

BORÁSZATI VÁLLALKOZÁSOK A MÓRI BORVIDÉKEN

KISMARJAI BALÁZS

WINE BUSINESSES IN THE MÓR WINE DISTRICT

Abstract

Continuous change and transformation of the Hungarian wine sector produced serious problems. The overstocked internal market of the European Union, and the more significant presence of the New World's wine producing countries press the Hungarian producers to steps for which only few of them are capable to take. The fragmentation of the sector, financial and funding problems make the development more difficult. Some wine districts – eg. Tokaj or Villány – are in prominent position and progress but unfortunately this is not general. The Mór wine district is one of the smallest in Hungary. Its area continually reduced in 2011 to only 724 hectares. However, observed spatial concentration of economic units, like other wine districts of the country. The Mór wine district includes only six settlements, but most of the wineries settled in the biggest city, Mór. During this survey we asked 28 winemakers and wineries to fill in our questionnaires. After evaluating them, we claim that most wine businesses in the area do not belong to the wine sector's elite. Some young winemakers can take advantage of modern community-based media thanks to good marketing activity and are able to reach susceptible social groups who usually consume wine, but unfortunately the majority of wineries are unable to do that. In addition, there is a lack of cooperation that could help smaller growers in grape processing and storage, as well as promote their appearance at least on the domestic market. The wine region would need to create a new identity, because the current wine tastes different from the traditional types of high-acidity wine.

Keywords: Mór wine district, wine business, wine market, vineyard, estate structure, production structure, questionnaire

Bevezetés

A hazai szőlő- és borágazat folyamatos változása és átalakulása súlyos problémák, megoldandó kérdések elé állítja a szektorban dolgozókat. Az európai uniós belső piac telítettsége, valamint az újvilági bortermelő országok egyre hangsúlyosabb jelenléte olyan lépések megtételére kényszerítik a hazai termelőket, amelyekre csak nagyon kevesen képesek. A szektor elaprózódottsága, pénzügyi és finanszírozási problémák nehezítik a fejlődést és a továbblépést. Néhány kiemelkedő helyzetben levő borvidék – pl. Tokaj, Villány – előrébb jár, azonban – sajnos – nem ez a jellemző.

Hogy a kérdéskör jelenlegi helyzetéről pontosabb képet alkothassak, részletes, kérdőívvel, mélyinterjúkkal alátámasztott felmérést terveztem végezni egy kiválasztott borvidéken. Minthogy korlátozott idő és erőforrás állt rendelkezésemre, egy komplex, kis területű borvidéket kellett kiválasztanom, amelynek megközelítése, valamint az azon belüli közlekedés viszonylag könnyű. Így esett a választásom a Móri borvidékre, ahol 2013. augusztus 26. és 30. között végeztem a terepmunkát. Ebben az ELTE TTK másodéves geográfus szakos hallgatói voltak segítségemre, akik személyesen keresték fel a borászokat és töltötték ki a kérdőíveket. A borvidék hegyközségi tanácsa is a kutatás mellé állt, így szerencsére a borászok elérése és megszólítása sokkal könnyebbé vált.

Előzmények

A jelen felméréshez hasonló komplex kutatás az elmúlt években tudomásom szerint nem készült a Móri borvidéken. Az utóbbi évtizedekben ugyanakkor nemzetközi viszonylatban intenzívebbé váltak a borföldrajzi kutatások ('geography of wine'), ami elsősorban a tradicionális bortermelő országoknak (Spanyolország, Olaszország, Franciaország), illetve a feltörekvő újvilági térségeknek (Ausztrália, Dél-afrikai Köztársaság) köszönhető (CASSI, L. et al. 2011).

A megnövekedett aktivitás megváltoztatta a borvidéki kutatások irányát. Egyetemi tanszékek és kutatóintézetek egyre dinamikusabban vesznek részt az ilyen irányú képzésekben, a különböző szőlészeti, borászati vagy éppen éghajlati kutatásokban. Jelentős a gazdasági folyamatokkal kapcsolatos kutatások száma is, hiszen a bortermelők ki vannak szolgáltatva a piaci igényeknek, folyamatoknak, amelyeket például marketing célú felmérésekkel, fogyasztási kérdőívekkel ismerhetnek meg. A borászati szektor ráadásul két jelentős méretű csoportra, szőlőtermesztőkre és bortermelőkre tagolódik, kapcsolatok, sajnos, meglehetősen visszafogott. Ennek felszámolásában a tudásbázis átadása segíthetne, amiben jelentős szerepe lehetne a borföldrajzi kutatásoknak (KUNC, M. – TIFFIN, S. 2011).

A szóban forgó kutatásoknak Magyarországon még leginkább a több mint egy évszázada létrehozott szőlészeti és borászati kutatóintézetek tevékenysége felel meg, ezek feladata azonban elsősorban a borvidéki szaktanácsadás, nem pedig az adott terület komplex felmérése. Az ágazati versenyképességet, jövedelmezőséget illetően több kutatás is született, azonban ezekből is hiányzik a regionális megközelítés, a borvidéki különbségek megjelöltése (HARSÁNYI G. 2007; NAGY-KOVÁCS E. 2011). A regionális alapú kutatások, sajnos, ritkák; az elmúlt bő évtizedben a Mátrai (az akkori elnevezéssel Mátraaljai) borvidéket modernizációs szemszögből (MAGDA, S. – GERGELY, S. 2004), illetve az Egri borvidéket az értékesítési típusok alapján vizsgálták (GYÖRE D. 2011). A felmérések konklúziója: e térségek kiterjesztési pontjai a technológiai modernizáción alapuló prémium termékek előállítására és értékesítésére. Az ágazat elaprózott birtokméretei, csekély termelt mennyiségei miatt a szerzők az együttműködést erősítik, aminek egyszerre lenne feladata a minőség betartatása, illetve az értékesítés segítése vagy éppen maga az értékesítés. Sajnos, éppen ez nem kap elég támogatást a termelők rossz múltbeli tapasztalatai miatt (GYÖRE D. 2011).

E témakörben a határon túli vizsgálatok eredményeit is célszerű áttekinteni. ALONSO, A. D. és NORTHCOTE, J. (2010) a nyugat-ausztráliai bortermelő terület új, feltörekvő borvidékeit vette vizsgálat alá. Ez a Perth környéki zóna leginkább Margaret River GI (Geographical Indication – az ausztrál borvidéki besorolás alapvető kategóriája) hírnevéből él, hiszen az ország legfontosabb bortermelő területei inkább a D-i és DK-i államokban találhatók. Swan Valley, Blackwood Valley, Manjimup és Denmark azok a régiók és alrégiók, amelyekre a tanulmány koncentrált; a szerzők az itt működő kisméretű pincészetek (a 100 t/év-nél kevesebb szőlőt szüretelő) üzleti elképzeléseit vizsgálták kérdőívek és interjúk segítségével. Konklúzióként azt állapították meg, hogy a jövőt tekintve a megkérdezettek nagyjából fele rendelkezett konkrét vízióval, 40%-uk korlátozott elképzelésekkel bírt, míg 10%-uk egyáltalán nem foglalkozott a kérdéssel.

Ugyancsak nyugat-ausztráliai borászati vizsgálat és hasonlított össze a Kanári-szigetek pincészetivel ugyanez a két szerző (ALONSO, A. D. – NORTHCOTE, J. 2008), szintén a 100 t/év szüretelt mennyiségnél kisebb terméssel bíró gazdaságokra összpontosítva. Tanulmányuk fő kérdésköre a pincészetek és a helyi („falusi”) turizmus kapcsolata volt, kiegészítve az egyéb, általában jótékonyági megjelenésekkel. A felmérés végkövetkezteté-

se szerint mindkét helyszín borászatai tevékenyen részt vesznek a helyi közösség életében, gyakran mint a legnagyobb foglalkoztatók.

Különböző vállalatirányítási és tulajdonlasi módszereket, típusokat vizsgált tanulmányában DILGER, A. (2009): a borászok által vezetett pincészetek tevékenységét vetette össze a szövetkezeti működéssel, a magasabb árú, minőségi bor készítését az alacsonyabb árkategóriájú, inkább mennyiségi szemléletű termeléssel. Arra az eredményre jutott, hogy a menedzserek által irányított pincészetek értékesítették legmagasabb áron boraikat, majd a tulajdonos-borász által vezetettek következtek, míg a szövetkezeti eladások történtek a legalacsonyabb áron.

A Móri borvidék

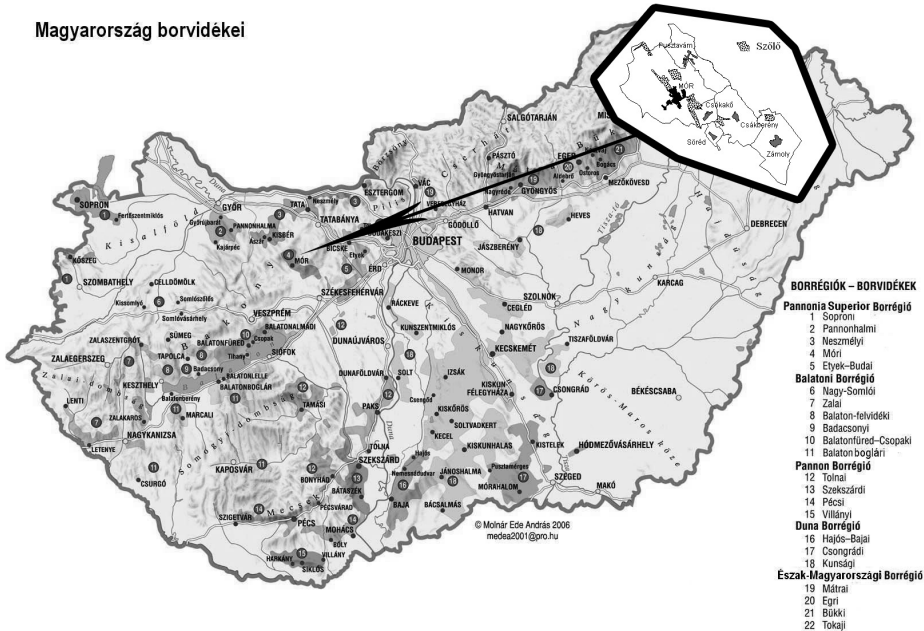
Az Európai Unió (EU) eredetvédelemre irányuló intézkedései miatt napjainkra átalakult a borvidékek jogi státusza. Az EU ilyen rendelete alapján hazánk is megváltoztatta a borvidékek besorolását. Eszerint 2009-től a borvidékeken meghatározott termőhelyről, legfeljebb 100 hl/ha hozamú ültetvényről szüretelt, legalább 9 térfogatszázalék alkoholtartalmú és 3,50 g/l minimum (borkő)savtartalmú bor kaphatja meg az „oltalom alatt álló eredetmegjelölésű” (OEM) megnevezést. Ennek megfelelően a jelen kutatás helyszínének hivatalos megnevezése Mór OEM, magam azonban a továbbiakban is a „borvidék” megnevezést használom.

A Móri borvidék hazánk legkisebb területű borvidékei közé tartozik, 2011-ben a Hegyközségek Nemzeti Tanácsának adatai szerint mintegy 724 hektárnyi szőlőültetvénnyel rendelkezett. Ez a kétezres évek elejéhez képest 80 ha csökkenést jelent, azaz a borvidék szőlőtermő kapacitása 10%-kal esett. Ehhez hasonlóan a borvidéken regisztrált gazdaságok száma is jelentősen változott. Az országos folyamatoknak megfelelően itt is területi koncentráció figyelhető meg; a 2000. évi 2445 üzemből 2011-re csupán 962 maradt, ami csaknem 60%-os csökkenés. Ennek eredményeképpen az egy gazdaságra jutó átlagos szőlőtermő terület a 2000-re kiszámítható 0,3272 ha-ról 0,7526 ha-ra növekedett. Ez természetesen az összes szőlőbirtokot jelenti, nem csak a bortermeléssel foglalkozók területét. Ez utóbbi csoport birtokának átlagmérete jelen felmérés adatai szerint 7,34 ha.

A borvidék része a Pannonia Superior névre hallgató borrégióknak, amely a Soproni borvidéktől egészen az Etyek–Budai borvidékig húzódik (1. ábra). Ellentétben például az alföldi borvidékeket összefogó Duna Borrégióval, a Pannonia Superior borrégió pusztán névleg létezik, a rendkívül különböző adottságú és jellegzetességű borvidékek között semmiféle szorosabb együttműködés sincs. (Hasonlóképpen a borvidék–OEM kérdéskörhöz, borrégióink hivatalos elnevezése is megváltozott. Az EU No 1234/2007-es rendelete alapján a 2004-ben létrehozott borvidéki régiók helyett ma az „oltalom alatt álló földrajzi jelzéssel” megjelölt körzet (OFJ) elnevezést használjuk.)

A Móri borvidék területe egy várost és öt községet fed le, amelyek a Vértes lábainál, a Móri-árokban, illetve a Zámolyi-medencében helyezkednek el. A környék legnagyobb települése a névadó város és járási székhely Mór (lakosainak száma a Központi Statisztikai Hivatal „Magyarország helységnévtára, 2013” című kiadvány szerint 14 357 fő). Az egykori bányásztelepülés, Pusztavám (2449 lakos) szőlőterületeinek döntő része már a múlté, a településen nincs is telephellyel rendelkező adóraktár, pusztán saját célra termelő hegyközségi tagok vannak. Ugyanez vonatkozik Sörédre is (506 lakos), ahol azonban az agilis és tette kész polgármester vezetésével folyamatosan újul meg a szőlőhegy. Különlegesség a Zámolytól (2197 lakos) igen nagy távolságban levő termőhely, a Gránási-hegy. Csókakő és Csákberény (1338, illetve 1171 lakos) szőlői a Vértes lábainál elterülő alacsony dombosoron helyezkednek el.

Magyarország borvidékei



1. ábra A mintaterület elhelyezkedése (A Hegyközségek Nemzeti Tanácsának térképe alapján, saját szerkesztés)
Figure 1 Location of the study site (after the map of the National Council of Association of Wine Producers)

A felmérés módszertana

A borvidék pincészeteinek felméréséhez elsősorban megkérdezéses vizsgálatot végeztünk. Alap-mintaként a Móri borvidék bortermeléssel bejelentetten foglalkozó összes pincészetét tekintettük. A helyszíni munka előtt felvettük a kapcsolatot a Móri borvidék hegyközségi elöljáróival, akik rendelkezésünkre bocsátották a regisztrált borászok listáját, akiket 2013 júniusában előbb elektronikus, illetve hagyományos levélben értesítettük szándékunkról, a közelgő felmérésről, majd a következő hónapban telefonon is megkerestük őket. Az 56 borász, illetve pincészet közül – nem megfelelő elérhetőség vagy családi tragédia miatt – tucatnyian azonnal kiestek, majd a telefonos egyeztetés során újabb borászok kutatásba való bevonásáról kellett lemondanunk. A nyári időpont miatt ugyanis többen szabadságukat töltötték, emiatt természetesen nem tudtak a kérdőíves felvételezés időpontjában jelen lenni. (Sajnálatos módon többen – leggyakrabban idős korukra való hivatkozással – nem is voltak hajlandóak részt venni a felmérésben, de többen jelezték azt is, hogy már felhagytak a borászati tevékenységgel. Egy esetben politikai indokkal hátrították el a megkeresést.)

Végül összesen 28, borászattal foglalkozó magánszemély vagy cég állt készségesen a rendelkezésünkre. Közülük ketten-ketten zámolyiak és csókaköziek, hárman pedig csakbereknyiek voltak, míg a többi megkérdezett Mórón él vagy ott viszi vállalkozását. Velük újabb – telefonon történő – egyeztetés zajlott a felmérés időpontját illetően. A fentiek alapján a felmérést „egyszerű véletlen mintavételnek” tekinthetjük (TOTTH G. 2005).

A fentebb már említett időpontban (2013. augusztus 26–30.) a hallgatók – általában párosával – felkeresték a borászokat és ott megkérdezés során kitöltötték a papír alapú,

ún. PPI – „paper and pencil interview” – kérdőíveket. Ennek során kihasználtuk a módszer előnyeit (TOTTH G. 2005), hiszen a kérdésekre adható válaszok általában nyíltak vagy félig nyíltak voltak, azaz a válaszadók saját szavaikkal tudtak válaszolni, illetve gondolatokkal kiegészíteni a felkínált válaszlehetőségeket. Kisebb mértékben alkalmaztunk zárt kérdéseket, ezek jellemzően egy-egy konkrét statisztikai adatra vonatkoztak (pl. „Hány alkalmazottal dolgozik?”). Az előzetesen felkészített hallgatók meg tudták indokolni, magyarázni a kérdéseket és lehetőség volt a válaszadás előtt kitérni, ha a megkérdezett úgy döntött, hogy nem kíván válaszolni. Szerencsére erre alig egy-két alkalommal került sor. A kérdőívek névtelenek voltak, a válaszadóknak sem a nevét, sem bármilyen más azonosítóját nem tüntettük fel, egyedül a település nevét rögzítettük, s kódoltuk a borászatokot (pl. a móri válaszadók „mórl”, „mór?” stb. kódot kaptak).

A kérdőív tartalmazta a vállalkozás típusára és korára, alkalmazottainak számára vonatkozó kérdéseket; érdeklődött a borászat tárolókapacitása, annak típusai, a turizmusban való szerepvállalása, valamint pályázati aktivitása felől.

Kiegészítő kvantitatív vizsgálatként mélyinterjúkat alkalmaztunk. Ezek kétszemélyes beszélgetések voltak, amelyekről a partnerek beleegyezésével hangfelvétel készült. Ennek alanyai a borvidék prominens szereplői, köztük a helyi Hegyközségi Tanács elöljárói, véleményformáló borászai voltak, illetve azon borvidéki települések polgármesterei, akik pozitívan álltak hozzá a kezdeményezéshez.

A kérdőívek kiértékelése

A válaszokból kiderült, hogy a borvidék pincészeteinek döntő része egyéni vagy családi vállalkozásként működik, jóval kevesebb korlátolt felelősségű társaság, betéti társaság létezik, illetve egy borászat közkereseti társaságként van bejegyezve (1. táblázat). A különböző gazdálkodási típusokhoz tartozó birtokméreteket megvizsgálva látható, hogy átlagosan a legnagyobb területen (18,05 ha) a korlátolt felelősségű társaságként működő vállalkozások, majd a betéti társaságok (8,83 ha) gazdálkodnak. A legtöbb borász egyéni vállalkozóként dolgozik, ahol az átlagos birtokméret csupán 3,38 ha, ami azonban széles skálán, 0,2 és 30 ha között mozog. Települési bontásban nincs nagy különbség az átlagos birtokméretek között, de a legnagyobb gazdaságok jellemzően Mórton tevékenykednek.

1. táblázat – Table 1

A Móri borvidék borászati vállalkozásainak alapadatai
Basic data of the Mór wine district's wineries

Vállalkozás típusa	Vállalkozás száma	Átlagos birtokméret, ha
Egyéni/családi	16	3,38
Őstermelő	3	5,00
Kft	5	18,05
Bt	3	8,83
Rt	–	–
Kkt	1	5,00

Forrás: Saját adatgyűjtés

A borászati vállalkozások jóval több mint fele 15 évnél idősebb múltra tekint vissza (2. táblázat), friss alapítású vállalkozás mindösszesen egy található a borvidéken. Ez megfelel annak a ténynek, hogy a borászati vállalkozások a legstabilabb mezőgazdasági üzemtípusok közé tartoznak (VALKÓ G.–KINCSES Á. 2014). Ugyanakkor a fiatal, induló vállalkozások hiánya az országos gazdasági helyzet helyi leképeződése.

2. táblázat – Table 2
A Móri borvidék borászati vállalkozásainak kora
Age of the Mór wine district's wineries

A vállalkozás kora	Vállalkozások száma
1 éves	1
2–3 éves	–
4–5 éves	–
6–10 éves	3
11–15 éves	6
15 éves vagy idősebb	17

Forrás: Saját adatgyűjtés

Az egyéni/családi vállalkozások kis méretének megfelelően, a borászatok elenyésző részben foglalkoztatnak állandó alkalmazottat: a 28 megkérdezett pincészet közül csupán öten nyilatkoztak így, közülük három válaszadó 1–3, kettő pedig 4–5 személyt foglalkoztat. Feladatukörük borász, traktoros, illetve a kereskedelmi forgalom ellátása. Jóval többen, de a válaszadók kevesebb, mint 50%-a (13 válaszadó) alkalmaz időszakosan munkásokat. Ez jellemzően a zöldmunka elvégzése (metszés), illetve a szüret időszakára. Számuk természetesen a pincészet méretétől függ, 2–3, illetve 15–20 fő között mozog. E tekintetben kiemelkedő az egyik, 20 ha-on gazdálkodó betéti társaság, amelyben a terméstől függően akár 60 főt is foglalkoztatnak. Egy TEÁOR-kód alapján végzett, az egész országra kiterjedő kutatás, amely a vállalkozásokat nevük és tevékenységi körük alapján csoportosította, szintén hasonló arányokat mutat (HARSÁNYI G. 2007), csakúgy, mint a nyugat- ausztráliai borvidékeken végzett felmérés is (ALONSO, A. D.–NORTHCOTE, J. 2008): ott a válaszadók 40,5%-a foglalkoztatott – főleg időszakosan – helyieket.

Csaknem minden mélyinterjúban elhangzott, hogy már a közeljövőben is jelentős problémát fog okozni a megfelelő tudású munkások alkalmazása, hiszen a megbízhatóan dolgozó szüretelők igen idősek, a fiatalabbak pedig nem „vevők” erre a precizitást és állóképességet követelő feladatra.

A kisméretű, családi pincészetek többségének – az idősödő korszerkezetnek tulajdoníthatóan – nincs világosan megfogalmazott jövőképe. Az ez iránt érdeklődő kérdésre általában csak a megszkott válaszok érkeztek, amelyek közül a leggyakoribb a „nem a mennyiség, hanem a minőség számít” volt. Érdekes módon megjelent ennek az ellenkezője is, a „minél többet eladni, minél hamarabb” vélemény formájában, egy viszonylag kis területen gazdálkodó kft képviselőjétől. Sok esetben az üzleti érzék szinte teljes hiányát is fel lehetett fedezni, mintha a termelőt nem is érdekelné az esetleges bevétel: „interneten megtalálható a pincészet, és ha helybe jön valaki, akkor eladunk”, valamint „mi nem megyünk senki után”. Többeknél előkerült a külföldre való kijutás, mint cél („külföldre nyitás”, „külföldön szeretnék megjelenni”, „3–5 eurós palackár elérése odakint”), ami azonban gyökeresen szemben áll azzal a véleménnyel, amit egy másik kér-

dőív kitöltésekor jeleztek a saját pincészetük külkereskedelmi lehetőségeiről: a „Milyen-nek értékeli saját pincészetének külkereskedelmi lehetőségeit?” kérdésre – 1-től 10-ig terjedő skálát alkalmazva, ahol 1 = nagyon rossz, 10 = nagyon jó érték – az átlagos válasz értéke 2 volt.

Azok a vállalkozók, akik konkrétan fogalmazták meg céljaikat, a kézműves borok készítését hangsúlyozták erősebben („*kézműves borászat vagyunk, csak válogatott szőlőből készítünk bort*”, „*minőségi bor előállítás, enyhén terhelve a szőlőt*”), illetve a fiatalabb korosztályt is megszólították: „*jó bor fiataloknak*”, „*szenvedélyes hétköznapok*”. Többen a helyi, autochtonnak tekinthető fajták erősebb jelenlétében látják a fejlődés lehetőségét: „*magyar fajták, testes bor*”, „*régmúlt idők magyar borai, mai technológiával*”, „*Móron Ezerjónak kell lennie az asztalon*”. Sajnálatos módon a vendéglátás csupán minimálisan jelent meg a célok között: ezt mindössze egy válaszadó emelte ki („*falusi turizmusra alapozni*”).

A fentebb említett külföldi felmérések azt mutatják, hogy más kontinensen is hasonló arányok jellemzőek. Nyugat-Ausztráliában is sokan nevezték meg fő célként a minőségi bor termelését. Ugyanakkor sokkal hangsúlyosabb a vendéglátás és a turizmus szerepe, a borászatok többségének bevételeit ez adja (ALONSO, A. D.–NORTHCOTE, J. 2010).

Mivel a mi kérdőívünk nem kérdezett rá a borász egyéb foglalkozására, jövedelmére, csupán a kérdésekre adott válaszokból következtethetünk a pincészetek tulajdonosainak az ágazattal való kapcsolatára. Ilyen szempont például a borászat kapacitásának növelése, ami az alapvetően kis területű gazdaságok fejlődésének záloga. A felmérés másik kérdőívén érdeklődtünk az esetleges új telepítésekről. Az összes megkérdezett közül 11-en terveznek új szőlőt telepíteni, összesen 24,7 ha-on. Ugyanakkor ebből 17,5 ha-t három, már amúgy is kiemelkedő méretű gazdaság visz el. Ezek alapján leszűrhetjük, hogy javarészt a „hétvégi borászatok” jellemzőek, valamint a nyugdíj melletti hobbi borkészítés terjedt el, csupán néhány pincészet él tisztán a bortermelésből származó jövedelemből. Ennek fényében nem tekinthetjük meglepőnek a fenti kijelentéseket, és nem csodálkozhatunk a konkrét célok hiányán. Az Ausztráliában, illetve a Kanári-szigeteken végzett hasonló jellegű felmérések eredményei némiképp eltérnek saját tapasztalatainktól. Ott is megjelentek a nyugdíjas borászatok, ellenben sokkal nagyobb arányú az elsődlegesen borászatból élő vállalkozások száma, ezek további fejlesztéseket kívánnak végrehajtani (ALONSO, A. D.–NORTHCOTE, J. 2008).

A borászatok bevételeihez juthatnak a fölösleges szőlőmennyiség eladásából, illetve feldolgozásából. Az előbbit a Móri borvidéken kevesen használják ki, ami természetesen következik a gazdaságok rendkívül kis méretéből. A 28 válaszadó közül nyolcan adnak el szőlőt felvásárlónak, 20 és 150 mázsa közötti mennyiségben. E borászatok eltérő méretűek, van köztük fél, de több tíz hektáron gazdálkodó is. Az egyértelműen látszik, hogy a nagyobb mennyiséget eladók állandó vevőkörrel rendelkeznek – például többen vannak kapcsolatban a Törley Pezsgőpincészet Kft-vel. Van azonban olyan termelő is, aki kifejezetten hangsúlyozta, hogy ő csak hobbiborászoknak ad el szőlőt, baráti kapcsolat alapján. Szőlőt még kevesebben vásárolnak fel, mindössze hatan jelezték ez irányú tevékenységüket. Köztük a nagyobb mennyiséget termelők vannak többségben, akik – termésmennyiségtől függően – 20–50 mázsa szőlőt vásárolnak évente. Az egyik 20 hektáron gazdálkodó betéti társaság kiemelkedő mennyiséget, általában 1000 mázsát is vesz egy évben.

Ami a feldolgozott szőlőből készült bor értékesítését illeti, a 3. táblázat adataiból látható, hogy jóval többen értékesítenek folyóbort, mint palackozottat. A válaszadók között 5 olyan pincészetet találunk, akik sem folyó-, sem palackozott bort nem adnak el. Ők mindannyian nagyon kis területen gazdálkodó egyéni vállalkozók vagy őstermelők; valamint ebbe a csoportba tartozik a borvidék egyetlen kkt-ja.

A Móri borvidék borászatainak borértékesítése
Wine sales of the Mór wine district's wineries

Értékesítési hely	Mennyiség	
	Folyóbor 1–150 hl	Palackozott bor 500–50 000 palack
Pince	19 borászat	11 borászat
Vendéglátóhely	5 borászat	6 borászat
Szupermarket/hipermarket	–	2 borászat
Kisbolt	–	3 borászat

A folyóbort értékesítők közül egy termelő nem ad el saját pincéjében, ő ugyanis pezsgőgyárral áll szerződésben – érdekes viszont, hogy palackozott borát már maga is piacra dobja. Van olyan pincészet, amely nem értékesít hordós bort, ellenben palackosat igen: egy Mórton gazdálkodó kft 40–50 ezer palack bort ad el évente.

Mind folyó-, mind pedig palackos borból a saját pincében való értékesítés a vezető tétel, a válaszok alapján a megtermelt bor átlagosan 90%-át itt sikerül eladni. Még a legnagyobb termelők is legalább 60%-ban helyben értékesítenek. Sokkal kevesebben tudnak vendéglátóhelyen keresztül a fogyasztókhoz eljutni. A 3. táblázatban szereplő 5 folyóbort értékesítő, illetve 6 palackozott bort eladó borászat nem azonos. A folyóbort a borvidék jellemzően alsóbb kategóriás vendéglátóhelyein értékesítik („*két kocsmában*” – ahogy az egyik válaszadó fogalmazott), míg a palackozott borok éttermekbe kerülnek. Ezek között fővárosi borbárt is találunk. Sok interjúban – tisztségviselők, polgármesterek – elhangzott, hogy a palackozott borok helyi eladása nem elegendő, ezen mindenféleképpen változtatni kell: „*Egy csókakői étteremben miért tokajit isznak a vendégek?*” – tette fel a kérdést a helyi polgármester.

A kisboltok és szupermarketek körében jelen levő, ott értékesítő borászatok között egy átfedés van: az egész borvidék egyik legnagyobb termelője palackozott borainak 40%-át ebben a két kategóriában értékesíti. Természetesen a többi itt árusító pincészet is a nagyobbak közé tartozik.

A pincéknél értékesített borok esetében érdeklődtünk a borkóstolók szervezése iránt is. Ez mindenképpen fontos és érdeklődésre számot tartó esemény, hiszen a csekély vendéglátós és kiskereskedelmi jelenlét miatt ez a vállalkozások egyetlen lehetősége, hogy saját boraikat a nagyközönséggel megismertessék, illetve értékesíthessék. A válaszok alapján kiderült, hogy a megkérdezettek döntő többsége kóstoltat, a 28 pincészetből mindössze nyolcan nem kínálják ilyen formában boraikat. Meg kell említeni, hogy csekély eltéréssel ugyanezen termelők nem értékesítik boraikat sem folyó, sem pedig palackos kiszerelésben.

A többség tehát kóstoltat csoportoknak, szinte mindenki szervezett keretek között. Néhányan jelezték csupán, hogy ők a barátaiknak, ismerőseiknek mutatják be boraikat. Azok a pincészetek, amelyek nyilvános elérhetőséggel rendelkeznek, mind szerveznek csoportos borbemutatókat (ebbe a körbe 13 borász tartozik). A csoportok száma, gyakorisága (a heti háromtól az évi 5–6 csoportig) nagyon vegyes képet mutat (4. táblázat). Az azonban szembeszökő, hogy az összes borász a látogatások csökkenő intenzitásáról számol be, immár évek óta tartó folyamat részeként. Számszerűen a leggyakoribb válasz a „*havi 12*” volt, de ha értelmezési szempontból a „*ritkán*”, illetve az „*alkalmilag, bejelentkezésre*” kifejezéseket egynek tekintjük, akkor ez a kategória a legelterjedtebb. A csökkenő gyakoriságra azonban szinte minden válaszadó utalt. Többen felhívták a figyelmet a látogatások szezonálisára, kiemelve az ebből a szempontból legproduktívabb tavaszi és őszi időszakot.

Összehasonlítva a gazdaságok méreteit és a megtermelt borok mennyiségét a kóstolásra érkező csoportok gyakoriságával, egyértelművé válik az az előzetes feltételezés, hogy a nagyobb pincészetekhez gyakrabban érkeznek borkóstoló csoportok. A négy ha-nál nagyobb területen gazdálkodó borászatok általában heti 1–2 és havi 1–2 csoportot fogadnak, míg a kisebbeket havi 1–2, illetve évi 3 csoport látogatja meg. Főképp közülük kerültek ki azok is, akik a „ritkán”, az „alkalmilag” és a „bejelentkezésre” válaszokat adták. A fentiek alapján természetesen a méretgazdaságosság kérdését sem kerülhetjük meg. A nagyobb borászatok ismertségük, illetve az előállított bor mennyisége miatt jóval több fogyasztót, látogatót el tudnak látni, ami a borvidék jelenlegi, csökkenő látogatottságát figyelembe véve a többiek számára jelent problémát. Ha ezt a ténytet a fentebb is említett telepítési hajlandósággal is összevetjük, nyilvánvaló, hogy az olló várhatóan tovább fog nyílni.

4. táblázat – Table 4

A borkóstolások gyakorisága és a borkóstolók száma
Frequency and number of participants of wine tastings

Vállalkozás szőlőterülete, ha	Fogadott csoport létszáma	Csoportfogadás gyakorisága
1,5	–	az utóbbi időben nem jellemző
30	5–30	havi 1
0,5–1	5–6	félévente 1
0,5–1	5–44	havi 1
20	25	havi 1
28	20	heti 3
0,5–1	10	változó
4,2	10–12	heti 2
0,5	10–15	évente 3
1,5	max. 20	változó
14	7–80	évi 5–6
1,5	10	alkalmilag, bejelentkezésre
0,1–0,3	2–20	kéthetente 1
3,4	5–40	havi 1–2
0,5	150–200	alkalmilag, bejelentkezésre
2,5	3–4	alkalmilag, bejelentkezésre
5,0	15–20	heti 1–2
3,75	max. 25	ritkán
35	szélsőségesen változó	havi 4–5
4,0	5–45	változó, havi 3–4

Forrás: Saját adatgyűjtés

A látogatásban résztvevő csoportok létszáma rendkívül változatos. Átlagosan a 10–20 fősek, de előfordulnak több mint százas létszámú kóstoló csoportok is. Ez kissé meglepő, hiszen egy igen kis területen gazdálkodó pincészet képviselője állította. A beszélgetések során kiderült az is, hogy a borászok általában maximum tucatnyi látogatót szeretnek fogad-

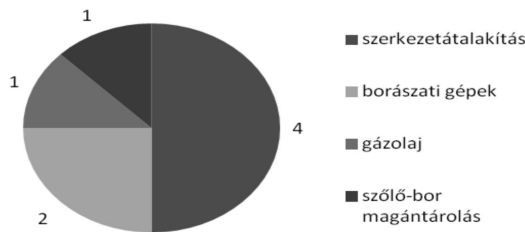
ni, velük tudnak megfelelő színvonalon foglalkozni. A jelenleg nem kóstoltató pincészetek közül mindössze egy jelezte, hogy a közeljövőben el fogja kezdeni ezt a fajta tevékenységet.

A borkóstoltatással összefüggésben érdeklődtünk a helyben található szálláslehetőségek iránt is. A válaszokból meglehetősen kedvezőtlen kép rajzolódik ki, a megkérdezettek közül csupán négyen rendelkeznek saját kiadható szobával. Ezek kihasználtsága elég alacsony, emiatt többek véleménye az volt, hogy nem is érdemes ilyet kialakítani. Ugyanakkor a mélyinterjúk alanyai kitértek arra, hogy a megfelelő minőségű és mennyiségű szálláslehetőségek hiánya az egész borvidékre negatív hatással van. Véleményük szerint a jelenleg hiányzó, komplex turisztikai ajánlatok (szállás és borkóstolás mellett egyéb programok, pl. lovas turizmus) előbbre vinnék a borvidéket.

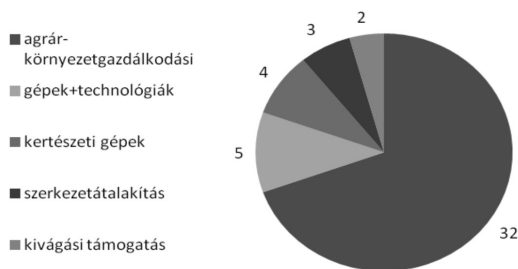
A vállalkozásokra vonatkozó kérdőív utolsó kérdésköre a pályázati lehetőségekről szólt. A megkérdezettek kevesebb, mint fele (12 fő) pályázott különböző európai uniós, illetve hazai forrásokra. Ez a csekély létszám azért is meglepő, mert közülük csaknem mindenki el is nyerte a kért összeget, azaz a többiek számára is lett volna lehetőség pénzügyi támogatáshoz jutni. A többi borász körében a pályázási hajlandóság alacsony, összesen egy válaszadó tervez beadni valamiféle pályázatot.

A tizenkét pincészet közül heten fordultak az európai uniós alapokhoz, és hatan el is nyerték a támogatást. Legtöbben (négyen), szerkezetátalakításra pályáztak, szőlőfajták váltása, illetve áttelepítése céljából. Két borász pályázott borászati gépek, technológiai berendezések beszerzésének támogatására, valamint egy-egy pincészet a szőlő- és gyümölcsös ültetvényekben felhasznált gázolajhoz nyújtott támogatásért és a szőlő-bor magántárolásának támogatásáért (2. ábra). Fontos kiemelni, hogy a hazai szőlő-bor ágazat

Válaszadók által elnyert pályázatok



MVH adasor alapján



2. ábra Elnyert Európai Unió pályázatok típusuk szerint (Saját adatgyűjtés, valamint a Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal [MVH] adatai alapján)
 Figure 2 Received EU applications according to type

visszaszorulásának egyik fő okaként tekintett kivágási támogatásra a borvidéken egyetlen borászat sem pályázott a megkérdozettek közül.

Valójában ennél jóval árnyaltabb a helyzet, többen pályáztak uniós forrásokért. A Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal (MVH) adatai alapján 2008 és 2013 között összesen 266 pályázatot adtak be a borvidék területéről. Ha a területalapú támogatásokat kivesszük a többi közül (ez a forma az összes pályázat 82%-a), akkor a legtöbben agrár-környezetgazdálkodási pályázatot adtak be (32). Gépek, technológiai berendezések beszerzésére öten, kertészeti gépek vásárlására négyen pályáztak.

A kérdőívre adott válaszokkal szemben, az MVH adatbázisa alapján ez idő alatt csupán három borász kért szerkezetátalakítási támogatást, míg ugyanaz a pályázó kétszer is folyamodott kivágási támogatásért (2011-ben és 2013-ban).

A megkérdozettek körében a hazai forrású pályázatoknál még alacsonyabb a részvételi arány, hat pincészet nyújtott be ilyen az elmúlt években. Közülük mindenki sikerrel járt, így volt, aki épületfelújításra, volt, aki pincéjének látványborászáttá alakítására kért és kapott támogatást, de nyertek Széchenyi-terven, illetve hazai termelési pályázaton is.

Összefoglalás

A Móri borvidéken folytatott kérdőíves felmérés tanulságai között feltétlenül ki kell emelni a területnek az országos – nemzetközi szintről beszélni sem lehet – piactól való elzártságát. A borászatok méretüknél fogva képtelenek kapcsolatba kerülni a nagyobb borforgalmazó kereskedelmi cégekkel, emiatt nem tudják termékeiket értékesíteni. Szinte egyetlen lehetőségük a helyben, a pincénél történő eladás, ami viszont a látogatók viszonylag alacsony, és egyre csökkenő száma miatt ütközik nehézségekbe.

A vázolt, illetve más, e tanulmányban nem tárgyalt problémára adhatna megoldást a borvidék szereplőinek esetleges integrációs törekvése. Az interjúk készítése során az ágazat szereplői, de főleg a települések polgármesterei említették keserűen a közös akciók hiányát. Ez elsősorban a marketinget, értékesítést jelentené, de többen hiányolták a közös szőlőfeldolgozást, ami segítséget nyújthatna a csak szőlőtermeléssel foglalkozó, illetve bort csak kis mennyiségben előállítók számára. Egy ilyen borvidéki klaszter felépítése minden bizonnyal elősegítené a terület fejlődését.

Problémát jelent a pincészetek kis mérete, elaprózódottsága. Az elmúlt években ugyan megindult egy birtokkoncentrációs folyamat, az átlagos méretek azonban még így is az országos átlag alatt vannak. A kis méretek és termelt mennyiségek pedig még nehezebbé teszik a piaci rés megtalálását. A vállalkozások nagy része inkább csak önálló, hétvégi borászatként működik, tulajdonosaik fő jövedelmüket minden valószínűség szerint más forrásból szerzik. Az időszódó korösszetétel szintén hátrány, noha ki kell emelni egy formálódó, markáns, fiatal borász-réteg létrejöttét, akik véleményformálóként a borvidék élére álltak. Ők a napjainkra jellemző közösségi médiafelületeket kihasználva képesek megszólítani a fiatalabb borfogyasztó generációt, akik hajlandóak nagyobb távolságra is elutazni egy-egy kóstoló kedvéért. Ugyanakkor a látványos pr-akciók nem feltétlenül érnek el tartós sikert, éppen a szélesebb körű borértékesítés teljes hiánya miatt.

Le kell szögezni tehát, hogy a szélesebb közvéleményt a borvidék nem nagyon tudja megszólítani. A terület identitása épp átalakulóban van, mondhatni kétségbeesve keresi önmagát. Mór és térsége számára a kitörést vagy inkább fellendülést, a komplex turisztikai fejlesztések jelentenék, amelyek viszont nagyobb helyi összefogást igényelnének. A fővároshoz való közelség lehetőséget adna erre, azonban a borvidék ezen a téren jelentős lemaradással küzd a szomszédos Etyek–Budai borvidékkel szemben. A minden év első

októberi hétvégéjén tartott Móri Bornapokhoz hasonló rendezvények lendületet adhatnának Mórnak és környékének, mint például az idén tavasszal először megrendezésre került „Ezerjő Félmaraton”, amely összeköti a sportolást a kulturált borfogyasztás terjesztésével. Ugyanakkor a jelenlegi borízlés trendje nem a borvidék által középpontba állított Móri Ezerjő ízvilágának felel meg. Nem véletlenül próbálkoznak a borászatok az ettől eltérő stílusú borokkal feltűnni a piacon; sajnálatos módon azonban ezek jelenleg nem képesek a borvidéket régi fényében láttatni.

KISMARJAI BALÁZS

ELTE TTK Földtudományi Doktori Iskola, Budapest

kismarjaibalazs@tgf.elte.hu

IRODALOM

- 607/2009/EK bizottsági rendelet I. Melléklet, Mór OEM borok termékleírása.
2009. évi XXXIX. törvény, a szőlőtermesztésről és a borgazdálkodásról szóló 2004. évi XVIII. törvény és a hegyközségekről szóló 1994. évi CII. törvény módosításáról.
- ALONSO, A. D.–NORTHCOTE, J. 2008: Small Winegrowers' Views on their Relationship with Local Communities. – *Journal of Wine Research*, 19. 3. pp. 143–158.
- ALONSO, A. D.–NORTHCOTE, J. 2010: Small Winery Operators and Business Vision: A Western Australian Case. – *Journal of Wine Research*, 21. 1. pp. 19–31.
- BOTOS, E. P.–MOULTON, K. S. 2007: Wine production and distribution sectors in Central-Eastern Europe, as the result of privatization, the Hungarian case. – *OIV Congress, Budapest. 2007. 06. 11–18.*
- CASSI, L.–MORRISON, A.–RABELLOTTI, R. 2011: The changing geography of science in wine: evidence from emerging countries. – In: GIULIANI, E.–MORRISON, A.–RABELLOTTI, R. (ed.): *Innovation and Technological Catch-Up. The Changing Geography of Wine Production.* Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, UK. pp. 43–69.
- DILGER, A. 2009: In Vino Veritas: The Effects of Different Management Configurations in German Viniculture. – *Journal of Wine Research*, 20. 3. pp. 199–208.
- FREY SZ.–SZÁRAZ L. (szerk.) 2010: *Az ezerjő hazája.* – *Medius Iroda.*
- GYÖRE D. 2011: Közvetlen értékesítés az egri borászatokban. – *Gazdálkodás*, 55. 7. pp. 642–647.
- HARSÁNYI G. 2007: *A hazai borágazat versenyképessége a nemzetközi piacokon, különös tekintettel az Európai Unióra.* PhD- értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest.
- KOPCSAY L. 2008: A borutak szerepe a magyarországi borturizmusban. – *Borászati Füzetek*, 2008/1. pp. 32–35.
- KUNC, M.–TIFFIN, S. 2011: University involvement in wine region development: a comparative case study between Universidad de Talca (Chile) and Universidad de Cuyo (Argentina). – In: GIULIANI, E.–MORRISON, A.–RABELLOTTI, R. (ed.): *Innovation and Technological Catch-Up. The Changing Geography of Wine Production.* – Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, UK. pp. 95–117.
- LEHOTA, J. 2007: Market orientation and competitiveness in the Hungarian wine sector. – *OIV Congress, Budapest. 2007. 06. 11–18.*
- MAGDA, S.–GERGELY, S. 2004: Scientific approach to the strategy of the vine & wine sector with special regard to the Mátraalja Wine Region. – *Gazdálkodás*, 48. 8. Különszám. pp. 95–109.
- MOULTON, K. S. 2007: Coping With Market Concentration in the Wine Sector: The Challenge for Hungary and Other Transition Economies. – *OIV Congress, Budapest. 2007. 06. 11–18.*
- NAGY-KOVÁCS E. 2011: *A szőlő- és bortermékpálya jövedelmezőségének vizsgálata.* – Doktori (PhD-) értekezés. Szent István Egyetem, Gödöllő.
- REGULATION (EC) No 1234/2007 of 22 October 2007. Establishing a common organisation of agricultural markets and on specific provisions for certain agricultural products (Single CMO Regulation).
- TOTTH G. 2005: *Primer kvantitatív vizsgálatok.* – In: HAJDU I. (szerk.): *Borpiac.* – Mezőgazda Kiadó, Budapest. pp. 53–74.
- VALKÓ G.–KINCSES Á. 2014: *A gazdaságok hosszú távú fennmaradását valószínűsítő tényezők a mezőgazdaságban.* – *Gazdálkodás*, 58. 1. pp. 3–12.