

Dolgozat címe: A borfogyasztási szokások alakulása az elmúlt évtizedben

A dolgozatot készítő hallgató neve: Gallai Eszter

Bor- és gasztroturizmus menedzser szakirányú továbbképzés

Levelező tagozat

Vidékfejlesztési és Fenntartható Gazdaság Intézet

Fenntartható Turizmus Tanszék

Belső témavezető: dr. Kovács Gyöngyi, egyetemi adjunktus, Fenntartható Turizmus Tanszék

Szakedolgozatomban a hazai borfogyasztás jelenének elemző bemutatására vállalkoztam, mely során szerettem volna betekintést kapni a borfogyasztás generációs jellemzőibe is.

Szekunder adatelemzésemből kiderült, hogy hasonlóan a nemzetközi trendekhez, a hazai borfogyasztás mértéke is folyamatosan csökken, mindez pedig hosszútávon veszélyes lehet az egyre inkább a minőségi bortermelés irányába elmozduló, és ezzel párhuzamosan mind több bort előállító hazai pincészetek számára. Az egyik lehetséges megoldást értékesítési szempontból a belföldi kereslet élénkítése jelentheti, melyet az is megkönnyít, hogy egyre nagyobb divatja van hazánkban a minőségi borfogyasztásnak. A szakirodalmi megállapítások alapján azonban hangsúlyozni kell azt is, hogy a magyar társadalom egészére nem tekinthető igaznak előbbi megállapítás, mivel a szerényebb anyagi helyzetű és alacsonyabb iskolai végzettségű társadalmi csoportok tagjai legjobb esetben is csak olyan szimpla borfogyasztónak számítanak, akik számára az ár (price) a legfontosabb tényező a fogyasztói döntés meghozásában, továbbá a bort pedig csak annak ellazító, kedélyjavító hatása miatt fogyasztják.

A generációs összevetés során az is világossá vált, hogy a Z generációs fogyasztók körében a külföldi borok egyre népszerűbbek, és ezt a trendet saját kutatási eredményeim is alátámasztották. Nem reprezentatív kérdőíves felmérésem eredményei alapján levontam a következtetést, hogy az elmúlt években javult a magyar fogyasztók szemében a bor megítélése, és ez megfigyelhető az elfogyasztott bor mennyiségének növekedésében is. Változás következett be továbbá a borvásárlást alapvetően meghatározó tényezőkben is, és bár a korábbi években legfontosabbnak számító „ár” még ma is számottevő jelentőséggel bír,

azonban még fontosabb szerepet játszik a bor származási helye és íze. Világosan látható továbbá az a trend is, hogy a borra ma már a legtöbb válaszadó nem csak a sznobok által fogyasztott, vagy csak az ünnepek és emlékezetes események kísérőitalaként tekint, hanem kezd megjelenni a hétköznapi fogyasztás szintjén is. Mindez nem jelenti azonban azt, hogy a magyar bort az FMCG termékszegmens részének lehetne tekinteni, hiszen attól még messze állunk. Hogy ez megvalósulhasson, elsősorban azt a fogyasztói vélekedést lenne szükséges némileg megváltoztatni, hogy a bor, illetve a borfogyasztás alkoholtartalmából adódóan akár még káros is lehet az egészségre.