

MOLNÁR BLANKA

3. aktív félév

Kereskedelem és marketing

BGE KKK

Konzulens:

Dr. Harsányi Dávid

Egyetemi docens

BGE KKK

A MAGYAR BORPIACRA LÉPÉS LEHETŐSÉGE NAPJAINKBAN

A dolgozat célja, hogy átfogóbb képet kapjunk a magyar borpiacon rejlő értékesítési lehetőségekről, főként, ha ismeretlen termelőként egy új termék bevezetése a cél. Számos borászat vezet be újabb és újabb bormárkát a magyar piacra, de vannak olyanok is, akik a régi termékeiket próbálják új csomagolásban forgalmazni, mely nem mindig hoz megfelelő eredményt. Borászokkal való beszélgetéseim során felmerült bennem, hogy a magyar borpiac túltelített. Kutatási kérdésem éppen ezért erre fókuszál; érdemes-e Magyarországon bevezetni egy új borfajtát, tapasztalható-e a piacon túlkínálat, amely a borászok számára hátrányt jelenthet az új termék bevezetésében, a brandépítésben, akár kezdő borászok esetében is?

A szekunder részben átfogó képet adok a magyarországi borhelyzetről, melyet szakirodalmi forrásokból, illetve online fellelhető cikkekből állítok össze. Egy új termék bevezetésekor fontos tisztában lenni a jó marketingstratégia, a tervezés és a kivitelezés ismérveivel, így ezekre is nagy hangsúlyt fektetek dolgozatomban, melyek feldolgozásához szintén online fellelhető cikkek, szakirodalmak és folyóiratok szolgáltak. A primer kutatási részben vizsgálom a célközönség véleményét, hiszen egy termék sikerességéhez a vásárlók igényeihez való alkalmazkodás a kulcs. Ennek alapját egy online kérdőív jelenti, valamint a másik oldal, a borászatok vizsgálata interjúk segítségével történik.

A kutatásaim megmutatták, hogy a magyar piac valóban telített, kezdő- és kis családi borászatként manapság szinte lehetetlen bejutni éttermekbe, vinotékákba, mert a nagyobb nevek kiszorítják őket. Folyamatos probléma a mennyiségi bortermelésre való átállás is, emellett minden pincészet igyekszik alkalmazkodni a trendekhez, még ha nem is érnek el vele hatalmas sikereket. Ennek megoldása a megfelelő kooperáció lehetne, ami Magyarországon eddig kevésbé eredményes. Érdemes lenne a fiatalokat a minőségi borfogyasztásra ösztönözni, akár borestek, borklubok szervezésével, hiszen ők alkotják a jövő fogyasztóit.