

A Mátrai borvidékre jellemző szőlész és borász üzemtípusok

Typology of viticulturists and viniculturists in Matra wine region

Király Gábor

Magyar Tudományos Akadémia, Közgazdasági és Regionális Kutatások Központja

Összefoglalás: A *“Földből élők: agrárszereplők, vidéki fejlődési pályák és vidékpolitikák Magyarországon”* címet viselő kutatás keretében az ország tíz vidékén készültek átfogó felmérések a helyi agrárgazdaság szerkezet átalakulásáról és a szektor potenciáljáról. Vizsgálódásaink a Gyöngyösi járást is érintették, ahol jelentősége miatt kiemelten foglalkoztunk a Mátrai borvidékkel. Tanulmányom ennek a kutatásnak a tapasztalataiba enged betekintést azzal, hogy bemutatja a termőhelyre jellemző üzemtípusokat. A helyi szőlész és borász közösséget leíró tipológia négy típust különböztet meg: a szövetkezeti maradvány háztáji szőlőművelőket, a kisbirtokos családi borászatokat, a közép- és nagybirtokos szőlőtermelőket és a nagyüzemi feldolgozókat. Ezek az eltérő üzemtípusok együtt teszik sokszínűvé a borvidék jelenének szőlő- és borkultúráját.

Abstract: The project, entitled *„Living from their land: agricultural actors, rural development trajectories and rural policies in Hungary”* aims to research the agricultural restructuring processes and the potential of the sector in ten micro regions in Hungary. Among the ten field-sites, Gyöngyös micro-region was involved too, where the significance of viti- and viniculture drove the attention to the local wine region (Mátra wine region). This paper intends to provide a brief insight into one segment of our research results by introducing the different types of viticulturist and viniculturist in this region. The typology includes four types of actors operating in the region: small-scale part-time farmers cultivating former household plots, small-scale family run wineries, middle- and large-scale winery operators and winery corporations.

Kulcsszavak: Mátrai borvidék, mezőgazdaság, szőlész-borászat, termelői tipológia

Keywords: Mátra wine region, agriculture, viti- and viniculture, farmers' typology

1. Bevezetés

A tanulmány célja, hogy a *„Földből élők: agrárszereplők, vidéki fejlődési pályák és vidékpolitikák Magyarországon”*¹ címen futó kutatás eredményeinek egy szűk metszetéről beszámoljon. A dolgozat tipológiába rendezi és bemutatja a Mátrai borvidék szőlész- és borász közösségét, melyet a Gyöngyösi járásban végzett terepmunka során sikerült alaposan megismerni és felmérni. A terepmunkánk során készült félig strukturált interjúk feldolgozásánál a következő elemzési szempontokat vettük figyelembe: átlagos méret, fajta-, termék-, és tulajdonosszerkezet, piaci orientáció jellege és munkaerő felhasználás formái. Az így meghatározott elemzési keret végül négy jellemző üzemforma leírását tette lehetővé: 1) *maradvány háztáji szőlőművelőket*, 2) *kisbirtokos családi borászatokat*, 3) *közép- és nagybirtokos szőlőtermelőket* és 4) *nagyüzemi borászati üzemeket*.

¹ A tanulmány az MTA KRTK és az MTA TK Szociológiai Intézet konzorciumában, az Országos Tudományos Kutatási Alap által finanszírozott kutatás keretében készült el (azonosítószám: OTKA NK 100675).

2. Maradvány háztáji ültetvények

„Sok a negyven év alatti, akinek rendes munkaviszonya van, de bevállal egy vagy két háztájit. Mert azért csak jó az, hogy egy háztájin van 30 mázsa szőlő, az mondjuk 300 ezer forint, a művelés most 80 ezer. A saját munkaerejét van, aki számolja, van, aki nem, de ha nem akkor a 200 ezer forintos jövedelem az biztos, hogy megvan és ez egy háztáji.”²

A maradvány háztáji szőlőültetvényeken gazdálkodók csoportjának nagyságára a Mátrai hegyközség nyilvántartásából lehet következtetni: jelenleg 5.322 tagról vezetnek a hegybírók gazdasági aktát³, tehát feltételezhetően ennyi ültetvény tulajdonos van ma a borvidéken. Ha ezt a számot összehasonlítjuk azzal a 12.114 szőlőtulajdonossal, akik a rendszerváltás után osztoztak a borvidék területén, jól láthatjuk, hogy a szőlővel foglalkozók száma megfelelő az elmúlt két évtizedben (Csizmadia 2005). Tapasztalatok szerint a drasztikus csökkenés első számú okozója az ültetvény tulajdonosok elöregedése. Ha családon belül nincsen, aki hajlandó lenne, tovább művelni a szőlőt akkor az ültetvényt vagy eladásra kínálják a szomszédos tulajdonosnak, vagy felajánlásra kerül a Földet Életjáradék program számára, amivel a Nemzeti Földalap kezelésébe kerül a parcella. Átmeneti jelleggel, 2008 és 2011 között lehetőség volt egy közösségi célprogramon keresztül egyszeri kompenzációt is kérvényezni az ültetvény végleges felszámolására⁴, aminek eredményeként a borvidéken 1079 hektár⁵ szőlő került ki a művelésből.

A még aktív termelők jellemzően őstermelőként művelik a 0, 3 – 0,6 hektáros volt szövetkezeti háztáji ültetvényeket, amelyeket egykor szövetkezeti tagságuk után kaptak, majd a szövetkezeti átalakulások során egyéni helyrajzi számon saját tulajdonukká váltak. A háztájit művelők számára a szőlőművelés kiegészítő tevékenység, évi egyszeri, pár százezer forintos bevétellel. Az apró területeknek köszönhetően nincs szükség külső munkaerőre, hiszen családon belül általában rendelkezésre áll elegendő munkakéz, habár előfordulhat, hogy a különböző gépi feladatokat szolgáltatók végzik el. A háztáji eredetű szőlő a nagyobb borászatok feldolgozóinak jelent alapanyagot. Az értékesítési-felvásárlási kapcsolatokat általában a földrajzi elhelyezkedés határozza meg, vagyis a helyben legközelebb eső borászatba kerül a szőlő, hiszen a kistermelők nem rendelkeznek megfelelő kapacitással ahhoz, hogy a borvidék másik végében található borászatba szállítsák a szőlőjüket, még ha ott esetleg magasabb is a felvásárlási ár. Habár az utóbbi években voltak jól jövedelmező szüretetek, a felvásárlási árak alakulására inkább a szélsőséges ingadozás a jellemző. Ennek köszönhető, hogy az elöregedésen túl, a tartósan alacsony felvásárlási ár a másik legerősebb tényező, ami a szőlőművelés feladásához és végeredményben ennek a gazdálkodói formának a további gyengüléséhez vezet.

² Részlet a kutatás során készített egyik interjúból.

³ A Mátrai Hegyközség Tanácsának adatközlése alapján

⁴ A 2000-es évek végén összeálló Európai Unió intézkedés csomaggal a döntéshozóknak az európai szőlő és borszektor megreformálása volt a célja, elsősorban a túltermelés visszaszorításával és a versenyképesség növelésével. Az intézkedések a magyarországi szőlő- és borgazdaságot az ültetvény kivágás és szerkezet átalakítási támogatásokon keresztül érintette a leginkább (European Court of Auditors 2012).

⁵ A Magyar Vidék Hálózat (MVH) nyilvántartása alapján.

3. Kisbirtokos családi borászatok

„Itt a Mátrában pedig kibontakozóban van, egy akár forradalminak is nevezhető összessége ezeknek a kis fiatal pincéknek. Javarészt fiatalok. Jó érzés, hogy mi a motorjai lehetünk ennek.”⁶

A kisbirtokos családi pincék 3 és 15 hektár közötti szőlőterületen szőlőtermesztéssel és saját szőlőbor készítéssel foglalkoznak. Gazdaságuk fő profilja a palackos, minőségi bor készítése és értékesítése, 10000 és 25000 letöltés közötti mennyiségben; ezen felül pedig nagyobb borászatoknak értékesítik a felesleges szőlőt, amivel szükség esetén tudják a termelést vagy a gyengébb évjáratok okozta kiesést kompenzálni. A kisbirtokos családi pincék vezetése általában két-generációs modellt követ, vagyis a szülők és a gyerekek is aktívan részt vesznek a mindennapi működtetésben és döntéshozatalban.

A családi birtokok a legtöbb esetben háztáji maradványokból indultak el és kettő, de nem ritkán három generáció munkája révén érték el mai formájukat. Több esetben jutott kulcsszerep az apák generációjának, akik a nagyszülők háztáji ültetvényeit megörökölve, illetve sajátjukkal kiegészítve, esetleg vásárlásokkal még növelni is tudták a család szőlőterületeit. A fejlődésnek ebben fázisában a gazdaságok szőlő és/vagy lédig bor⁷ értékesítéssel foglalkoztak, amiben változást a harmadik generáció színrelépése hozott. A ma 30-40 éves fiatalok, szakirányú végzettségük megszerzése, illetve néhány esetben külföldi gyakorlataik elvégzése után, a kétezres évek közepétől kezdtek bekapcsolódni a családi gazdaság működtetésébe. Mindez ritkán alakult súrlódásmentesen, hiszen az idősebbek kezdetben nem szívesen támogatták a hozamkorlátozáson alapuló, környezetkímélő termesztéstechnológiai műveletek és integrált növényvédelem használatát, a termék kommunikációban megjelenő „terroir” filozófiáról⁸ nem is beszélve. Az új generáció megjelenésének különös jelentőséget ad az, hogy a borvidékről sokáig hiányzott azoknak a borászoknak a csoportja, akik a Mátra borain ragadt hétköznapi jelzőt, minőségi boraikkal tudják felcserélni (Bányai 2012). A fiatalok eddigi sikerei azt mutatják, hogy ez a lassúnak ígérkező folyamat az utóbbi tíz évben elkezdődött.

Ennek a csoportnak a jellemző vonása az agrár-környezet gazdálkodási célprogramban való gyakori részvétel. Mindamelllett, hogy a részvételért többlettámogatás jár, ami fontos kiegészítő forrás a bevételi oldalon, a gazdák a legtöbb esetben meggyőződéssel vállalják a program feltételeit, ezzel is erősítve a kézműves, illetve „bio minőségre” alapozott termék kommunikációjukat. Megkerülhetetlen jelentősége van gazdaságfejlesztési lehetőségeikben az ültetvénytelepítési támogatásnak is, ami lehetővé teszi a kispincék számára, hogy saját ízlés és elképzelés alapján újítsák meg ültetvényeiket. A jellemző gyakorlat szerint a borvidéki trendeket csak részben követik, inkább olyan személyes kedvenc fajtákat telepítenek, amelyek szükségesek a pince elképzelt portfóliójához.

Piaci orientációjuk alapvetően a belföldi keresletet célozza, lehetőségeik azonban erősen korlátozottak. Limitált termelési kapacitásuk nem teszi lehetővé, hogy országos kereskedelmi láncokon keresztül értékesítsenek, hiszen ebben a szegmensben a 100 ezer palackos megrendelés a kiindulási alap. Ezért értékesítési lehetőségeiket elsősorban a minőségi borok piacát uraló szakkereskedéseknél keresik, hiszen a palackos bor piacon itt található a relatíve alacsony palackszámú kiváló minőségű termék az értő és fizetőképes kereslettel. Egy-egy szakkereskedés kínálatába bekerülni azonban nagyon nehéz és hosszadalmas munka, hiszen a

⁶ Részlet a kutatás során készített egyik interjúból.

⁷ A lédig bor a nagy mennyiségben termelt, szállított és értékesített folyó bor megfelelője.

⁸ A francia eredetű „terroir” kifejezés arra a szemlélet módra utal, ami a szőlő termőhelyek különlegességét és az ott készülő borok egyediségét akár a dűlő szinten is változó geológiai, talajtani, klimatikus és vegetációs viszonyok sajátos, komplex kapcsolatrendszeréből magyarázza (Unwin 2012).

kiváló minőségen túl, személyes kapcsolatokra, egy jól időzített média megjelenésre van szükség, de a pusztá szerencse sem elhanyagolható tényező. Jellemző példa erre az egyik gyöngyöspatai borász, akinek az első teljes évjárata az utolsó palackig (6000 palack) reprezentációs célokra ment el, anélkül, hogy bevételt vagy állandó megrendelést hozott volna. A vállalkozásfejlesztés másik nehézsége a likviditás biztosítása: banki hitelhez nem szívesen nyúlnak, illetve nem is jutnának hozzá, mivel a pénzügyi intézetek bizalmatlanul kezelik a nagy forgótőkével működő kisvállalkozásokat. Pedig általában nem hatalmas összegek hiányoznak a gazdaságból: láttunk példát arra, hogy egy kis ültetvény termése évekig azért nem került feldolgozásra, mert nem volt szabad pénzforrás a műveltetésére.

A sikeres pincék piacon való tartós megmaradásának két külső oka is látszik. A gazdasági világválság a luxusfogyasztási trendeket ugyan érdemben nem befolyásolta, de az értő és élvezeti borfogyasztók pénztárcája már nem mindig bírta el a hazai prémium kategóriák változatlanul magas árfekvését. Érdeklődésüket ezért a kevésbé ismert pincék borai felé fordították, amelyek alacsonyabb áron kínáltak hasonlóan magas minőséget. Tehát keresleti oldalon keletkezett egy piaci rés, amin keresztül a kevésbé ismert, fiatal pincék be tudtak törni a hazai minőségi borpiacra. Sikerüknek egy másik fontos tényezője az utóbbi években Budapesten zajló gasztronómiai forradalom, ami a főváros vendéglátóhely kínálatát elsősorban a *street food*, *fine dining* és *borbár* kategóriákban gazdagította, ami további értékesítési és kitérési lehetőségeket biztosít a mátrai borászok számára.

Foglalkoztatási oldalon a legjellemzőbb munkaerőforrás a család. Idegen munkaerő jellemzően csak két formában jelenik meg ebben az üzemtípusban: a napszámos kézi munkaerő a szezonális munkák során, illetve talajmunkát vagy növényvédelmet szolgáltató vállalkozó. Utóbbi kiváltása minden esetben célja a gazdáknak, hiszen a költségek feleződésével jár, ha saját gépekkel tudnak művelni. A teljes gépesítésre azonban sehol sem törekszenek, hiszen a kézimunka fontos eleme a kézműves márka építésének. Nem ritka eset, hogy a pincészet borász pozícióját betöltő családtagnak a gazdaságon kívüli főfoglalkozása is van, amit a jól szervezett családi munkamegosztás tesz lehetővé. Ennek jellemző formája az, hogy a szülők a szőlőművelésben, a házastársak a gazdaság adminisztratív jellegű munkáiban segédkeznek, míg a borkészítésért és a termék kommunikációjáért az új generáció képviselője a felelős.

A borvidéken betöltött szerepük szempontjából a családi pincéknek kettős a megítélésük. Egyrészt a harmadik generáció színrelépésével megjelent a borászoknak az a csoportja, akik magas színvonalú munkájukkal, tudatos névépítési stratégiájukkal a Mátrai borvidék húzó borászaivá, arcaivá válhatnak a jövőben, betöltve azt a szerepet, ami sokáig hiányzott a borvidéken. Másrészt egyértelműen kitapintható, hogy lendületes, ambiciózus terveikkel és elképzeléseikkel sokszor kiváltják az idősebb generáció nemtetszését. A tapasztalatok szerint a köztes véleményt a mátrai származású fiatalok képviselik, akik általában megengedőbben nyilatkoznak a helyi borvidéki rezsimegítőről. Az ellentétek általában a borvidéki termék-leírás és eredetvédelem megítélése körül erősödnek fel, aminek az egyik következménye az, hogy a fiatalok, - elsősorban a borvidéken kívüliek -, tudatosan megkerülik a borvidéki rezsimeget és nem a legmagasabb termék-kategóriában hozzák ki a legjobb minőségű boraikat. Ezzel viszont nem segítik a mátrai eredetvédelem működését, aminek éppen a Mátrában készült borok védelme és presztízsének építése lenne a célja.

4. Szőlőművelő közép- és nagybirtokok

„A nagyszámú fajtának köszönhetően nem nehéz kirakni a kamiont egyéb adott specifikus fajtával sem, ez csak logisztika kérdése. Mert minden van. A szállító eszköz a kezünkben van és, hogy a kamionra öntöm, vagy az üzembe viszem, ezt már én szabályozom”.⁹

A Mátrai borvidéken a szőlőtermesztés gerincét a közép- és nagybirtokos gazdaságok adják. Ezek a gazdaságok a saját szőlőterületeiken megtermelt szőlőt a borvidék nagyüzemeinek, vagy borvidéken kívüli felvásárlóknak értékesítik. Habár sok esetben bort is készítenek, annak mennyisége általában éppen annyi, hogy elég legyen reprezentációs alkalmakra, illetve a minimális helyi értékesítésre.

A 10 és 100 hektár közötti birtokok eredetét a kispincék ültetvényeihez hasonlóan, szülői vagy nagyszülői maradvány háztájikra lehet visszavezetni. A gazdaságok indulásának nem volt egy jellemző időszaka, inkább az látszik, hogy a '90-es években induló gazdaságoknál kárpótlási és részarány alapú földszerzés zajlott, míg a 2000-es években már a földpiacon jutottak ültetvényekhez a gazdák. A gyarapodásnak fokozatosságot minden esetben az elaprózott birtokszerkezet adott, tehát jellemzően egykori apró háztáji parcellák mentén lehetett csak a birtokokat növelni. A növekedésben a vásárlás vált dominánssá, a bérlés kínálta lehetőséggel még ma is kevesen élnek. Ez két szempontból is érthető: egyrészt a közelmúltig nagyon kedvezőek voltak a földárak, másrészt bérelt ültetvényen nem éri meg újraterelítésbe vagy szerkezetátalakításba beruházni, hiszen ilyen esetben csak a felépítmény lenne a gazda tulajdona, a föld nem, vagyis egy bérlő váltással a gazdát komoly veszteség érné. A terjeszkedés irányait illetően a termőhelyi adottság nem döntő tényező, hiszen a vezérelvet mindenesetben a könnyű megközelíthetőség és az ültetvények blokkosításának lehetősége adja.

Ültetvényrekonstrukció tekintetében a gazdák telepítései követik a borvidéki és országos trendeket, még akkor is, ha megjósolhatatlan, hogy 10 év múlva mely fajták lesznek a keresettek itthon és a világban. Ettől függetlenül fajtaösszetételükre a sokféleség a jellemző, amivel a termelés bizonytalanságából és a felvásárlási árak kiszámíthatatlanságából származó kockázatokat próbálják csökkenteni. Szőlőterületeik megművelésére a gazdák saját eszközparkkal rendelkeznek, amivel akár bérművelő szolgáltatást is tudnak nyújtani. Az agrár-környezet gazdálkodási célprogramban való részvétel az ő esetükben is gyakori, de motivációt elsősorban a többlettámogatás jelent és nem a környezeti fenntarthatóság iránti elköteleződés.

A közép és nagybirtokos gazdaságok az értékesítési lehetőségeiket borvidéken belül és kívül egyaránt keresik. Termelési mennyiségüknél fogva a nagyüzemek állandó, leszerződött beszállítói, tehát nem jellemző, hogy pár forintos ár különbség miatt évente más feldolgozóknak adnák el a termésüket. Annál is inkább nem, hiszen többletbevételt éppen a borvidéken kívüli üzletekből tudnak elérni. Ezekben a kapcsolatokon keresztül a szőlő általában olasz, cseh, szlovák vagy az alföldi borrhégióban működő borászatokhoz kerül. Az export rendelések szervezésében gyakran megjelennek harmadik félként a borügynökök, akik már a szövetségi időszak óta foglalkoznak a mátrai borok és szőlők kiközvetítésével, cseh, szlovák, német és olasz piacokra.

A gazdaságok foglalkoztatási jellemzőit a birtokméretük határozza meg. Általában 10 hektár felett válik szükségessé egy állandó alkalmazott foglalkoztatása, a megfelelő minőségű munkaerő megtalálása azonban sokszor nehézségekbe ütközik. A tapasztalat az, hogy hiány van olyan megfelelően képzett szakemberekből, akik megbízhatóan tudnák ellátni a hagyományos vincelléri feladatokat. A gondot általában az okozza, hogy ehhez sokrétű

⁹ Részlet a kutatás során készített egyik interjúból.

elvárásnak kell megfelelni: a lelkiismeretes hozzáállás mellett érteni kell a szőlőműveléshez és a borkészítéshez is, emellett vezetői képességekkel is rendelkezni kell a napszámos brigádok irányításához.

Az ilyen nagy felületű ültetvények művelésében a betakarítás során van a leginkább igény nagyszámú kézimunkaerőre. Ilyenkor akár 50 – 100 napszámossal is számolniuk kell a gazdáknak, bár a munkaerő igényüket befolyásolja, hogy a feldolgozó üzemek hány napot adnak egyes fajták szüretelésére. A jellemzően pár napos szüretnek miatt a trend az, hogy a betakarítást egyszerre kezdik minden gazdaságban, vagyis az elérhető szabad napszámos munkaerő hamar foglalttá válik, ezért a gazdák már jó előre próbálnak napszámos brigádokat lekötni, akik megyén belülről és kívülről egyaránt érkehetnek.

5. Feldolgozó üzemek

„Nekünk azzal kell főzni, amit kapunk. Ki kell hozni egy egységes minőséget. A mi piacunk nem tolerálja a különbségeket az évjáratok között. Egy kistermelőnél az egyik évjárat ilyen, a másik olyan. Éven belül és évek között sem lehet minőségi különbség, tehát állandó sztenderdet kell hozni. A mi termelésünk úgy be van szabályozva, mint egy csavargyárban, mert specifikációk alapján kell dolgozni.”¹⁰

A Mátrai borvidéken öt nagyobb, országos tekintetben is jelentős kapacitással dolgozó borászati nagyüzem működik. Tevékenységüket illetően nagyüzemi borkészítéssel foglalkoznak, amit palackos és lédig formában, belföldi és külföldi piacokon egyaránt értékesítenek. Az üzemek egytől-egyig termelészövetkezeti és állami gazdasági örökséget tovább működtetve tevékenykednek, ma már minden esetben privatizált formában.

A befektetői tőke változatos helyekről érkezett az átalakulásba belebukó termelészövetkezetek felvásárlására: a külföldi tőkét egy európai mércével mérve is jelentős német mamut borász cég képviseli, a hazai érdekeltségek között pedig találunk az alföldi borrégióból származó befektetőket, illetve a borgazdaságon kívülről érkező vállalkozások képviselőit. Kivétel ez alól egy termelő szövetkezet utódszervezete, ahol a kilencvenes években sikerült családi tulajdonba menteni a szövetkezeti vagyont, mellé pedig annyi szőlőterületet vásárolni, amivel az üzem már képes a saját lábán megállni.

Az üzemek termelési kapacitása 10 és 90 ezer hektoliter között mozog, amit ipari körülmények között, nagyüzemi technológia használatával termelnek meg. Termék portfóliójuk nagyban különbözik a kispincészetek kézműves boraitól, hiszen élelmiszeripari üzemként, termék specifikációk szerint dolgoznak, amelyek vagy a megrendelő kívánságai, vagy saját márkáik igényei szerint állnak össze. Ez azt jelenti, hogy minden évjáratnak ugyanazt a minőséget kell produkálnia az alapanyag minőségétől függetlenül. Ennek az elvárásnak pedig csak úgy lehet megfelelni, ha rendelkezésre állnak azok a nagyüzemi borászati technológiák, amelyek garanciát jelentenek arra, hogy az elsőtől, az utolsó lépésig irányítottan lehet a heterogén minőségű alapanyagból egynemű borokat készíteni. Technológiai felszereltségüket tekintve, ez nagy szériás termelésre alkalmas modern, saválló acélból készült eszközök használatát jelenti, amelyekkel reduktív borokat állítanak elő.

Az interjúk alapján készült becslés szerint az öt üzem a borvidék éves termésének megközelítőleg a felét dolgozza fel, ami körülbelül 2500 hektárnyi ültetvény 200 ezer mázsa szőlőjét jelenti. A borvidéki szőlő felvásárlását jellemző éles versenyhelyzetben az üzemek különböző stratégiákat követnek, hogy biztosítsák a termeléshez szükséges alapanyag mennyiséget: két borászat saját területéről származó szőlőt dolgoz fel (Borpalota és Solybor

¹⁰Részlet a kutatás során készített egyik interjúból.

Kft.), míg a három másik üzem kizárólag felvásárlásból jut alapanyaghoz. Utóbbiak esetében két eltérő gyakorlatot látunk a saját termelői körük megtartására. A térség egyetlen volt állami gazdaságának az utódszervezete szerződéses alvállalkozókkal vásároltat fel a borvidék több pontján, amivel elérik, hogy a termelőknek ne jelentsen plusz költséget a szőlő Gyöngyösre szállítása. Az alvállalkozókon keresztül a cég igény esetén termelési előleget is biztosít, továbbá egy minimum felvásárlási ár és egy négy százalékos garancia kifizetését is garantálja. Ezzel szemben a vidék egyik nagy múltú szövetkezetének az utódszervezete, aktív szervezéssel próbálja termelőit az üzem működésébe integrálni. Az egykor Közép-Európa legnagyobb összefüggő szőlőterületén gazdálkodó szövetkezet, - később részvénytársaság - integrátori jelentősége a 2008-as felszámolás idejére a termelői bizalomvesztésnek köszönhetően jelentősen visszaszorult. Az új tulajdonosok által kinevezett, a borvidékre kívülről érkező új ügyvezető első feladata az volt, hogy új formát adjon az üzem és a nagyrédei termelők közötti kapcsolatnak. Bevezették az ún. középtávú feláras szerződést, amiben az üzem vállalja, hogy a felvásárlási áron felül, különként plusz 5-10 forintot fizet a termelőknek. A többlet pénz már éppen elég motiváció, hogy helyben tartsa a termelőt, azzal pedig, hogy a kifizetését tavaszra, a földi munkák kezdetére időzítik, a termelés finanszírozását is segítik. Ezen felül, a szőlőművelési munkákat szolgáltatás formájában, csomagokra bontva is igénybe lehet venni, amit a szövetkezet szolgáltatási üzemágát tovább működtető anyacég biztosít. A helyi szőlőtulajdonosok fogadókészségét mutatja, hogy három év alatt a négyszeresére nőtt az a szőlőterület, amit az üzem ebben a formában bérmevel. A biztos alapanyagforráson túl, ez lehetőséget ad a borászatnak arra is, hogy saját szőlészeik az ültetvényeket járva állandóan ellenőrizzék a szőlők várható minőségét és terméshozamát, ami némi versenyelőnyt biztosít számukra a szüret alatt. Az aktív kapcsolat nem ér véget a főszezon végeztével, ugyanis a téli holtidőszakban a borászat ismeretterjesztő estéket szervez a termelőinek, ahol különböző praktikus témákról (növényvédelem, jövedéki adózás) szőlő előadások után jó hangulatú borkóstolásra is sor kerül.

Ami közös vonás az üzemek alapanyag felvásárlási módszereiben az az, hogy irreálisan korán kezdik a szüretet, félve attól, hogy a borvidéken kívüli felvásárlók árban feléjük ígérve, elviszik a szőlőt előlük. Ugyanakkor, a korai érésű fajtákat leszámítva az augusztusi szüretből csak mérsékelt vagy gyenge minőségű alapanyag származik, amiből csak a főborászok borkezelési szaktudásán és leleményén múlik a kívánt minőségű bor előállítás.

A borvidék nagyüzemeinek piaci orientációját több szempontból is a kettőség jellemzi, hiszen külföldi és belföldi értékesítési csatornákkal is rendelkeznek, ezeken keresztül pedig lédig és palackos formában is kereskednek boraikkal. A legértékesebb piaci kapcsolatok értelemszerűen azok, amelyek palackos bort vásárolnak. Ebben a szegmensben jelentős mennyiséget csak két cég exportál. Egyikük 1,5 millió saját letöltésű palackot értékesít Angliában, míg a másik a német tulajdonosa révén Németországban talál piacot a Gyöngyösön készülő, de a saját, német palackozójában letöltött borainak. Mindkettő régóta fennálló, bejáratott kapcsolat, amit az adott fajta iránti biztos kereslet tart életben. Ilyen például a német ízlésnek kedves illatos Leányka, amit a német tulajdonos már a szocializmus idején is nagy tételben vásárolt fel a vidéken.

A hazai palackos piacon, az országos kereskedelmi láncok polcain való jelenlétnek van igazán súlya. Az öt mátrai nagy borászat közül ilyen kapcsolattal csak három rendelkezik, a maradék kettő üveg vagy PET palackos kiszerezésben próbálja értékesíteni azokat a borkészleteket, amiket folyóborként nem sikerül eladniuk. A hazai kereskedelmi láncok, partnerségi gyakorlatukat tekintve, hasonlóan működnek, mint a szakkereskedések a kispincészetekkel. Kétség kívül ők jelentik a tömeg palackos szegmens legfontosabb értékesítési csatornáit, ezért megkerülhetetlenek, cserébe viszont helyzeti előnyükkel visszaélve saját költségeiket gyakran a beszállítókkal fedeztetik. Jó példa erre a kötelező készletfinanszírozás 72 órás beszállítási

kötelezettséggel, a „polcpenz” vagy a kötelező akcióztatás. A kereskedelmi láncok beszerzési politikáján túljutva, a boroknak még meg kell vívniuk a maguk csatáit a versenytársakkal is, amit két tényező különösen megnehezít. Egyrészt, az áruházláncok árképzése a mátrai borokat maximum a közép árkategóriában (1500 forint) teszi ki a polcokra, de inkább az 1000 forint alatti ár a jellemző. Ebben a sávban a magyar piacon viszont hatalmas a túlkínálat. Ennél is nagyobb a küzdelem a legalsó árkategóriában, ahol jellemzően a legalacsonyabb besorolású ún. „Földrajzi jelzés nélküli” borokat találjuk. Ebben a szegmensben az árat a palackonkénti pár száz forintos, „ún. „koccintós” bort előállító borászatok dömping árképzése diktálja, amivel szemben nagyon nehéz versenyben maradni a legmagasabb eredetvédelemmel ellátott, de a sokszor még mindig „tömeg borként” jegyzett mátrai borokkal (Eperjesi et al 2010).

6. Befejezés

A tanulmány bemutatta a Mátrai borvidéken ma működő szőlész- és borászgazdálkodók négy típusát. Az első és számosságát tekintve a legáltalánosabban elterjedt típus a *maradvány háztáji szőlőket művelők csoportja*, akik aktív foglalkozás vagy nyugdíj mellett, melléktevékenységként művelik a szőlőiket. A második csoport a *kisbirtokos családi pincéket* foglalja magába, akik 3 - 15 hektár körüli ültetvényeiken termelik meg minőségi boraikhoz a szőlőt. A *közép- és nagybirtokos szőlőművelők csoportjába* tartozó gazdaságok főprofilja a szőlőtermelés, amit rendszerint a térség nagyüzemi feldolgozóinak és külföldre értékesítenek. A borvidékre jellemző üzemtipológia utolsó típusaként a *borászati feldolgozóüzemeket* határoztuk meg, amelyek nagy mennyiségben készítenek és értékesítenek palackos bort a hazai kereskedelmi láncoknak, illetve termelnek lédig bort hazai és külföldi borászatok számára. Láttuk, hogy a négy forma termelési filozófiájában, üzemméretében és értékesítési lehetőségeiben lényeges különbségek vannak, melyek időnként érdekellentétekhez esetleg konfliktusokhoz vezethetnek. Ezeknek a problémaköröknek a bemutatására ennek a dolgozatnak a keretei azonban nem adtak lehetőséget, ezért azt szándékaink szerint további publikációk formájában fogjuk közre adni.

Irodalomjegyzék

- Bányai, G. B.: Nagy magyar boratlasz. Mountner és Pitman (2012).
Csizmadia, L.: Mátraaljai borok könyve (2. javított kiadás). Magyar Képek Kiadó (2005).
Eperjesi, I., Horváth, Cs., Sidlovits, D., Pásti, Gy. és Zilai, Z.: Borászati technológia I. Mezőgazda kiadó (2010).
European Court of Auditors: The reform of the common organisation of the market in wine: Progress to date. Luxemburg (2012).
Unwin, T.: Terroir: At the heart of Geography. In: The geography of wine. Daugherty, P.H. ed. (37 – 48). Springer (2012).

Szerző

Király Gábor. Magyar Tudományos Akadémia, Közgazdasági és Regionális Kutatások Központja. 1112, Budapest, Budaörsi út 45. kiralyg@rkk.hu.

Köszönetnyilvánítás:

A szerző köszönettel tartozik a tanulmány elkészítéséhez nyújtott segítségéért a Mátrai Hegyközségek Tanácsa, a Hegyközségek Nemzeti Tanácsa és a gyöngyösi Vachott Sándor Városi Könyvtár munkatársainak.