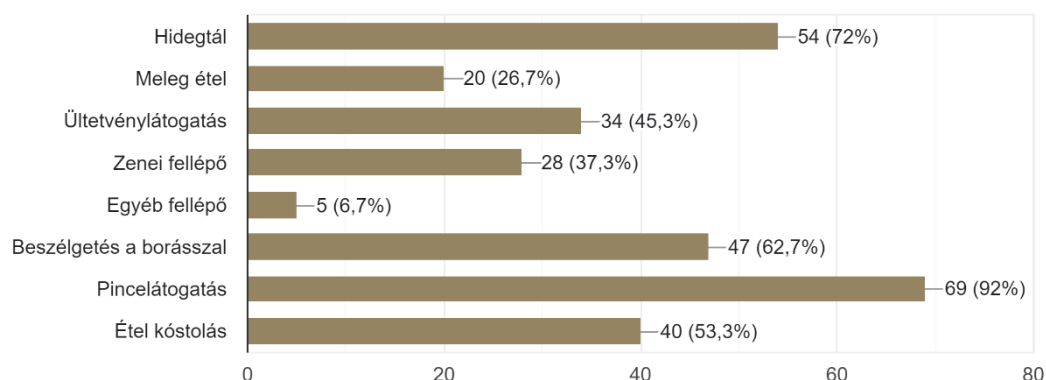
és a "Nem járok bor kóstolóra" (1,3%) kevésbé jellemző szempontok, de még mindig fontosak lehetnek bizonyos látogatók számára. Az ételek kínálata különösen olyanok számára lehet vonzó, akik egy gasztronómiai élményt is keresnek a borok mellé. Az eredmények összességében azt mutatják, hogy a borok minősége és a helyszín/attrakciók minősége a legmeghatározóbb tényezők a borkóstoló desztinációjának kiválasztásakor. A pincészeteknek tehát hangsúlyt kell fektetniük a borok minőségére és az élmény színvonalára, hogy vonzóvá tegyék magukat a borkóstolók számára.

12. ábra - Mennyit költené egy főre borkóstoló esetén?



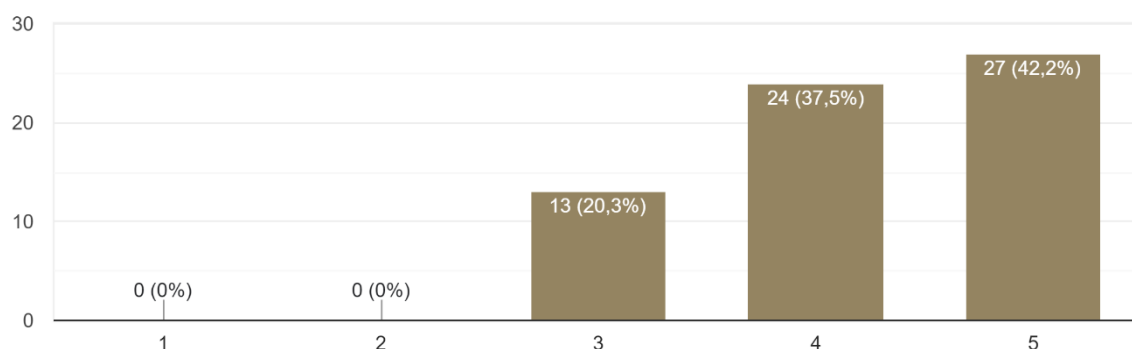
Vizsgáltam azt a kérdést is, hogy a borszeretők mennyit költenének egy-egy borkóstolóra (12. ábra). Az adatok elemzése alapján a válaszadók többsége hajlandó meglehetősen jól fizetni egy főre borkóstoló esetén étkezés nélkül. A legnagyobb csoport, 41 válaszadó (54,70%), azt nyilatkozta, hogy 4000-5999 Ft közötti összeget költené egy ilyen élményre. Ezt követi a 6000-9900 Ft közötti csoport 16 válaszadóval (21,30%), akik szintén hajlandók jelentős összeget költeni egy borkóstolóra. A 2000-3999 Ft közötti csoportban 13 válaszadó (17,30%) található, akik alacsonyabb árkatagóriában gondolkodnak. Ugyanakkor további 5 válaszadó (6,70%) mondta, hogy 10000-20000 Ft közötti összeget lenne hajlandó költeni borkóstolóra. Ez adataink alapján azt sugallja, hogy a látogatók hajlandók nagyobb összeget költeni a borkóstolóra, és készek meghatározott árkatagóriában mozogni annak érdekében, hogy minőségi borkóstoló élményben részesüljenek. Az árazás és az ajánlatok kialakítása során a pincészeteknek figyelembe kell venniük ezt az előzetes hajlandóságot és értékrendet, hogy vonzó ajánlatokat készítsenek a látogatók számára.

13. ábra - Milyen egyéb kapcsolódó szolgáltatást venni igénybe borkóstoló mellé?



Kérdésként tettem fel azt is, hogy milyen egyéb kapcsolódó szolgáltatást venni igénybe borkóstoló mellé (13. ábra). Az adatok elemzése alapján a borkóstoló mellé kínált szolgáltatások közül a "pincelátogatás" a legkedveltebb az érdeklődők körében, mivel 69 válaszadó (92%) választotta ezt a lehetőséget. Ez azt mutatja, hogy az emberek kifejezetten érdeklődnek a pincészet és a borkészítés folyamata iránt, és szívesen megismerik a borok eredetét és a pincészet működését. A "hidegtál" is népszerű kiegészítő lehetőség, mivel 54 válaszadó (72%) választotta ezt. Ez a lehetőség lehetőséget biztosít az étkezésre a borkóstolás közben, ami kényelmes és kellemes élményt nyújthat a látogatóknak. A "beszélgetés a borással" is népszerű választás, mivel 47 válaszadó (62,7%) választotta ezt. A látogatók valószínűleg értékelik, ha lehetőségük van személyes tapasztalatokat és információkat megosztani a borászattal kapcsolatban, és ez hozzáadhat az élmény minőségéhez. Az "ültetvénylátogatás," "zenei fellépő," és "étel kóstolás" is népszerű választások, de ezek kisebb számban jelennek meg az adatokban. Összességében a látogatók változatos szolgáltatásokat értékelnek borkóstolóik mellé, és a pincészeteknek lehetőségük van ezeket a preferenciákat figyelembe véve személyre szabott élményt nyújtani a látogatóik számára.

14. ábra - Mennyire elégedett a Georgikon Pincészet kínálatával és szolgáltatásaival?

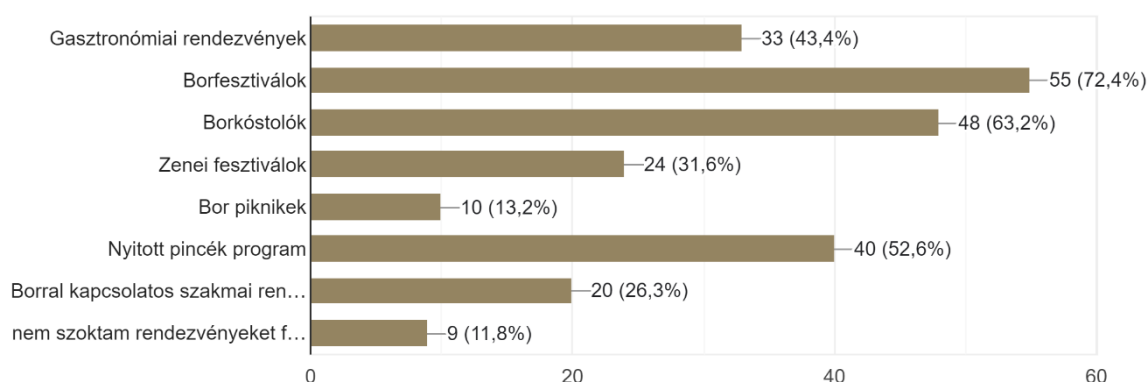


Választ kerestem arra kérdésre is, hogy mennyire elégedettek a Georgikon Pincészet kínálatával és szolgáltatásaival (14. ábra). Az elégedettségi kérdés eredményei alapján a Georgikon Pincészet látogatói általában elégedettek a pincészet kínálatával és szolgáltatásaival. A válaszadók nagy része, összesen 51 (68%), a legmagasabb elégedettségi pontszámot, azaz "5 - elégedett" értéket adta meg. Az elégedettségi skála többi részén is pozitív eredmények vannak. Tizenhárom válaszadó (17,3%) értékeli a kínálatot "3" ponttal, ami közepes elégedettséget jelent. Hasonlóképpen, 24 válaszadó (32%) adta meg a "4 - elégedett" értéket, ami már magasabb elégedettségi szintet mutat. Nem érkezett olyan válaszadó, aki az "1 - nem elégedett" vagy az "2" pontot választotta volna. Ez azt mutatja, hogy az elégedettségi szintek jelentős része pozitív a pincészet szolgáltatásaival kapcsolatban. Összességében a válaszadók elégedettségi pontszámai azt mutatják, hogy a Georgikon Pincészet rendelkezik olyan szolgáltatásokkal és kínálattal, amelyek magas szintű elégedettséget váltanak ki a látogatókból. Az elégedettség szintje lehetővé teszi a pincészet számára, hogy megtartsa és vonzza az érdeklődőket, és pozitív visszajelzéseket kapjon a látogatóktól.

Feltettem egy olyan kérdést, hogy: „milyen javaslata lenne a Georgikon Pincészet kínálatával és szolgáltatásaival kapcsolatban?”. A kérdésre nem adtam meg előre válaszokat, hanem egyénileg szöveges formában tudtak válaszolni a kérdésre. A válaszok alapján a válaszadók számos értékes javaslatot adtak a Georgikon Pincészet kínálatával és szolgáltatásaival kapcsolatban. A válaszadók hangsúlyozták a kommunikáció fontosságát. Javasolták, hogy a pincészet növelje a kommunikációt a hallgatók és hallgatói szervezetek felé. Ezenkívül az ültetvénylátogatások és szakmai programok szélesebb körű népszerűsítését is ajánlották. Több válaszadó említette, hogy a pincészet tartson több borkóstolót. Ez lehetne egy hatékony módja annak, hogy új látogatókat vonzzon és növelje a borok iránti érdeklődést. Az internetes

marketing és hirdetések iránti igény is kiemelkedett. A válaszadók szerint a pincészetnek nagyobb hangsúlyt kell fektetnie a marketingre, különösen az internetes platformokon, hogy növelje az értékesítést. Több helyen való bemutatásra és a különleges borok szélesebb körű elérhetőségére is javaslatok érkeztek. Ez segíthet abban, hogy a pincészet boraival több ember találkozzon. Néhány válaszadó a kreativitásra és innovációra ösztönzött, mint például a borlekvár készítése, amely lehetne egy egyedi termék a pincészet részéről. Összességében megállapítható, hogy a válaszadók számos módját látják a Georgikon Pincészet fejlesztési lehetőségeinek, különösen a kommunikáció, borkóstolók, marketing és promóció területén. Ezek a javaslatok segíthetik a pincészetet abban, hogy vonzóbbá és elérhetőbbé tegye magát a látogatók és vásárlók számára.

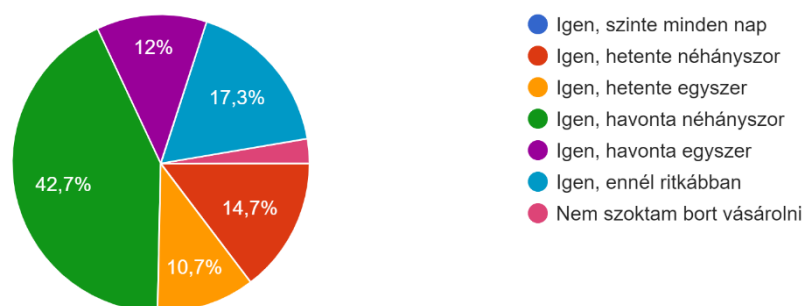
15. ábra - Milyen rendezvényeket keres fel Ön szívesen borfogyasztás céljából?



A fentiek alapján látható (15. ábra) a válaszadók különböző típusú rendezvényeket keresnek fel borfogyasztás céljából. A következő összefüggéseket lehet az eredmények alapján megjegyezni. A válaszadók 72,4%-a nyilatkozott úgy, hogy borfogyasztás céljából szívesen keresi fel borfesztiválokat, míg 63,2%-uk borkóstolókat választana. Ez azt mutatja, hogy a borfesztiválok és borkóstolók kiemelkedően népszerűek, és a válaszadók nagy része élvezné az ilyen eseményeket. A nyitott pincék programok 52,6%-ban népszerűek, míg a gasztronómiai rendezvények 43,4%-ban. Az eredmények alapján a válaszadók számára fontos a borfogyasztás élményének kiegészítése gasztronómiai élményekkel és a pincék látogatásával. A borral kapcsolatos szakmai rendezvények és a zenei fesztiválok is népszerűek, bár kisebb arányban (26,3% és 31,6%). Ez azt mutatja, hogy a válaszadók érdeklődnek a borral kapcsolatos szakmai események és a zenés környezet iránt is. A bor piknikek (13,2%) és azok, akik nem szoktak borfogyasztás céljából rendezvényeket felkeresni (11,8%), kisebb arányban vannak jelen. Ugyanakkor még mindig van egy része az embereknek, akik szívesen részt vennének ilyen

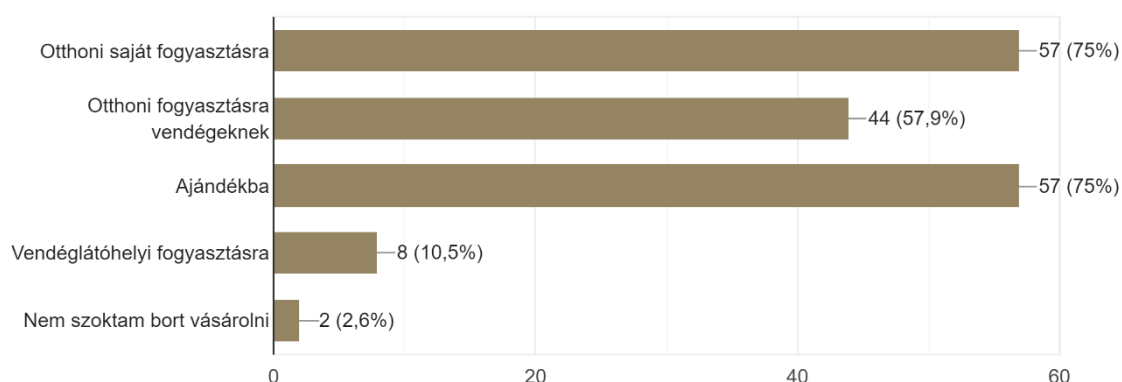
eseményeken vagy akik nem keresik fel őket. Az elemzés alapján látható, hogy a borfogyasztás köré szerveződő rendezvények széles skáláját keresik fel az emberek, leginkább a borfesztiválok és borkóstolók iránt érdeklődnek. Az eredmények segíthetik a Georgikon Pincészetet abban, hogy kialakítson olyan eseményeket, amelyek még vonzóbbá teszik számukra a látogatókat.

16. ábra - Szokott-e Ön bort vásárolni? Ha igen, milyen gyakran?



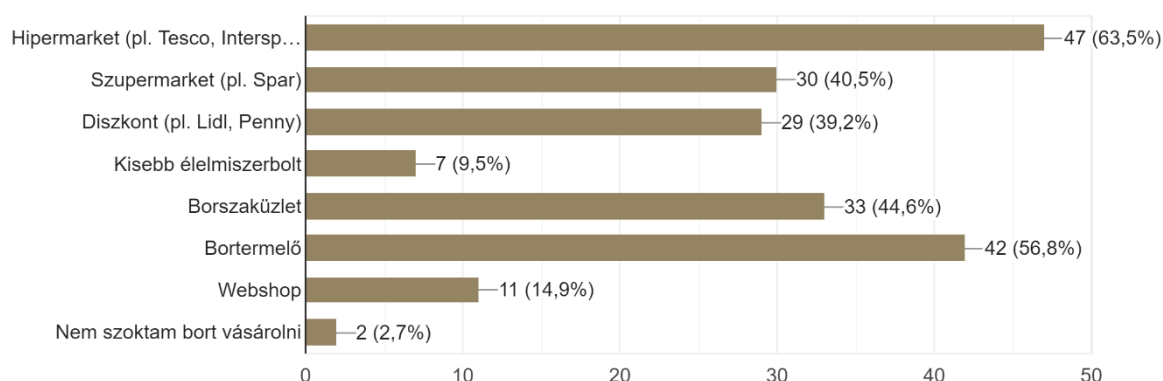
A kérdőív következő részében a borvásárlási szokásokat vizsgáltam. A fenti ábrán (16. ábra) láthatók az eredmények arra a kérdésre vonatkozóan, hogy „Szokott-e Ön bort vásárolni? Ha igen, milyen gyakran?”. Az eredmények alapján a válaszadók különböző gyakorisággal szoktak bort vásárolni. A következő összefüggéseket lehet az eredmények alapján megjegyezni. A legnagyobb csoportot azok a válaszadók alkotják, akik havonta néhányszor (32 válaszadó, 42,1%) vagy hetente néhányszor (11 válaszadó, 14,5%) vásárolnak bort. A gyakrabban vásárlók nagyobb arányban fordulnak elő. Egy kisebb csoport havonta egyszer (9 válaszadó, 11,8%) vagy hetente egyszer (8 válaszadó, 10,5%) vásárol bort. Ők kisebb gyakorisággal vásárolnak, de még mindig rendszeresen fogyasztanak bort. 13 válaszadó (17,1%) vásárol ennél ritkábban, ami azt jelenti, hogy időnként vagy alkalmanként vásárolnak bort. A legalacsonyabb arányt azok a válaszadók képviselik, akik nem szoktak bort vásárolni (2 válaszadó, 2,6%). Ők nem vásárolnak bort. Az elemzés alapján látható, hogy a válaszadók között különböző gyakorisággal vásárolnak bort, és a leggyakrabban vásárlók vannak többségben. Ez az információ fontos lehet a Georgikon Pincészet számára, hogy megértsék a potenciális vásárlóik szokásait és igényeit.

17. ábra - Ha szokott bort vásárolni, milyen céllal teszi azt?



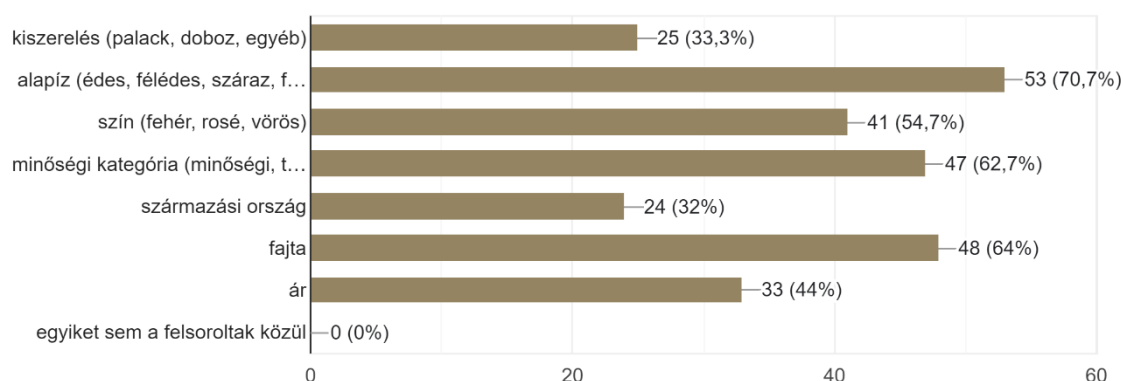
A fenti diagram alapján a válaszadók különböző célokra vásárolnak bort, és több opciót is megjelölhettek (17. ábra). Fontos összefüggéseket lehet megfigyelni a válaszok között. A leggyakoribb válaszok az otthoni saját fogyasztásra (57 válaszadó, 75%) és a vendégeknek (57 válaszadó, 75%). Ez azt mutatja, hogy a válaszadók szívesen vásárolnak bort saját és vendégeik számára is. Az otthoni fogyasztásra szintén nagy arányban vásárolnak bort a válaszadók (44 válaszadó, 57,9%). Ezt arra utal, hogy sokan szeretik otthon, étkezéshez vagy kikapcsolódáshoz fogyasztani a bort. Egy kisebb csoport (8 válaszadó, 10,5%) vásárol bort ajándék céljából. Ez fontos információ lehet a Georgikon Pincészet számára, mivel az ajándékba vásárlás alkalmas lehet ünnepi időszakokra és ajándékozásra. A vendéglátóhelyi fogyasztásra csak kevesen vásárolnak bort (2 válaszadó, 2,6%), ami azt jelenti, hogy a válaszadók inkább otthon vagy vendégeik körében fogyasztják a bort. A fenti megállapítások fontosak lehetnek a pincészet jövőbeni stratégiája kapcsán, hiszen például megfelelően címezhetik marketingkampányaikat azoknak, akik otthoni fogyasztásra vagy vendégeiknek szeretnek bort vásárolni vagy ünnepi időszakokban hangsúlyozhatják az ajándékba vásárlás lehetőségét. Ezek az információk segíthetik a pincészetet abban, hogy célzottan kommunikáljanak és megfeleljenek a vásárlóik igényeinek.

18. ábra - Ha szokott bort vásárolni, jellemzően hol?



A borvásárlási szokásokkal kapcsolatos adatok alapján (18. ábra) a válaszadók többféle helyen vásárolnak bort, és ebből néhány fontos összefüggés és javaslat válik nyilvánvalóvá. A válaszadók 56,8%-a bortermelőtől vásárol bort. Ez azt sugallja, hogy a pincészeteknek, mint a Georgikon Pincészet, van egy elkötelezett vevői köre, akik szívesen vásárolnak közvetlenül a forrásból. A pincészetnek érdemes fenntartani és fejleszteni az ilyen típusú vásárlási élményt. Az üzletek (hipermarketek, szupermarketek, diszkontok) népszerű helyek a borvásárlás szempontjából. 63,5%, illetve 40,5%, illetve 39,2% a válaszadók aránya, akik itt vásárolnak. Az adatok azt mutatják, hogy a válaszadók széles választékra és kényelmes vásárlási lehetőségekre vágyhatnak. A pincészet megfelelően címezheti marketingkampányait azokhoz, akik a bortermelőtől vagy a közvetlen forrásból vásárolnak. Ezenkívül érdemes figyelni a kiskereskedelmi üzletekben vásárlókra is. A pincészet értékesítési csatornájai közé tartozhatnak a saját borszaküzletek, vagy a közvetlen értékesítés a pincészet helyszínén, melyek vonzóvá tehetik a bort a látogatók és vásárlók számára. Az online értékesítési lehetőségek, mint a webshop, növelhetik a pincészet értékesítését, különösen azoknak a vásárlóknak, akik preferálják az online vásárlást, bár a pincészet borai még nem érhetők el webáruházban. Ezen adatok alapján a Georgikon Pincészet finomhangolhatja stratégiáját annak érdekében, hogy még jobban megfeleljen a vásárlók igényeinek és elősegítse a borkészleteinek értékesítését.

19. ábra - Mit tart fontosnak a bor vásárlása/kiválasztása során otthoni fogyasztás esetén?

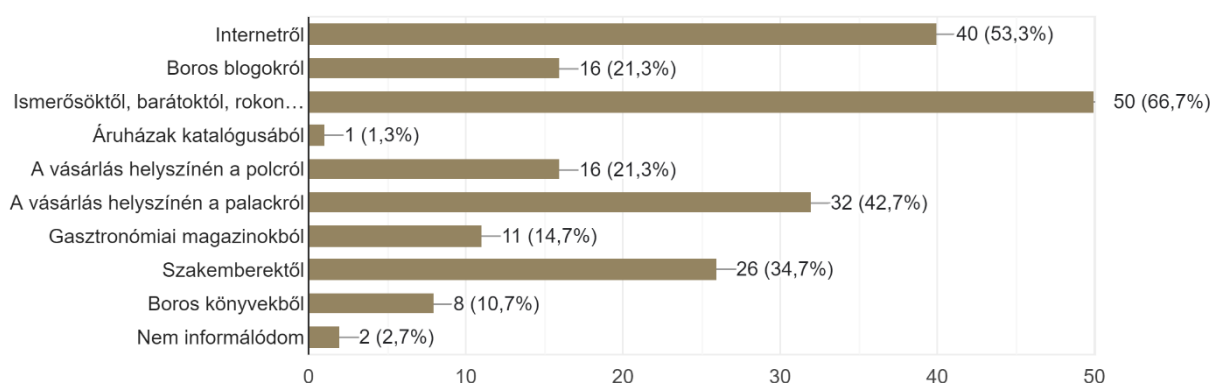


Az adatok alapján a válaszadók számos szempontot fontosnak tartanak a bor vásárlása/kiválasztása során otthoni fogyasztás esetén. A válaszadók több mint 60%-a kiemelte az alapízt és a minőségi kategóriát fontos tényezőként a borvásárlás során. Ez azt sugallja, hogy a Georgikon Pincészetnek kiemelkedő figyelmet kell fordítania a borainak ízére és minőségére. A minőségi borok kínálata és az íz profil hangsúlyozása előnyös lehet. A válaszadók nagy része (64% és 54,7%) a bor fajtáját és a színét is fontosnak tartja. Ezért a pincészetnek érdemes különböző borfajtákat és színváltozatokat kínálnia, hogy kielégítse a különböző ízléseket. Bár a kiszerelés és az ár is fontos tényezők, kisebb arányban említették meg a válaszadók. Azonban az ár versenyképes tartása és a kiszerelés kényelmes választéka is fontos lehet. A fentiek alapján a pincészet javíthatja borválasztékát, hogy kielégítse az alapíz, fajta és szín iránti különböző igényeket. Ezért érdemes széles választékot kínálni. A minőségi borokat és azok ízprofilját érdemes kiemelni, hogy vonzóak legyenek azok számára, akik a minőségre és az alapízre helyezik a hangsúlyt. A pincészet marketingstratégiáját az alapíz, a minőség, a fajta és a szín köré lehet építeni, és ezeket az értékeket hangsúlyozva megcélozhatja a megfelelő vásárlói csoportokat. Ezen lépések segíthetnek a Georgikon Pincészetnek abban, hogy jobban megfeleljen a vásárlók igényeinek és vonzóvá tegye borainak kínálatát.

Vizsgáltam azt a kérdést is, hogy „Mennyit költ Ön egy palack borra?”. Az adatok alapján az emberek különböző árkategóriákban vásárolnak bort, és a vásárlási szokásaik sokféle tényezőtől függenek. A pincészetnek érdemes különböző árkategóriákban kínálnia borait. Például az egyik termék kifejezetten azok számára lehet vonzó, akik 1000-2000 Ft-ot szoktak költeni, míg egy másik lehet drágább, minőségi borok kedvelőinek. A pincészet érdemes célzott marketingstratégiát alkalmaznia, amely különös figyelmet szentel az árérzékenyebb vásárlóknak, például 1000-2000 Ft-os ársávban vásárlóknak. Az adatok alapján a válaszadók

néha változtatják a költési szokásaikat a céljuktól függően. A pincészetnek figyelemmel kísérnie kell az ügyfelek preferenciáit, és esetleg szezonális vagy különleges ajánlatokat kínálhat. Az árkategóriák változatossága miatt fontos, hogy a pincészet hatékonyan kommunikáljon a különböző célközönségekkel. Ez lehetővé teszi az ügyfelek pontosabb megértését és az igényeikre való jobb reagálást. Az említett javaslatok segíthetik a Georgikon Pincészetet abban, hogy jobban illeszkedjen a vásárlók preferenciáihoz és növelje az eladásait a különböző árszegmensekben.

20. ábra - Milyen forrásokból tájékozik Ön általában borokkal kapcsolatban?



A fenti adatok alapján (20. ábra) az emberek számos forrásból tájékoznak borokkal kapcsolatban. Mivel az internet a válaszadók egyik fő forrása a borokkal kapcsolatos információkhoz, a pincészetnek fontos, hogy online jelenléte legyen. Egy jól felépített weboldal, amely tartalmazza a borainak leírását, értékeléseket, és akár recepteket is, lehetővé teszi az ügyfelek számára, hogy tájékozódjanak és válasszanak. A válaszadók jelentős része a vásárlás helyszínén a palackról tájékozik. Ezt felhasználva a pincészetnek olyan címkéket és címkézést kell készítenie, amelyek információt nyújtanak a borokról, ízérzékelésről és érdekes történetekről. Az ismerősöktől, barátoktól és rokonoktól kapott ajánlások nagy súllyal bírnak. A pincészetnek ösztönöznie kell az elégedett ügyfeleit, hogy osszák meg tapasztalataikat, és akár hozzanak barátokat a látogatások során. A szakemberektől és boros blogoktól származó pozitív értékelések jelentősen hozzájárulhatnak a pincészet hírnevéhez. A pincészetnek lehetőséget kell teremtenie azoknak a szakembereknek és bloggereknek, akik pozitívan értékelik termékeit, hogy teszteljék és népszerűsítsék azokat. A boros könyvek és magazinok is fontosak lehetnek a bor iránt érdeklődők számára. A pincészetnek érdemes elérhetővé tenni ezeket a forrásokat a látogatók számára az üzletekben vagy online. A pincészetnek stratégiai

tervezést kell végeznie, amely figyelembe veszi ezeket az információs forrásokat, és a fent említett javaslatokkal növelheti az ügyféltájékoztatót és eladásait.

Végül pedig nyitott kérdést tettem fel annak kapcsán, hogy milyen típusú borokat látnának szívesen a Georgikon Pincészet jelenlegi kínálatában. A válaszok alapján az emberek változatos igényeket fejeznek ki a borok tekintetében, és a Georgikon Pincészetnek lehetősége van kielégíteni ezeket az igényeket. A natúrborok népszerűsége nőtt az elmúlt években. A Georgikon Pincészetnek megfontolhatja a natúrborok készítését, mivel ezek egyre több borászati iránti szerelmest vonzanak. Az emberek értékelik a hagyományos és régi tájfajtákat. A pincészetnek lehetősége van olyan borok kínálatára, amelyek magukban foglalják például a szürkebarátot vagy zöld veltelinit. A pezsgők és gyöngyözőborok mindig keresettek, különösen különleges alkalmakkor. A pincészetnek fontolóra kell vennie ilyen borok kínálatát is, bár a technológia sajnos nem feltétlen áll rendelkezésre az ilyen típusú borok készítéséhez. A legfontosabb, hogy a Georgikon Pincészet továbbra is hallgassa meg az ügyfelek visszajelzéseit és igényeit. Ezen válaszok alapján alkalmazkodva új borokat és kóstolókat hozhatnak létre, amelyek a látogatók elvárásait és ízlését kielégítik. A pincészetnek lehetősége van kreatív és innovatív borok létrehozására, például késői szüretelésű borokkal. Az ilyen különleges borok vonzóak lehetnek a látogatók számára. Az ügyfélvárások változhatnak, ezért a pincészetnek rugalmasnak kell lennie és időnként frissíteni kell kínálatát, hogy megfeleljen az aktuális igényeknek. A Georgikon Pincészet ezen válaszok és javaslatok alapján alakíthatja ki jövőbeli borválasztékát és kóstolóit, amelyekkel vonzóbbá teheti a pincészetét a látogatók és borvásárlók számára. Az ügyfélközpontúság és az igényekre való reagálás kulcsfontosságú a pincészet sikeréhez. Saját véleményem az, hogy a Georgikon Pincészetnek ragaszkodnia kell a saját fajtáihoz, hiszen ezen fajták versenyelőnyt jelenthetnek a piacon, mivel azokat a legtöbb esetben máshol nem lehet kóstolni. Nem szorulunk rá világfajták termesztésére, ha ott van nekünk a Cserszegi fűszeres, a Nektár, a Rozália vagy éppen a Messiás.

## VI. Összefoglalás

A cserszegtomaji Georgikon Pincészet jövőjét - kutatásaim alapján - a következőképpen látom, összefoglalásként az alábbi konklúziókat, javaslatokat fogalmazom meg:

- A legnagyobb problémát a pincészetnél az jelenti, hogy nincs megfelelő méretű kóstoló helyiség (csak 20-20 fős beltéri és 50 fős kültéri), illetve nincs előkészítő konyha. Kitorési pontot jelenthetne egy melegkonyhas vendéglátóhely kialakítása (minimum 40-50 fős), korszerű vizesblokkal, hiszen az étkeztetést csak külső szolgáltatóval tudják megoldani (Maribori Egyetem mintájára).
- A fogyasztóknak folyamatosan ajánlani kell az új fajtákat, illetve az azokból készülő borokat, mivel a fogyasztók hajlamosak a már jól ismert, bevált fajtát választani. A végső fogyasztók által jobban eljut a híre a boroknak, ezért ezt erősíteni kell.
- A Cserszegtomajon található ingatlanok a vendéglátás és turisztikai célú hasznosítása kiemelt cél lehetne (kereskedelmi szálláshelyek kialakítása), mind az árbevételeik, mind pedig a Campus hallgatói képzése szempontjából.
- A nemesítés és a szőlő szaporítóanyag-előállítás, kiemelten a saját fajták vonatkozásában egy potenciális kitorési pontot jelenthet.
- Bor minőség, értékesítés volumenének fejlesztése, új ültetvények telepítése.
- Borászati technológia és a borászati termékek fejlesztése (például gyöngyözőbor, pezsgő a piac igényeinek megfelelően).
- Szőlőfeldolgozó építése (épület és technológia).
- Borház felújítása, vinotéka kialakítása (MATE SZBI Badacsony mintájára).
- Élményekre fókuszáló borkóstoló események szervezése (gasztronómiai rendezvények)
- „Chill-zone” kialakítása, vendégek részére olyan attrakciók kiépítése, mely kiemelten a fiatalok számára vonzó lehet.
- Gasztronómiai rendezvények, pincelátogatások, tematikus borkóstolók, illetve egyéb programok (pl.: zenés-táncos rendezvények) szervezése.
- Szüreti fesztivál szervezése.
- A pincészet kommunikációjának, marketingjének fejlesztése.
- Cserszegtomaji borút kialakítása.

Kiemelten fontosnak tartom és osztom a Georgikon Pincészet vezetőjének véleményét a borturizmus engedélyhez kötése kapcsán. Jelenleg nincs a borutakkal kapcsolatosan minősítési rendszer. A működési engedélyhez szükséges az adott pincének a környezeti elemzése, a kóstolóhelyiség megfelelő kialakítása, korszerű eszközök, berendezések alkalmazása.

Bízom benne, hogy eredményeim és javaslataim alapján magam is hozzájárulhatok a Georgikon Pincészet fejlesztéséhez, tágabb értelemben pedig a magyarországi borturizmus tovább növelheti nemzetgazdasági jelentőségét, és Magyarország egyre vonzóbb úti céllá válhat azok számára, akik a bort és a kulináris élvezeteket keresik.

## VII. Irodalomjegyzék

Bakonyi, K. - Kocsis L. (2006b): Pannon Egyetem Georgikon Mezőgazdaságtudományi Kar Cseresztegtomaji Szőlőtelepének története. Keszthely

Bodnár G. - Kiss M. (2023): A Z generáció borfogyasztási szokásai és borral kapcsolatos közösségimédia-preferenciái, GAZDÁLKODÁSTUDOMÁNYI KÖZLEMÉNYEK 10 : 1 pp. 13-22. , 10 p. (2023)

Bruwer, J., & Johnson, R. (2010). Place-Based Marketing and Regional Branding Strategy in the Wine Industry. *Journal of Consumer Marketing*, 27(1), 5-16.

Carlsen, J., & Charters, S. (2006). *Global Wine Tourism: Research, Management and Marketing*. CABI.

Cavicchi, A. (2010). Wine Tourism and Sustainable Development: A Review and Research Agenda. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(3), 317-336.

Dávid, L., Jancsik, A., & Rátz, T. (2007). A bor és gasztronómia turisztikai termékek fejlesztése Magyarországon. Kézirat. Budapesti Corvinus Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Idegenforgalmi Intézet.

Dávid, L. (2019). Wine Tourism in Hungary: An Emerging Destination. In *Wine Tourism Destination Management and Marketing* (pp. 75-92). Routledge.

Dula B. – Mészáros G. – Rohály G.: (2012): A borfogyasztás kultúrája. A borkultúra központ kiadványai a borfogyasztás kultúrája, Eszterházy Károly Főiskola.

GfK Hungária, 2011-es adatok

Getz, D., & Brown, G. (2006). Critical Success Factors for Wine Tourism Regions: A Demand Analysis. *Tourism Management*, 27(1), 146-158.

Hall, C. M. (2007). *Wine Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Butterworth-Heinemann.

KSH 2016. Magyarország borvidékei, 2014, Központi Statisztikai Hivatal.

Michalkó Gábor Boros Szilvia, Csapó János, Happ Éva, Horváth Pál, Husz Anikó, Jónás-Berki Mónika, Lőrinc Katalin, Máté Andrea, Michalkó Gábor, Printz-Markó Erzsébet, Priszinger Krisztina, Rátz Tamara, Remenyik Bulcsú, Szabó Géza, Kalmárné Rimóczi Csilla (2011): *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés*. Kiadó: Pécsi Tudományegyetem.

Nagy, G., & Borsos, Z. (2017). The Effects of Wine Tourism on the Development of the Hungarian Wine Regions. In *Proceedings of the European Conference on Intellectual Capital* (p. 389). Academic Conferences International Limited.

OIV 2014. *Vine and Wine Outlook 2010-11*. OIV - International Organization of Vine and Wine, Intergovernmental Organisation. ISBN 979-10-91799-28-7

OIV 2015. 2015 World vitiviniculture situation. OIV Statistical Report on World Vitiviniculture. OIV - International Organization of Vine and Wine, Intergovernmental Organisation.

OIV 2017. World Vitiviniculture Situation, OIV Statistical Report on World Vitiviniculture. OIV - International Organization of Vine and Wine, Intergovernmental Organisation.

OIV 2018a. Distribution of the world's grapevine varieties. Focus OIV 2017. OIV - International Organization of Vine and Wine, Intergovernmental Organisation.

OIV 2018b. Grapevine varieties' area by country, 2015. OIV - International Organization of Vine and Wine, Intergovernmental Organisation.

Poór Judit – Szabó Péter (2019): Szőlőfajták nemzetközi és hazai pozíciója Innováció a szőlőszaporításban. Budapest, Magyarország : Akadémiai Kiadó (2019) ISBN: 9789634494

Sigala, M. (2017). Wine Tourism and Sustainable Experience: An Innovative Organizational Approach. Journal of Sustainable Tourism, 25(5), 649-664.

Szakál Z. (2005): Borfogyasztási szokások felmérése és tapasztalatai, ACTA AGRARIA DEBRECENIENSIS / AGRÁRTUDOMÁNYI KÖZLEMÉNYEK klsz. : 16 pp. 387-393. , 7 p.

Szolnoki, B. (2020). Wine Tourism in Hungary: An Exploratory Analysis of Motivations and Behavior. Journal of Wine Research, 31(3), 209-226.

Thach, Liz; Riewe, Sam; Camillo, Angelo (2021). "Generational cohort theory and wine: analyzing how gen Z differs from other American wine consuming generations." International Journal of Wine Business Research, 33(1), 1-27. DOI: 10.1108/IJWBR-12-2019-0061.

Tóth G. – Szolnoki G. (2019): A magyarországi borfogyasztói szokások és borpiac elemzése. Gazdálkodás, 63. évf. 1. szám, pp. 22-39.

Várhelyi T. (2012): Borturizmus: Líceum Kiadó, Eger, 2012. ISBN: 978-963-9894-93-8

## Elektronikus irodalom

INTERNET 1: OIV (2021): State of the world vitivinicultural sector in 2020. International Organization of Vine and Wine (OIV) Intergovernmental Organization.

<https://www.oiv.int/public/medias/7899/oiv-note-de-conjoncture-vitivinicole-mondiale-2020.pdf> Letöltési idő: 2023. szeptember 27.

INTERNET 2: <https://cserszegtomaj.hu/hu/telepulesunk/latnivalok> Letöltési idő: 2023. október 2.

INTERNET 3: <https://www.wellnesstips.hu/cserszegtomaj/turisztikai-erdekesssegek/> Letöltési idő: 2023. október 18.

INTERNET 4: <https://www.wellnessakcio.hu/varosok/Cserszegtomaj> Letöltési idő: 2023. október 18.

INTERNET 5: <https://pilikanpark.com/> Letöltési idő: 2023. október 18.

INTERNET 6: <https://2010-2014.kormany.hu/download/4/5c/20000/NemzetiTurizmusfejlesztésiStrategia.pdf> Letöltési idő: 2023. október 18.

INTERNET 7: <http://www.nefmi.gov.hu/felsooktatas/felsooktatasi/uj-magyarorszag> Letöltési idő: 2023. október 18.

INTERNET 8:

<https://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/23206/Mate%20Andrea%20Bormarketing%2C%20borkereskedelem.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Letöltési idő: 2023. október 18.

## VIII. Ábrajegyzék

|                                                                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. ábra - A különböző célok szerepe a válaszadók szabadidejében .....                                                                        | 31 |
| 2. ábra - Kivel, milyen társaságban tölti Ön a szabadidejét legjellemzőbben?.....                                                            | 32 |
| 3. ábra - Mennyire jellemző, hogy szabadidejéhez kapcsolódóan az alábbi tevékenységeket végzi (1-egyáltalán nem, 5 – teljes mértékben) ..... | 33 |
| 4. ábra - A válaszadók borfogyasztási gyakorisága .....                                                                                      | 34 |
| 5. ábra - Milyen célból vesz részt borkóstolókon, pincelátogatáson? .....                                                                    | 35 |
| 6. ábra - Mely típusú borokat kedveli leginkább? .....                                                                                       | 36 |
| 7. ábra - Mennyire ismeri a Georgikon Pincészetben megtermelt szőlőfajtákat?.....                                                            | 37 |
| 8. ábra - Mely borokat kóstolta már a Georgikon Pincészetben? .....                                                                          | 38 |
| 9. ábra - Mely tételek a kedvencei a Georgikon Pincészettől? .....                                                                           | 39 |
| 10. ábra - Mennyire tartja olcsónak vagy drágának a Georgikon Pincészet palackozott borait? .....                                            | 40 |
| 11. ábra - Mi alapján választ desztinációt, amennyiben borkóstolón szeretne részt venni?.....                                                | 41 |
| 12. ábra - Mennyit költene egy főre borkóstoló esetén?.....                                                                                  | 42 |
| 13. ábra - Milyen egyéb kapcsolódó szolgáltatást venni igénybe borkóstoló mellé? .....                                                       | 43 |
| 14. ábra - Mennyire elégedett a Georgikon Pincészet kínálatával és szolgáltatásaival? .....                                                  | 44 |
| 15. ábra - Milyen rendezvényeket keres fel Ön szívesen borfogyasztás céljából? .....                                                         | 45 |
| 16. ábra - Szokott-e Ön bort vásárolni? Ha igen, milyen gyakran? .....                                                                       | 46 |
| 17. ábra - Ha szokott bort vásárolni, milyen céllal teszi azt? .....                                                                         | 47 |
| 18. ábra - Ha szokott bort vásárolni, jellemzően hol? .....                                                                                  | 48 |
| 19. ábra - Mit tart fontosnak a bor vásárlása/kiválasztása során otthoni fogyasztás esetén? ...                                              | 49 |
| 20. ábra - Milyen forrásokból tájékozódik Ön általában borokkal kapcsolatban?.....                                                           | 50 |

## IX. Mellékletek

### A kérdőív felülete, kérdései

Neme

☐ Férfi

☐ Nő

Lakóhelye (vármegye) \*

Kiválasztás ▼

Kor \*

Kiválasztás ▼

Az alábbi tevékenységek közül kérem, jelölje meg azokat, amivel szívesen tölti szabadidejét! \*

☐ Utazás

☐ Kertészkedés

☐ Olvasás

☐ Szórakozóhelyen történő időtöltés

☐ Zenehallgatás

☐ Kulturális, művészeti programok

☐ Vásárlás

☐ Sportolás, természetjárás

☐ Gasztronómia

☐ Társasági élet

☐ Családi időtöltés

☐ Sütés-főzés

Mekkora szerepet játszanak az alábbi célok az Ön szabadidejében? \*

|                       | 1 legkevésbé          | 2                     | 3                     | 4 leginkább           |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Pihenés, lazítás      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Élményszerzés         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kapcsolatépítés       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Szórakozás            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Szellemi fejlődés     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Test<br>karbantartása | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Kivel, milyen társaságban tölti Ön a szabadidejét legjellemzőbben? \*

- ☐ Egyedül
- ☐ Párommal (házastárs, élettárs, stb.)
- ☐ Családommal
- ☐ Baráti társasággal
- ☐ Munkatársakkal
- ☐ Egyéb:

Mennyire jellemző, hogy szabadidejéhez kapcsolódóan az alábbi tevékenységeket végzi? \*

Kérem jelölje meg ötfokú skálán, ahol az 1 azt jelenti, hogy egyáltalán nem jellemző, míg az 5, hogy teljes mértékben jellemző az Ön szabadidejére az adott tevékenység!

|               | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
|---------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| borfogyasztás | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| gasztronómia  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| wellness      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Milyen gyakran fogyaszt bort? \*

Kiválasztás

Milyen célból vesz részt borkóstolókon, pincelátogatáson? \*

- ☐ Pihenés, lazítás
- ☐ Élményszerzés
- ☐ Kapcsolatépítés
- ☐ Szórakozás
- ☐ Szakmai fejlődés
- ☐ Egyéb
- ☐ Egyéb: \_\_\_\_\_

Mely típusú borokat kedveli leginkább? Válasszon ki maximum két lehetőséget!

- ☐ Száraz fehérbor
- ☐ Félszáraz / félédes fehérbor
- ☐ Édes fehérbor
- ☐ Száraz rosébor
- ☐ Félszáraz / félédes / rosébor
- ☐ Édes rosébor
- ☐ Száraz vörösbor
- ☐ Félszáraz / félédes vörösbor
- ☐ Édes vörösbor
- ☐ Késői szüretelésű borok
- ☐ Borkülönlegességek
- ☐ Gyöngyözőborok
- ☐ Pezsgők

Mennyire ismeri a Georgikon Pincészetben megtermelt szőlőfajtákat? \*

|                    | Egyáltalán nem ismerem   | Ismerem                  | Nagyon jól ismerem       |
|--------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Olasz rizling      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Corvinus           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pátria             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Rozália            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cserszegi fűszeres | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Nektár             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Messiás            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cabernet sauvignon | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Merlot             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Kékfrankos         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Mely borokat kóstolta már a Georgikon Pincészetben? \*

- ☐ Olasz rizling száraz
- ☐ Corvinus félszáraz
- ☐ Pátria száraz
- ☐ Rozália száraz
- ☐ Csertszegi fűszeres száraz
- ☐ Nektár száraz
- ☐ Georgikon Muskotály félédés
- ☐ Messiás
- ☐ Georgikon Vörös
- ☐ Pátria Narancsbor
- ☐ Georgikon Rosé
- ☐ Késői csertszegi fűszeres

Mely tételek a kedvencei a Georgikon Pincészettől? Válasszon ki maximum hármat!

- ☐ Olasz rizling száraz
- ☐ Corvinus félszáraz
- ☐ Pátria száraz
- ☐ Rozália száraz
- ☐ Csertszegi fűszeres száraz
- ☐ Nektár száraz
- ☐ Georgikon Muskotály félédés
- ☐ Messiás
- ☐ Georgikon Vörös
- ☐ Pátria Narancsbor
- ☐ Georgikon Rosé
- ☐ Késői csertszegi fűszeres

Mennyire tartja olcsónak vagy drágának a Georgikon Pincészet palackozott borait?

|       | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |       |
|-------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------|
| Drága | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Olcsó |

Mi alapján választ desztinációt, amennyiben borkóstolón szeretne részt venni? \*  
Jelöljön ki maximum két lehetőséget.

- ☐ A pincészet ismertsége
- ☐ A borok minősége
- ☐ A helyszín, az attrakció minősége
- ☐ A borkóstoló hangulata
- ☐ A borkóstoló mellé kínált ételek minősége
- ☐ Program minősége
- ☐ Egyéb: \_\_\_\_\_

Mennyit költene egy főre borkóstoló esetén? Étkezés nélkül.

- ☐ 2000-3999 Ft. között
- ☐ 4000-5999 Ft. között
- ☐ 6000-9900 Ft. között
- ☐ 10000-20000 Ft. között

Milyen egyéb kapcsolódó szolgáltatást venni igénybe borkóstoló mellé?

- ☐ Hidegtál
- ☐ Meleg étel
- ☐ Ültetvénylátogatás
- ☐ Zenei fellépő
- ☐ Egyéb fellépő
- ☐ Beszélgetés a borással
- ☐ Pincelátogatás
- ☐ Étél kóstolás
- ☐ Egyéb: \_\_\_\_\_

Mennyire elégedett a Georgikon Pincészet kínálatával és szolgáltatásaival?

|               |                       |                       |                       |                       |                       |                    |
|---------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
|               | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |                    |
| Nem elégedett | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Teljesen elégedett |

Milyen javaslata lenne a Georgikon Pincészet kínálatával és szolgáltatásaival kapcsolatban?

Saját válasz \_\_\_\_\_

Milyen rendezvényeket keres fel Ön szívesen borfogyasztás céljából? \*

- ☐ Gasztronómiai rendezvények
- ☐ Borfesztiválok
- ☐ Borkóstolók
- ☐ Zenei fesztiválok
- ☐ Bor piknikek
- ☐ Nyitott pincék program
- ☐ Borral kapcsolatos szakmai rendezvények
- ☐ nem szoktam rendezvényeket felkeresni ebből a célból

Szokott-e Ön bort vásárolni? Ha igen, milyen gyakran?

- ☐ Igen, szinte minden nap
- ☐ Igen, hetente néhányszor
- ☐ Igen, hetente egyszer
- ☐ Igen, havonta néhányszor
- ☐ Igen, havonta egyszer
- ☐ Igen, ennél ritkábban
- ☐ Nem szoktam bort vásárolni

Ha szokott bort vásárolni, milyen céllal teszi azt? \*

Többet is megjelölhet az alábbiak közül!

- ☐ Otthoni saját fogyasztásra
- ☐ Otthoni fogyasztásra vendégeknek
- ☐ Ajándékba
- ☐ Vendéglátóhelyi fogyasztásra
- ☐ Nem szoktam bort vásárolni

Ha szokott bort vásárolni, jellemzően hol? Több lehetőséget is megjelölhet!

- ☐ Hipermarket (pl. Tesco, Interspar, Auchan)
- ☐ Szupermarket (pl. Spar)
- ☐ Diszkont (pl. Lidl, Penny)
- ☐ Kisebb élelmiszerbolt
- ☐ Borszaküzlet
- ☐ Bortermelő
- ☐ Webshop
- ☐ Nem szoktam bort vásárolni

Mit tart fontosnak a bor vásárlása/kiválasztása során otthoni fogyasztás esetén?

- ☐ kiserelés (palack, doboz, egyéb)
- ☐ alapíz (édes, félédes, száraz, félszáraz)
- ☐ szín (fehér, rosé, vörös)
- ☐ minőségi kategória (minőségi, tájbor, asztali bor, egyéb)
- ☐ származási ország
- ☐ fajta
- ☐ ár
- ☐ egyiket sem a felsoroltak közül

Mennyit költ Ön egy palack borra?

Ha nem vásárol bort saját részre, akkor írjon be nullát!

Saját válasz \_\_\_\_\_

Mennyit költ Ön egy palack borra?

Ha nem vásárol bort saját részre, akkor írjon be nullát!

Saját válasz

Milyen forrásokból tájékozik Ön általában borokkal kapcsolatban?

- ☐ Internetről
- ☐ Boros blogokról
- ☐ Ismerősöktől, barátoktól, rokonoktól
- ☐ Áruházak katalógusából
- ☐ A vásárlás helyszínén a polcról
- ☐ A vásárlás helyszínén a palackról
- ☐ Gasztronómiai magazinokból
- ☐ Szakemberektől
- ☐ Boros könyvekből
- ☐ Nem informálódok

Milyen típusú borokat látna szívesen a Georgikon Pincészet jelenlegi kínálatában?

Saját válasz

# Hallgatói nyilatkozat

## NYILATKOZAT

### szakdolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: Dr. Szabó Péter  
A Hallgató Neptun kódja: GQ10GG  
A dolgozat címe: A Georgikon Pincészet borturizmusa  
A megjelenés éve: 2023  
A konzulens intézetének neve: Vidékfejlesztés és  
Fenntartható Gazdasági Intézet  
A konzulens tanszékének a neve: Vidék- és Területfejlesztési Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott szakdolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlant állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkor szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelte után nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem könyvtári repozitori rendszerében.

Kelt: Keszthely, 2023. 11. 05.



Hallgató aláírása

# Konzulensi nyilatkozat

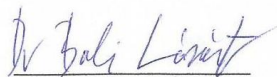
## NYILATKOZAT

Dr. habil Bali Lóránt (hallgató Neptun azonosítója: GQ10GG) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót<sup>1</sup> áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A szakdolgozatot a záróvizsgán történő védelemre **javaslom**.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem

Kelt: Keszthely, 2023. november 5.

  
belső konzulens

<sup>1</sup> A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törlendő.

