WINE TOURISM IN THE NORTH HUNGARIAN REGION

By:
WACHTLER, ISTVÁN – NAGY-KOVÁCS, ERIKA

Keywords: wine tourism, wine district, expansion of tourism offers, strategy

Wine tourism can play a prominent role in the expansion of tourism programmes and the popularisation of Hungarian wines. Wine tastings, hospitality and accommodation organised within family businesses offer greater employment opportunities and supplementary income. This can help promote both regional and business development, reduce depopulation and the demographic aging of villages and improve the population's standard of living and security of livelihood. It is a good advertisement for the region's wines, increasing demand and improving local purchasing power. Village tourism and particularly wine tours, have a multiplier effect on the infrastructural development of the region's wine-growing areas, as well as offering investment opportunities.

In the framework of the NKFP research, we examined whether the viniculturists and viticulturists of the North Hungarian region would be happy to participate in wine tourism. We determined that only a small proportion of farmers currently take part in wine tourism, but a large number would gladly undertake hospitality and the presentation of their own wines. This requires intensive orientation, adult education and expert advice, together with the concerted cooperation of those elements of local/national government involved in the establishment and development of the necessary infrastructure with chambers of commerce and trade organisations. Their active collaboration is essential, for example, for the submission of grant applications and the utilisation of opportunities presented by the National Wine Marketing Programme and wine tour associations.

We further determined that the region has very favourable prospects and from a tourism point of view, plays a prominent role in Hungary's tourist industry; however, it lacks an effective strategy for the development and utilisation of existing resources and capacities.

The well-known cellars and wide choice of exceptional wines are the strengths of the four wine regions. Deficiencies in infrastructure, the lack of necessary capital to provide hospitality and accommodation options and the inadequate quality and capacity of these, may all be obstacles to the success of village and wine tourism. Wine consumption is changing as substitutes become more popular. Problems may be and are caused by lack of promotion and information and the tensions between wine cellars. In the course of our investigations the active role of pensioners was conspicuous, being advantageous from a number of viewpoints, particularly due to villages' aging populations. A few well-established businesses may slow down the migration of young people from these villages. Hungarian tourism is thriving and for this reason, the following are all essential to the development of the new approach: the expansion of complex tourism offers (for example, supplementing them with wine-tasting winter programmes or with hunting); a united front from viticulturists and those in the hospitality trade; better promotion; and not least, grant support and the realisation of the EU's regional development programme, training and further education for farmers and the operation of the expert advisory system.

A BORTURIZMUS AZ ÉSZAK-MAGYARORSZÁGI RÉGIÓBAN

WACHTLER ISTVÁN dr. – NAGY-KOVÁCS ERIKA

Kulcsszavak: borturizmus, borvidékek, turisztikai kínálatbővítés, stratégia.

ÖSSZEFOGLALÓ MEGÁLLAPÍTÁSOK, KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

A borturizmus kiemelkedő szerepet játszhat a turisztikai programok bővítésében, a magyar borok népszerűsítésében. A családi vállalkozásoknál szervezett borkóstoltatás, étkeztetés és szállás bővíti a munkalehetőségeket, kiegészítő jövedelmet nyújt. Mindez elősegítheti a vidék és a vállalkozás fejlődését, csökkenti az elvándorlást, a falvak elöregedését, a lakosság életminőségének és létbiztonságának javulását. Jó reklám a vidék borai számára, fokozva a keresletet, javítva helyi vásárlóerőt. A vidéki turizmus, ezen belül a borút multiplikátor hatású a régió borvidékeinek infrastrukturális fejlődését illetően, befektetési lehetőséget is nyújt.

Az NKFP kutatás keretében vizsgáltuk, hogy az Észak-Magyarországi Régió szőlőtermelői és borászai szívesen közreműködnének-e a borturizmusban? Megállapítottuk, hogy a gazdálkodóknak egyelőre kis hányada vesz részt a borturizmusban, azonban nagyrészük szívesen foglalkozna vendéglátással, saját borának bemutatásával. Ennek érdekében intenzív tájékoztatásra, felnőttképzésre, szaktanácsadásra, illetőleg az infrastruktúra kialakításában és fejlesztésében szerepet játszó (ön)kormányzati tényezők, kamarai és szakmai szervezetek összehangolt együttműködése szükséges. A feltételek megteremtésében elengedhetetlen aktív közreműködésük, például pályázatok benyújtásában és a borút egyesületek által biztosított lehetőségek kihasználásában.

Megállapítottuk továbbá, hogy a régió igen jó perspektívával rendelkezik, turisztikai szempontból is kiemelkedő szerepet játszik hazánk idegenforgalmában, azonban a meglévő erőforrások fejlesztése, a kapacitások kihasználása érdekében hasznosítható stratégia kidolgozása várat magára.

A négy borvidék erősségei a neves pincesorok és kitűnő borok nagy választéka. A bor- és vidéki turizmus sikerességét akadályozhatják az infrastrukturális hiányosságok, a szálláshelyek és étkezési lehetőségek biztosításához szükséges tőkehiány, az elégtelen minőségű és számú fogadókapacitás. A borfogyasztás átalakulóban van, a helyettesítő termékek igen népszerűek. Gondot jelent(het) az elégtelen reklám és tájékoztatás, esetenként a pincészetek közötti feszültség. Vizsgálataink során kitűnt a nyugdíjas korosztály aktív szerepe, amely több szempontból kedvező, s különösen azért, mert a falvak elöregednek. Egy-egy jól bevezetett vállalkozás lassíthatja a fiatalok elvándorlását. A hazai turizmus fellendülőben van, ezért az új szemlélet kialakításához elengedhetetlen a komplex turisztikai kínálatbővítés (pl. borkóstoló téli programokkal vagy vadászattal való kiegészítése), a borászok és vendéglátók egységes fellépése, jobb promóció, s nem utolsó sorban a pályázati támogatások és az Európai Unió vidékfejlesztési programjának megvalósítása, a gazdák képzése, továbbképzése, a szaktanácsadási rendszer működtetése.[1]

[1] A tanulmány az NKFP-2004-4/014. sz. kutatás keretében készült.

BEVEZETÉS

Az Európai Unió vidékfejlesztési politikájában a három fő célkitűzés egyike – a vidékfejlesztési intézkedések harmadik tengelye – a vidéki életminőség javítása és a gazdasági tevékenységek diverizifikációjának elősegítése. Ez a célkitűzés a Nemzeti Fejlesztési Terv Agrár- és Vidékfejlesztési Terv Operatív Programban testesül meg. Az életminőség és a diverzifikáció fejlesztése többek között a turisztikai tevékenységek, valamint az ehhez szorosan kapcsolódó kisvállalkozások támogatása, fejlesztése, falufejlesztés és –felújítás, vidéki tárgyi- és szellemi örökségek védelme és megújítása érdekében tett intézkedésekkel valósítható meg, amely kiemelten szerepel a harmadik tengely feladatai között. Eredményes megvalósítása kedvezően hat a másik két tengely intézkedéseire is, elsősorban a versenyképesség tengelyben felsorolt több intézkedésre.

A piackutatások szerint a turista mindig egy jelentős vonzerő hatására hozza meg utazással kapcsolatos döntését, így a vidéki térségek meglévő adottságai közül a legjellegzetesebbet célszerű vezérmotívummá fejleszteni, amelyhez a többi kiegészítő program lehetőségek kapcsolhatók.

A szőlő- és borkultúra, mint tájegységi program váza, színes és sokrétű programot kínál, kitekintéssel rendelkezik a térség, a régió természeti értékeire, műemlékeire, tradícióira és a helyi kultúrára. A borturizmus a bortermelők számára elsősorban helyi értékesítési lehetőséget jelent. Hírnévkeltője az adott tájegységnek, de legfőbbképpen a helyben termelt boroknak. A borturizmus a vendégek számára a borral, annak termelőjével, a termőhellyel, a helyi hagyományokkal való ismerkedésre kínál lehetőséget. A bor minőségi és bizalmi termék, a fogyasztói bizalom pedig egy-egy borkóstoló közben teremthető meg, illetve erősíthető. A jó bor mellé a személyes tapasztalatok megszerzése és a kapcsolatteremtés társul, a turista új élményekkel, ismeretekkel gazdagodik.

A borutak működésének külföldön már több évtizedes hagyományai, illetve számottevő tapasztalatai vannak. Például az elzászi borút 2004-ben ünnepelte megalakulásának 50. évfordulóját. Magyarország híres szőlőtermelő tájai, illetve borvidékei közül elsőként Baranyában a Villány-Siklósi borutat hozták létre. Napjainkban már szinte valamennyi borvidékünkön működik borút egyesület.

Az Észak-Magyarországi Régióban négy borvidék helyezkedik el, a tokaji, a bükkaljai, az egri és a mátrai. A borvidékek a borturizmus fellendítése érdekében megalakították a Felső-magyarországi Borutak Szövetségét. Az egri, a bükkaljai és a mátrai borvidék 2005 novemberében aláírta a Felső-Magyarországi Borrégió létrehozásának szándéknyilatkozatát.

A Budapesttől mintegy 200 km-re északkeletre, a szlovák és az ukrán határ közelében található a leghíresebb magyarországi borvidék, a Tokaj-Hegyaljai Borvidék, mely a Kárpátokból déli irányban kinyúló vulkanikus hegylánc legdélebbi pontján fekszik. Nincs a világon még egy bor, mely hazájának nemzeti himnuszában szerepelne. Az évszázadok óta honos fajták a furmint, a hárslevelű és a sárgamuskotály. A napsütötte déli lejtők, a Tisza és a Bodrog folyók által meghatározott mikroklíma kedvez a botrytis cinerea, a nemes penész kialakulásának és az ezt követő aszúsodásnak. A sziklákba vájt pincék egész évben állandó, 12 °C-os hőmérséklete és 95%-os páratartalma ideális a borok érlelésére. Az itt készült borokat XIV. Lajos francia király „a királyok bora a borok királya" elnevezéssel illette, de mindemellett bizonyítható kedvező gyógyító, egészségügyi hatásával a pápák és a főúri udvarok kedvenc borkülönlegessége volt.

A múltban és ma is az Egri Borvidék kiváló pincéinek, vörös borainak, különösen az Egri Bikavérnek köszönheti hírnevét. Az Eger városa alatt húzódó középkori pincerendszernek csupán töredékét használják bortárolásra, azonban egyre több gazda újítja fel a sziklába vájt pincéket. Ostoroson a volt uradalmi pince 26 méterrel van a föld alatt, ahol a 9-11 ºC-os állandó hőmérséklet ideális a fehér borok számára. A borút során látogatást tesznek a vendé-

gek a híres pincesoroknál, a Szépasszonyvölgy, a Nagyköporos és a Tetemvár pincéiben.

A Bükkaljai Borvidék hasonlóan az egri és tokaji borvidékhez, az Avas-hegy (mindössze 100 méter magas) riolittufába vájt, sokszor hatalmas méretű pincéiben tárolja borait (Leányka, Olaszrizling, Kékfrankos). Némelyik pince falát, oszlopait nép kőfaragók értékes munkái díszítik. A híres miskolci bort nemes penésszel vastagon borított pincékben érlelték. A XIX. századtól pezsgőalapborokat is termelnek a vidéken. Borútjai 13 községet fognak össze, a programjait gyógyfürdőzéssel egészíti ki.

A Mátraaljai Borvidék Magyarország északkeleti részén található, a Mátra hegység lábánál. A vulkáni talajon termett szőlőkből elsősorban friss, üde fehérbor készíthető, pl. a Muscat Ottonel, a Pinot gris, Sauvignon Blanc, Tramini. A vendégek a borúthoz csatlakozó 15 község ódon présházaiban, a neves pincéiben kóstolhatják meg a mátraaljai termelők borait. A palóc konyha hagyományos ételei és a vadételek a hozzá illő borral nagyszerű gasztronómiai élményt biztosítanak. Aktív kikapcsolódási lehetőségeket kínálnak a Mátrába szervezett gyalogos és lovas túrák, a vadászati programok. A vendégek nyolc különböző bortúra közül választhatnak.

Az elmúlt időszakban bekövetkezett gazdasági-társadalmi változások, a szőlő- és bor felvásárlási biztonságának megszűnése a termelőket egyre nehezebb élethelyzetbe kényszeríti. Kézenfekvőnek tűnik a borturizmus fellendítése, amely Franciaországban és több más európai borvidéken figyelemre méltó eredményeket hozott.

A KUTATÁS MÓDSZERE

Felmérésünk a Észak-Magyarországi Régió négy borvidékére terjedt ki. A kutatás indításakor alapoztunk a szőlőtermelés és borászat helyzetével kapcsolatban, valamint a vidéki és borturizmus témakörében eddig megjelent munkákra. Az adatbázis kialakításakor figyelembe vettük más kutatóhelyek, a KSH és az érdekképviseleti szervezetek elérhető adatállományát, továbbá kérdőív segítségével adatokat gyűjtöttünk, illetve mélyinterjúkat készítettünk.

1. *Adatfelvételi lapok*

A gazdálkodók általános adatai alapozták meg az adatállomány feldolgozásának vetítési alapját. Így az adott válaszok körét az alábbi csoportosítás szerint vizsgáltuk

- működési forma szerint: őstermelő, családi gazdaság, egyéni vállalkozó, társas vállalkozás keretében;
- a (bor)turizmushoz kapcsolódó szolgáltatások feltételeinek megléte (ültetvény, pince, borbemutató terem, szállás stb.),
- humán erőforrás jellemzőivel (kor, iskolai végzettség, nyelvismeret);
- gazdálkodás módja szerint, fő- vagy mellékfoglalkozásban, illetőleg nyugdíjasként végzett szőlő- és bortermelői tevékenységét.
- a kiegészítő jövedelemhez való hozzájutás módját, így a borturizmusban való részvételt, s a vidéki turizmus megítélését.

2. *A vizsgálatba bevont gazdaságok kiválasztása*

A gazdaságok kiválasztása véletlenszerűen történt. A reprezentatív minta kialakításához igazodtunk a KSH nyilvántartásában szereplő szőlő- és bortermeléssel foglalkozó gazdaságok eloszlásához. A kérdőíveken szereplő ellenőrző kérdések, illetve logikai összefüggések segítségével, számítógépes programmal kiszűrtük az értékelhetetlen egyéni kérdőíveket, valamint az adatfelvitel során elkövetett esetleges hibákat. A borvidékeken 310 kérdőív került kitöltésre, amelyből 80% volt értékelhető.

EREDMÉNYEK

Az Európai Unió elmaradott térségeit érintő fejlesztési programok előtérbe helyezik a turizmust. A „szelíd” jelzővel ellátottakat preferálják, amelyek összekapcsolhatók a vidéki térségek számára fontos mezőgazdasággal és környezetvédelemmel. Vizsgáltuk, hogy az Észak-Magyarországi Régió szőlő- és bortermelői mennyire tartják hasznosnak a borutak, illetőleg a vidéki turizmus létre-

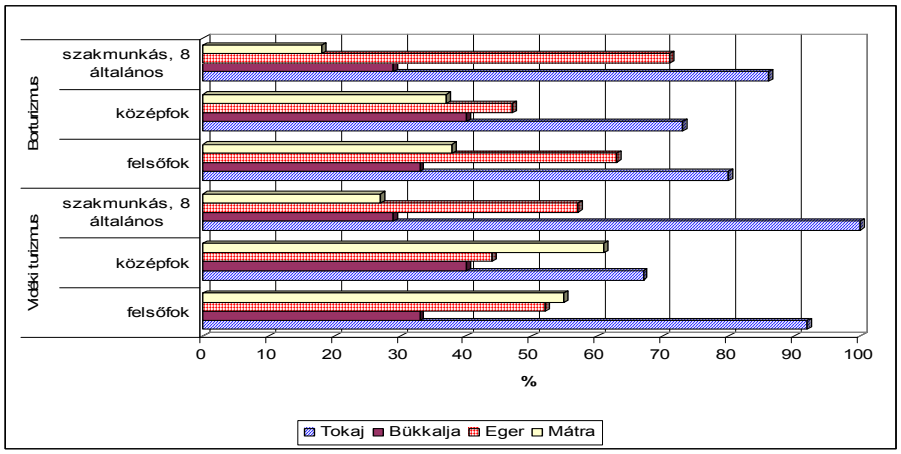
jöttét a vidékfejlesztés során. Jellemzően az 5 ha és afölötti területtel rendelkezők vélekednek mindkettő pozitív hatásáról.

A korosztályok tekintetében az egyes borvidékeken közel azonos támogatást élvez mind a falusi, mind a borturizmus (akik hasznosnak tartják az egyiket, a másikat is szívesen fogadják), kivéve a Bükkalját, ahol a gazdáknak csupán egynegyede lát perspektívát a turizmus fejlesztésében. A tokaji gazdák (75-84%) kedvező megítélése mellett kiugró az egri, különösen a fiatal szőlészekborászok pozitív hozzáállása, a borturizmust majd 90%-ban, a vidéki turizmust 78%-ban pártfogolják. Eger környékének idegenforgalma kiváló lehetőséget teremt a borturizmus fejlesztésére, hiszen ki ne ismerné az egri bikavért és a helyben kóstolás varázsát.

Működési forma szerint vizsgálva a kérdést, a gazdasági társaságok egyértelműen a turizmus megszervezése mellett teszik le voksukat. A családi gazdálkodók és egyéni vállalkozók, illetőleg őstermelők mintegy 50%-a ítéli kedvezőnek a turizmust hatását. Véleményüket befolyásolja a kellő feltételek megteremtéséhez szükséges erőforrások, pénztőke hiánya. A vélemények végzettség szerinti megoszlását az 1. ábra mutatja, amely közel azonos vállalkozó szellemet tükröz mind a bor-, mind a falusi turizmus megvalósításában.

1. ábra

A bor- és falusi turizmus vidékfejlesztésben betöltött pozitív szerepének megítélése a gazdák iskolai végzettsége szerint



Forrás: Saját gyűjtés

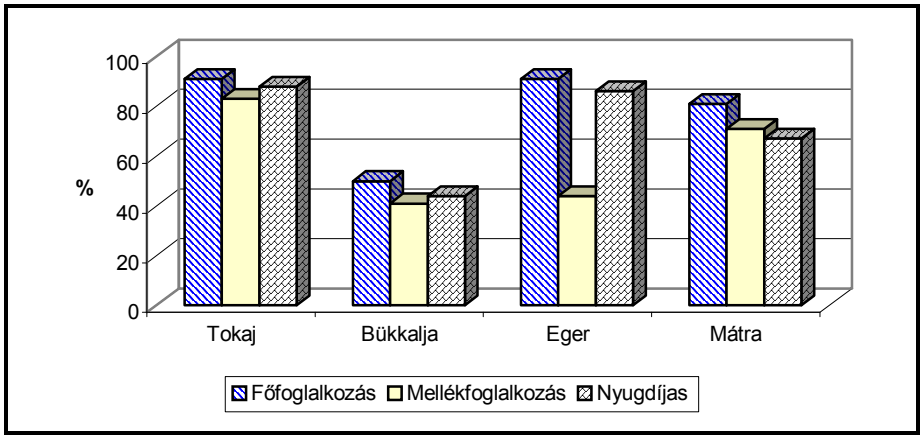
A régióban a szőlő- és bortermelők csupán 2-3%-a vesz részt a borturizmusban. Felméréseink szerint a gazdák 71%-a szívesen foglalkozna borturizmussal, 57 %-a emellett falusi turizmussal is, amely több más kiegészítő szolgáltatást is tartalmaz. Látható a borturizmus megvalósítása iránti rendkívül nagy igény. Félő azonban, hogy sokan csak vágyaikat fogalmazzák meg, mint a rendszerváltás idején a falusi turizmus esetében. Erre utal az a tény, hogy az 1 ha-nál kisebb ültetvénnyel rendelkezőknek a tokaji borvidéken 94%-a, a bükkalján 49%-a, az egri borvidéken 100%-a, a mátrai borvidéken 60%-a foglalkozna borturizmussal. Véleményünk szerint a 1 ha vagy annál kisebb ültetvény-nagyság nem igazán ad elegendő árualapot a színvonalas borturizmus megvalósításához. Kivételt képezhetnek a

mátrai borvidék csemegeszőlő-termelő gazdái, akik kiegészítve a pincelátogatást, a szőlőtáblák között tartanak kóstolóval egybekötött bemutatót, népszerűsítve ezt az igen tápláló gyümölcsöt.

A főfoglalkozású szőlős-boros gazdák, akik megfelelő üzemmérettel bírnak, nagy számban csatlakoznak a borút egyesületekhez. Ezen speciális termék keresletének megteremtéséhez komoly marketing munkát kell végezni. Kialakításának, szervezésének illeszkednie kell a helyi és regionális szintű elképzelésekhez, figyelemmel a helyi adottságokra. A borturizmust igenlők magas arányát indokolja a várható gazdasági haszon. (2. ábra)

2. ábra

A borturizmusban részt venni kívánók foglalkozás szerinti megoszlása



Forrás: Saját gyűjtés

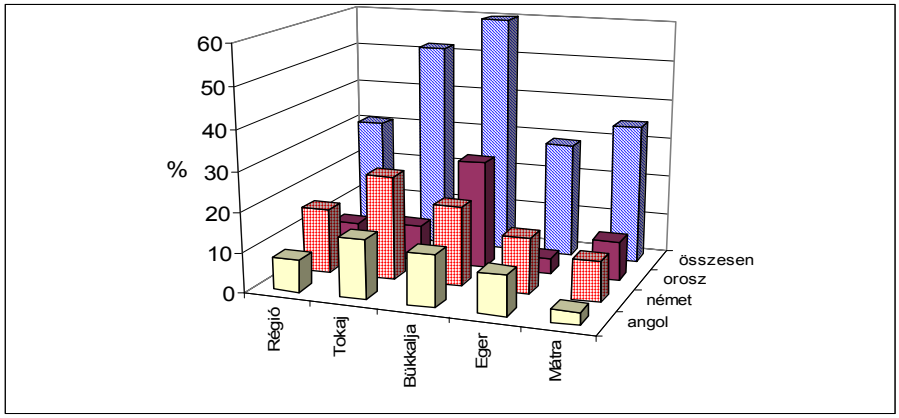
A borutakhoz kapcsolódó vagy csatlakozni kívánó vállalkozások az *értékesítési lehetőségeik* bővülését látják és várják. A reklám térhódítása lassú a magas költségek miatt. A borturizmusban a *promóciós eszközök* közül a személyes eladás használható eredményesen. Az értékesítési utak megválasztása azonban jelentősen befolyásolja a bevétel alakulását. Nem mindegy, hogy a borúton résztvevőket hol látják vendégül, hol tartják a borkóstolót, illetőleg hol kínálják a borokat megvételre: egy kellemes hangulatú pincében, borbemutató teremben, vagy egy kannás borokat forgalmazó lerakatban. Kellemes érzetet kelt, ha a borkóstolást kényelmes, kulturált körülmények között tartják meg, és ezután kerül sor a vásárlási lehetőségre. A fogadókapacitás megléte elsődleges tényező.

A borral együtt a szőlőtermesztés és a borászat folyamatát, a borkóstolás művészetét is célszerű bemutatni. A *vendéglátó gazda személyisége, szakértelme* is meghatározó. Egyre inkább előtérbe kerül a jó kommunikációs készség és az *idegennyelvtudás.* A megkérdezett gazdák meglepően magas számban rendelkeznek – saját megítélésük szerint – használható (tárgyalóképes, alapfokú) nyelvtudással. A legtöbben német nyelven (29%) beszélnek a régióban, angol nyelven 21% és oroszul 19%. (3. ábra) A borturizmust vállalók körében magas számban vannak 30-40 év közöttiek, illetve felsőfokú végzettséggel rendelkezők. A borászattal foglalkozó szakemberek, üzletemberek egyre nagyobb számban törekednek tárgyalóképes nyelvtudásra. Elősegíti mindezt, hogy a diploma megszerzésének feltétele az ál-

lamilag elismert nyelvvizsga megléte, s ma már az érettségizettek is törekednek a megfelelő nyelvtudás megszerzésére. A külföldi tanulmányutakon való részvételnél – amely egyre gyakoribb - a szakmai nyelvtudás elengedhetetlen. Nyelvvizsgával azonban a megkérdezetteknek csupán 10%-a rendelkezik.

3. ábra

A nyelvismerettel rendelkezők megoszlása az egyes borvidékeken



Forrás: Saját gyűjtés

A régió szőlő- és bortermelői szerint (67-100% a különböző vizsgált ismérvek alapján) fontos feladat az eredményes borturizmus kialakítása, fenntartása mind a négy borvidéken. Fontos az önszerveződés, a gazdálkodók saját kezdeményezése is. Az egyes borút egyesületek több különböző borutat is szerveznek, melyek időtartamukban, a meglátogatott pincék számában, a nyújtott szolgáltatások körében eltérnek egymástól. A borturizmus fejlesztését az őstermelők, az egyéni és családi gazdaságok éppúgy támogatják, mint a gazdasági társaságok. Ehhez természetesen az önerő nem mindig elegendő. Itt lenne a térség, a régió turisztikai stratégia kialakításának, az esetleges állami támogatásoknak és egyéb vidékfejlesztési programok megvalósításának, pályázatoknak jelentős szerepe. A vélemények mind kor, mind iskolai végzettség tekintetében egységesek voltak. Örvendetes – s egyben mutatja a kiegészítő jövedelem megszerzésének igényét –, hogy a mellékfoglalkozásúak és a nyugdíjasok is fontosnak tartják a szervezett bortúrák létrejöttét.

A *borút jövedelmezővé tétele* nem egyszerű. Meg kell határozni a kiadásokat, az eszközrendszert és források elosztását. Dönteni szükséges az árképzésről, az árengedményekről, a fizetési feltételekről, a borkóstolók és belépők, az egyéb szolgáltatások és szálláshelyek árairól.

A *borturizmus gazdasági jelentősége kettős.* Egyrészt konkrét jövedelemnövekedést jelent a vállalkozók részére, másrészt pedig a lakóhely infrastruktúrájának fejlesztését, a lakosság helyben való foglalkoztatottságát segíti elő. A konkrét *jövedelem-növekedést* több tényező együttesen alakítja, pl. a borvásárlások, szállás és étkezési szolgáltatások igénybevétele, a népművészek által készített áruk értékesítése. Több vállalkozó bevétele megduplázódott, miután kiépítette a teljes vertikumot. A borkóstolás és vásárlás lehetősége, az étkezés és szállás szolgáltatásának egyidejű biztosítása vonzza leginkább a vendégeket.

A jövedelem növelés további lehetősége a *költségek csökkenéséből* adódik. A borút egyesületek többször átvállalják a marketing költségeket tagjaitól. Például a kiadványok (térképek, több nyelvű ismertetők) készítését többször teljes egészében az egyesületek pályázatokon nyert összegekből vagy támogatásokból finanszírozzák. Segítséget jelent a gazdáknak, hogy a kiállításokon, bemutatókon az egyesületek fizetik az installációs és a területi díjakat. Így a borosgazdák kiadása az útiköltségből és a bemutatni kívánt bor értékéből tevődik össze. A borút egyesületek sokat tesznek a gazdák és boraik ismertségéért, mivel az egyes termelőknek nincs lehetőségük hatékony PR tevékenységet folytatni a magas költségek miatt.

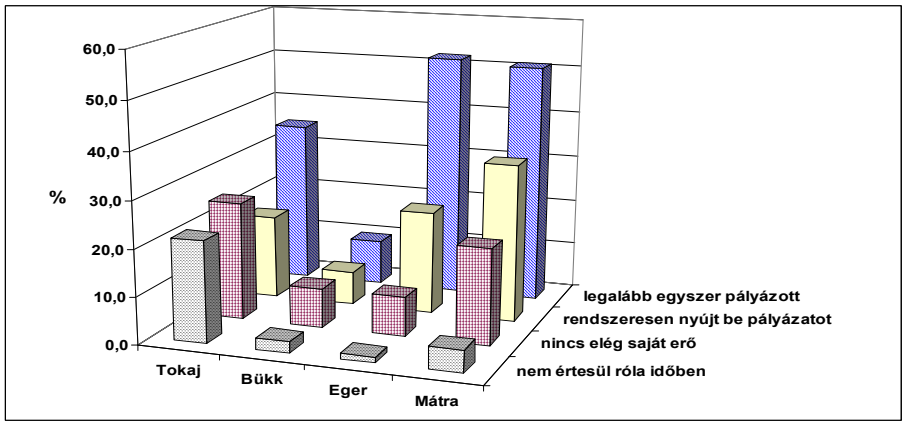
A marketing költségek átvállalása nagy segítséget jelent, a nyomdai, hirdetési költségek igen borsosak, éppúgy mint a 12-15 ezer Ft/m^2 (installációs díj nélküli) kiállítási terület díja. Az egyesületek ezen költségek nagyrészét pályázati pénzből finanszírozzák, mivel a befolyt tagdíj igen csekély.

A borúthoz csatlakozó vállalkozók egyre nagyobb figyelmet szentelnek az *Interneten* történő bemutatkozásnak is, mivel főleg a fiatalabb az érdeklődők rendszeresen keresik a borúton való részvétel, vagy egy-egy meghirdetett borfajta vásárlási lehetőségét.

A gazdaságok, a vállalkozások fejlesztéséhez szükséges feltételek biztosításához egyre több pályázati lehetőség nyílik. A 4. ábrán látható borvidék szerinti bontásban a rendszeres pályázói létszám változása, sajnálatos annak alacsony volta a vizsgált időszakban. A gazdálkodóknak csupán kishányada él a pályázatok adta lehetőségekkel. Közülük rendszeresen „legnagyobb” arányban (a vizsgált időszakban) a mátrai (34%) és az egri (22%) vállalkozók nyújtottak be pályázatot. A legalább egyszer pályázók köre ennek többszöröse, amely különböző negatív hatások következményéből adódhat. Így például magas azon gazdálkodók köre, akik nem rendelkeznek elégséges saját erővel. Korlátot jelent a külterületi mezőgazdasági területekre kiírt pályázatok hiánya, az utófinanszírozás, a finanszírozási lehetőségről való kései értesülés, valamint a beadási határidőhöz közeli megjelenés. Fentiekből adódóan a gazdálkodók nagy része nem használja ki az ebből adódó esélyt.

4. ábra

A régió szőlő- és bortermelő gazdaságainak pályázati hajlandósága



Forrás: Saját gyűjtés

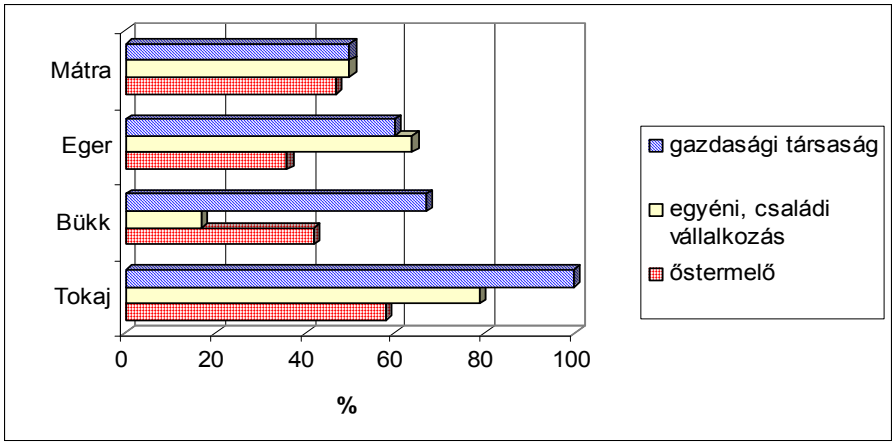
A régióban kialakuló szaktanácsadási központoknak kiemelt feladata a pályázatok ismertetése, a pályázatok elkészítésében való szakmai segítségnyújtás. Ismeretes, hogy egyre többen vállalkozás formájában foglalkoznak pályázatok készítésével. A gyakorlat szerint igen sok pályázat formai és valamilyen dokumentáció hiánya miatt kerül elutasításra. A beadott pályázatok 60%-a volt sikeres az egri borvidéken, a többi borvidék sikeressége nem érte el a 40%-ot.

A borút egyesületek a „*Borúti Kartában*" rögzített, a borturizmushoz kapcsolódó szolgáltatások minőségének alapfeltételeit biztosítani nem tudó szőlős- és borosgazdák nem csatlakozhatnak az egyesülethez. Amely vállalkozó nem rendelkezik *„minőségi bizonyítvánnyal"*, pártoló tag lehet, azonban vendégeket nem fogadhat. Tapasztalataink szerint a gazdáknak átlagosan csupán a fele ismeri az adott borvidéken működő borút egyesületek követelményeit. Így például csak minőségi bor forgalmazása; a belső és külső tér megfelelő kialakítása, a meghatározott létszámnak megfelelő mellékhelyiség, kézmosó és világítás biztosítása. A tokaji borvidéken a legjobb a helyzet, ahol a gazdák 70%-a van tisztában a követelményekkel. Eléggé meglepő, hogy a kifejezetten nagy turisztikai hagyományokkal és bortermeléssel rendelkező egri borvidéken ez az arány 50% alatt marad. Az ismeretek alakulása a vállalkozások szervezettségének növekedésével együtt módosul mindegyik borvidéken (5. ábra), ugyanez tapasztalható, ha a végzettséggel összefüggésben végezzük vizsgálatainkat. A főfoglalkozásúak 50-80%-ban tájékozottak, a kiegészítő jövedelemre számító, borturizmussal szívesen foglalkozó mellékfoglalkozásúak és nyugdíjasok 30-50%-a válaszolt igennel. A területi kategóriák szerinti megoszlás (6. ábra) egyértelműen alátámasztja a borturizmus tőkeigényét, illetőleg a befektetések hosszútávon való eredményes működése a minél teljesebb és pontosabb informáltságot feltételezi.

Színvonalas, minőségi borturizmus vendéglátói, személyi és tárgyi feltételeivel a gazdálkodók alig egyharmada rendelkezik. Különösen rossz a helyzet az egri (26%) és a mátrai (23%) borvidékeken.

5. ábra

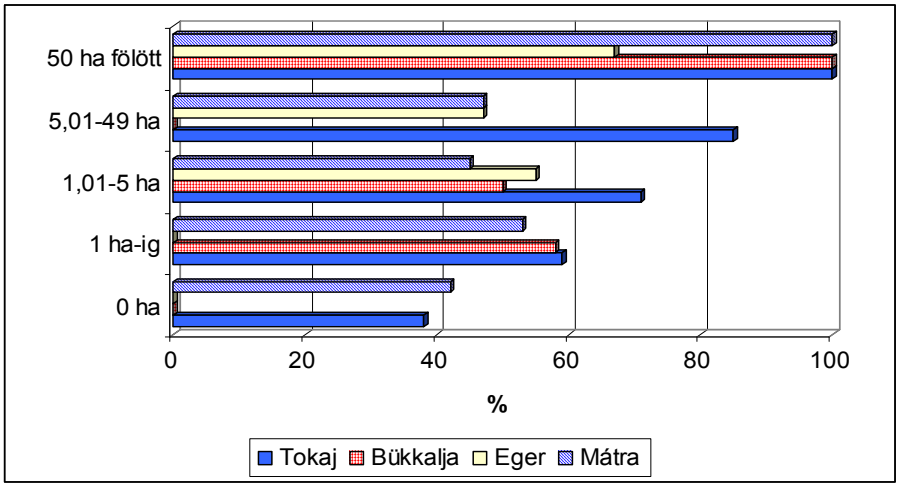
A borút követelményeinek ismerete az egyes borvidékeken működés szerint



Forrás: Saját gyűjtés

6. ábra

A borút követelményeinek ismerete az egyes borvidékeken foglalkozás szerint



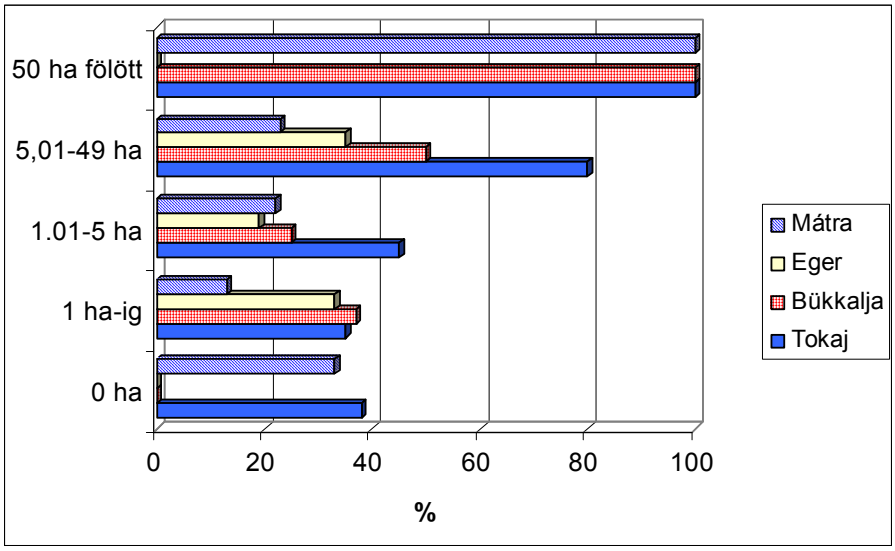
Forrás: Saját gyűjtés

A területi kategóriák alapján vizsgálva a kérdést (7. ábra) a gazdaságos üzemméretű, kellő tőke- és eszközellátottságú vállalkozások befektetési lehetőséget látnak a borturizmusban. A gazdálkodóknak először az ültetvényeket, a szőlőműveléshez és –feldolgozáshoz, a borkészítéshez szükséges gépeket, berendezéseket kellett megvásárolniuk, létesítményeket kialakítaniuk, amely hatalmas szakmai feladat és financiális teher volt. Szőlő telepítése borvidékektől függően 4-7 millió Ft/ha, míg a borászat létrehozása ennek többszöröse. Tehát a termelőüzem létrehozása mellett a borturizmushoz szükséges feltételek kialakítására már nem jutott kellő idő és anyagi fedezet. A foglalkozás és a vállalkozások működési módja szerinti megoszlás is tulajdonképpen ezt tükrözi számunkra. Az anyagi feltételek a nagyobb területtel rendelkezőknél inkább rendelkezésre áll, míg a nyugdíjasoknál és az őstermelőknél a legkevésbé biztosított.

A borutakat igény szerint egy vagy több napos időtartamra tervezik. A borutak népszerűségét meghatározza a nyújtott szolgáltatások köre, hiszen a vendégek az ország más részéből utaznak az egyes borvidékekre, megcsodálni a természeti adottságokat, a történelmi látnivalókat, s mindeközben kellemes hangulatú pincékben borokat kóstolnak, esetleg egymás után több pincében is, ezért az étkezés biztosítása elengedhetetlen. A baráti beszélgetések elhúzódása nyugodt, kényelmes körülmények között akkor lehetséges, ha szálláshelyről is gondoskodnak a szervezők. Így az egyes régiók sokkal jobban bemutathatók, a termelők bevételei növelhetők, a vendégek egy napra vetített költségei alacsonyabbak az egy napos turnusoknál. A résztvevők visszajelzései azt mutatják, hogy a pihenésre vágyók, a borokat és pincéket tanulmányozni kívánók szívesen eltöltenek több napot is egy helységben, ezért vizsgáltuk, hogy a feltételekkel rendelkező vállalkozások képesek-e a hosszabb idejű vendéglátásra. (8. ábra)

7. ábra

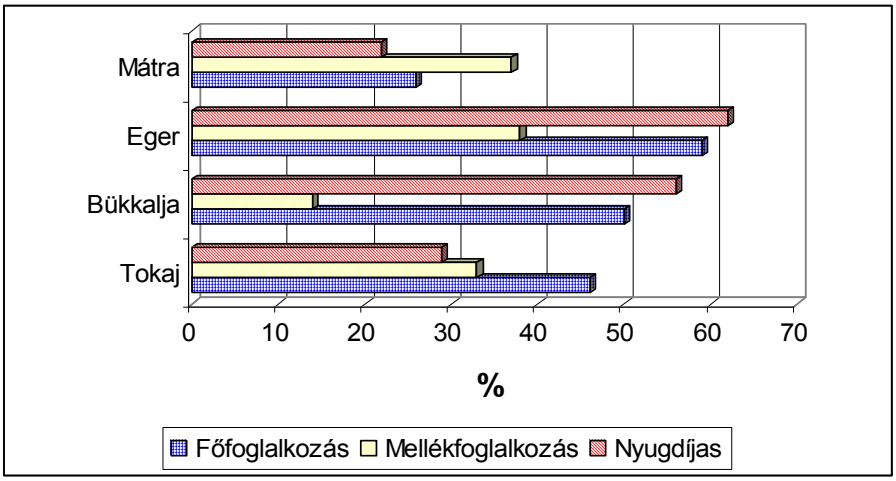
A borturizmus feltételeinek biztosítottsága területi kategóriák szerint



Forrás: Saját gyűjtés

8. ábra

A borturizmusban hosszabb idejű vendéglátásra képes gazdaságok aránya



Forrás: Saját gyűjtés

A tőkeerős borászatok (gazdasági társaságok, egyéni vállalkozók és családi gazdaságok) 30-40%-a (elsősorban a tokaji és mátrai borvidéken) komoly befektetési lehetőséget látnak a falusi vendéglátásban, így a borturizmusban is. Többen rendel-

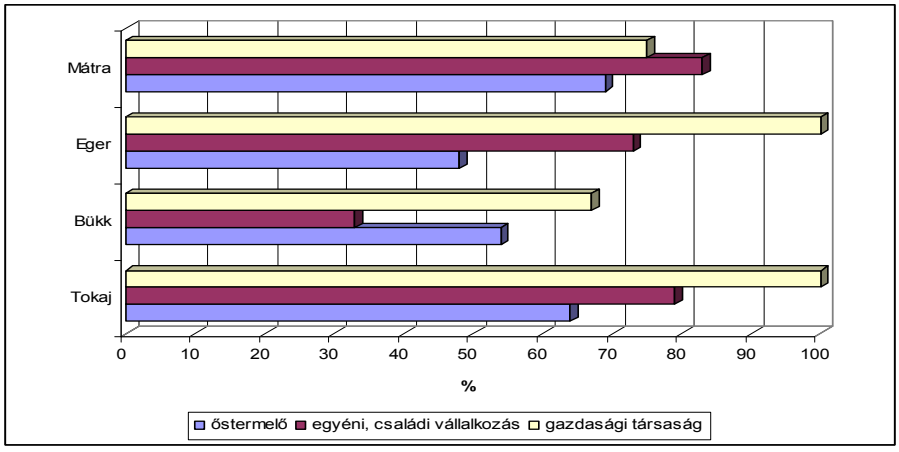
keznek fogadóval, panzióval, amely nemcsak a saját bevételeiket növeli. A borút egyesületekhez csatlakozva szálláshely és étkezési lehetőséget biztosítanak a részt vevők számára. Ezáltal az egyes borutak népszerűsége növekszik, mivel a nyújtott szolgáltatások köre teljesebb, így a csatlakozó kisebb területen gazdálkodóknak is van lehetőségük saját termékeik bemutatására. Az egri borvidéken komoly beruházások kezdődtek. A bükkaljai termelők igen gyenge pénzügyi háttérrel rendelkeznek.

A szakmai felkészítés, a vendéglátás ismerete elengedhetetlen a színvonalas idegenforgalmi munka végzéséhez. Vizsgálataink alapján a régió borturizmussal foglalkozó gazdái fontosnak tartják a szakmai jártasság és a nyelvtudás mellett a turisztikai szakismeretek fejlesztését (9. ábra). Ezért fontos, hogy a régióban a felnőttképzést és a szaktanácsadás megszervezésre kerüljön. Ezekhez az EU-s vidékfejlesztési programok egyre növekvő számú lehetőséget nyújtanak. Az igény a gazdasági társaságoknál magasabb.

A turizmus fellendítésével a vállalkozók, önkormányzatok bevételei növekednek, ez visszaforgatható a fejlesztésekre. A borturizmus jó reklámot nyújt a vidék borai számára, fokozza a keresletet. Olasz tapasztalatok szerint a pincében elköltött minden 10 euró 50 euró elköltését eredményezte a környező településeken. A növekvő jövedelmek emelkedő vásárlóerőt vonnak maguk után. A borturizmus további gazdasági hatásai között meg kell említeni, hogy növeli a szálláshelyek számát, bővíti a vendéglátóhelyek kapacitását, fejleszti a szolgáltatásokat, s az infrastruktúrát. A lakosságot ráébreszti arra, hogy a környezet megóvása fontos, a vendégek szívesebben látogatják a rendezett területeket. A gondozott, felújított műemlékek is turistacsalogatók lehetnek. Mivel a borturizmus nem szezonális, az erőforrások jól kihasználhatók.

9. ábra

Szükséges-e a szakmai felkészítés – működési forma szerint



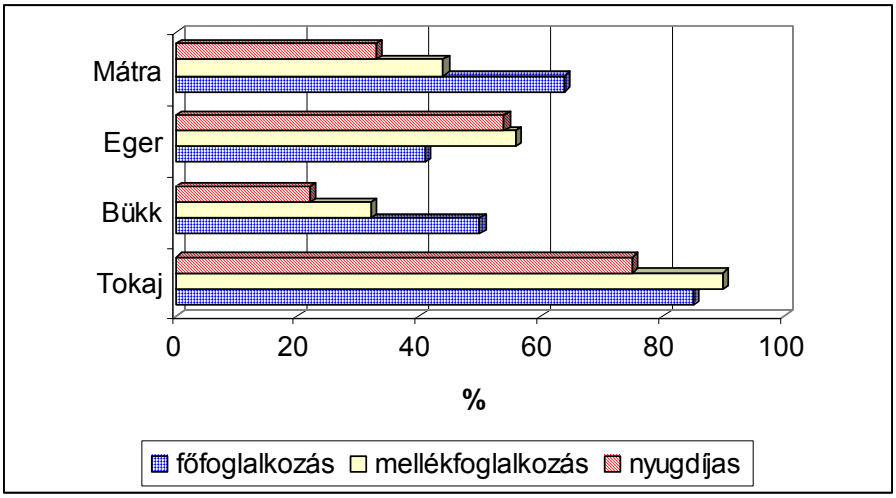
Forrás: Saját gyűjtés

Vizsgálataink szerint a borturizmus mellett a gazdák jelentős része szívesen foglalkozna falusi turizmussal is (10. ábra), amely egybecseng a borturizmus vállalásával, hiszen a két tevékenység kiegészíti egymást. A kor szerinti vizsgálatok a tokaji borvidék egyöntetű, 80%-os vállalkozási kedvét, az egri fiatal szőlős-boros gazdák szinte teljes körének részvételét mutatják.

A borturizmus a bor készítésének bemutatására és fogyasztására alapozott szabadidős tevékenység. A résztvevők által bejárt borutak olyan útvonalakat foglalnak magukba, amelyeken végighaladva felkereshetők a borvidék jelentősebb települései. Az állomásokon különböző programok várják az érdeklődőket, pl. pincelátogatással egybekötött borkóstolás, bormúzeumok (vinotékák), szüret és szüreti mulatság, borárverések, borfesztiválok.

10. ábra

Falusi turizmussal foglalkozók megoszlása foglalkozás szerint



Forrás: Saját gyűjtés

FORRÁSMUNKÁK JEGYZÉKE

(1) Wachtler I. (2004): Falusi turizmus. Főiskolai jegyzet. Károly Róbert Főiskola, Gyöngyös. 150 p. – (2) Hagyó G.: Webmarketing a bor-idegenforgalomban. Agrárinformatika, Debrecen, 1999. augusztus 26. 254-259. p. – (3) www.bor.info.hu – (4) http://spike.fa.gau.hu –(5) www.hevestour.hu/html/borturizmus.html – (6) Laposa J. – Dékány T.: Pincejárás. Mezőgazda, Budapest, 1999. – (7) Wachtler I. – Nagy-Kovács E.: Hungarian wine-tours and their economic importance. In: XXX CIOSTA-CIGR V Congress proceedings. „Management and technology applications to empower agriculture and agro-food systems". Italy, Torino. 2003. ISBN 88-88854-09-6. 1405-1412. pp. – (8) Wachtler I. – Nagy-Kovács E.: A mátraaljai borút gazdasági jelentősége. In: Agrárgazdaság, vidékfejlesztés és agrárinformatika az évezred küszöbén. Nemzetközi Konferencia. DATE, Debrecen. 2003. 287. p., Cd-kiadvány. 8. pp. ISBN 963 472 721 2. – (9) Wachtler I. – Nagy-Kovács E.: A Mátraaljai Borvidék fejlesztésének lehetőségei az EU csatlakozás tükrében. In: „Gazdálkodók esélyei az Európai Unióban" konferencia. Mosonmagyaróvár, 2003. CD: 030506_1633/4. 1-8. p. – (10) www.borinfo.hu – (11) www.tokaji-borut.hu