

A sörturizmus megjelenési esélyei a hazai turisztikai piacon – a sör fogyasztási szokásainak és a potenciális kereslet felmérésének első tapasztalatai

The chances for market entry of beer tourism in the domestic tourism market – the first experiences of the survey of beer consumption and the potential demand

CSAPÓ JÁNOS

Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajzi Intézet, Turizmus Tanszék,
csapoj@gamma.ttk.pte.hu

WETZL VIKTOR

Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajzi Intézet, Földtudományok
Doktori Iskola, viktorwetzl@gmail.com

Absztrakt

A legújabb nemzetközi és hazai turisztikai trendek kapcsán a tanulmány szerzői egy új gasztroturisztikai szegmens, a sörturizmus esélyeinek és lehetőségeinek kutatását tűzték ki célul, melynek keretein belül jelen tanulmány a sör fogyasztásának és a sörturizmus hazai keresleti trendjeinek vizsgálatával foglalkozik. Felismerve a témakör hazai fogyasztási és turisztikai folyamatokban is betöltött szerepét, az elmúlt években megjelentetett munkáink elsősorban a sörturizmus elméleti megalapozásával és a hazai kínálati trendek bemutatásával foglalkozott. Az utóbbi években megfigyelhető erőteljes – mind a nagyüzemi termelők által készített sörök, mind a kézműves sörök piacán tapasztalható – kínálati bővülés azonban természetesen nem mehetett volna végbe a keresleti trendek változása nélkül. Tanulmányunk a sör(turisztikai) fogyasztói szokások megismerését tűzte ki célul, kiegészítve egy, a közelmúltban végzett kérdőíves kutatás tapasztalataival, melynek kapcsán arra próbáltunk válaszokat kapni, hogy létezik-e hazánkban is megfelelő kereslet a sörturizmus különböző megjelenési formái iránt.

Kulcsszavak: sörfogyasztás, sörturizmus, Magyarország, keresleti trendek

Abstract in English

Based on the most recent international and domestic trends of tourism the authors of this paper aimed to focus on the chances and possibilities of a new segment of gastro tourism, beer tourism, where the present research deals with the survey of the consumption and domestic demand trends of beer. Recognising its role in the Hungarian consumption and tourism processes our earlier works primarily dealt with the theoretical bases of beer tourism and the introduction to the domestic supply. However, the dominant increase of supply – both at the great-scale beer factories and craft beer market – could not be realised without the change of the demand trends. Our study aimed to recognise beer (tourism) consumption habits complemented with the observations of a recent questionnaire survey where we tried to have answers whether Hungary possesses enough demand for the different forms of beer tourism.

Keywords: beer consumption, beer tourism, Hungary, demand trends

1. Bevezetés

A tanulmány szerzőinek véleménye szerint ma már nemcsak a világban, hanem hazánkban is zajlik egy (minőségi) sörforradalom, amivel párhuzamosan egyre komolyabb igény mutatkozik a magyar sörkultúra kialakítására, melynek során a minőség és az értékek biztosítása mellett a turizmus is fontos szerepet tölt(het) be.

Mindezen hipotézisünket egyrészt alátámasztja a hazai sörgyártás évszázados tradíciója (a Pécsi Sörfőzde 1848 óta, a Dreher Sörgyárak Zrt. 1854 óta működik), másrészt pedig a nemzetközi trendeknek megfelelően a sör mint ital átértékelődése, újrapozicionálása is, hiszen a kézműves sörök fogyasztása és a kisüzemi sörfőzdek tevékenysége is egyre növekvő népszerűségnek örvend (Bujdosó Z. – Szűcs Cs. 2012a, 2012b, Csapó J. – Pintér R. – Wetzl V. 2016).

Kutatásunk fő célja felmérni és feltárni a sör fogyasztásának hazai trendjeit, amellyel alapvetően arra szeretnénk választ találni, hogy létezik-e hazánkban megfelelő kereslet a még gyerekcipőben járó sörturizmus kiépítésére. Korábbi munkáink kapcsán már foglalkoztunk a sörturizmus elméletét megalapozó témakörökkel, illetve felmértük a hazai sörgyártás területi aspektusait, a sörutak kialakításának lehetőségét és a sörgyártásban rejlő ipari örökségek és ezáltal örökségturizmus lehetséges formáit is (Csapó J. – Wetzl V. 2015, Csapó J. – Wetzl V. 2016, Csapó J. – Pintér R. – Wetzl V. 2016).

A tanulmány tehát egy, a közelmúltban felértékelődő és egyben újrapozicionálódó ital, a nagyüzemi és a kézműves sör hazai fogyasztásának trendjeit veszi górcső alá. A véleményünk szerint Magyarországon a turizmusföldrajzban és a marketingben eddig még igen kevésbé megkutatott területet publikáló tanulmányban elsősorban arra keressük a választ, hogy a sörfogyasztásban fellépő – nemzetközi trendekre is reflektáló – hazai sörfogyasztás megfelelő alapot tud-e biztosítani a sörturizmus különböző válfajainak.

Véleményünk szerint továbbá a sörfogyasztásnak hasonló rangú és pozíciójú kultúráját lehet kiépíteni hazánkban, mint ami a rendszerváltás utáni időkben ment végbe a bor és a pálinka kapcsán.

2. Módszertan

A kutatás folyamán a szerzők egyaránt alkalmaztak primer és szekunder kutatási módszereket. A szakirodalmi feldolgozás kapcsán elmondható, hogy a hazai szerzők igen kevésbé foglalkoztak a magyarországi sörfogyasztás alakulásával, trendjeivel. Ezen megállapításunk egyaránt vonatkozik a történettudománnyal, turizmussal és a marketinggel foglalkozó szakemberekre, amelyet mi sem bizonyít jobban, mintsem hogy az mtmt adatbázisában sörfogyasztással foglalkozó munkák közül mindössze 9 darabot találunk, ezen tanulmányok pedig egytől egyig történeti vonatkozásban vizsgálták a témakört.

A szekunder források másik bázisát nemzetközi és hazai iparági jelentések, termelési és fogyasztási szokásokat feldolgozó statisztikai háttéranyagok adták (Europe Economics – The Brewers of Europe 2016).

Primer kutatásunk a már korábbi munkáinkban is hivatkozott – sörtermelőkkel és vendéglátókkal folytatott – interjúkra és mélyinterjúkra, továbbá egy kérdőíves kutatás eredményeire épít. Így mélyinterjúk készültek kézműves sörfőzde ügyvezetőkkel (Késmárki Katalin – Magyarhertelend, Kiss László – Dombóvár, Karl Ákos – Mecseknádasd), illetve interjút készítettünk számos kézműves sört is forgalmazó vendéglátóval főleg a Dél-Dunántúlon. Az interjúkat és mélyinterjúkat tehát a pécsi kézműves sörivók tulajdonosaival, üzemeltetőivel és a kézműves sörök előállító manufaktúrákkal készítettük, így összesen 22 szakmabeli véleményét dolgoztuk fel munkánkban.

A kérdőíves felmérést 497 fő megkérdezésével végeztük el, itt a témának köszönhetően a 18 évnél idősebb korosztály került be a megkérdezettek körébe. A kérdőívesítés kapcsán ki szeretnénk hangsúlyozni, hogy természetesen nem reprezentatív felmérést végeztünk, az

online és papír alapú megkérdezések folyamán egy első benyomást szeretnénk volna szerezni a kereslet oldaláról a hazai sörfogyasztási szokásokról.

Az online kérdőívvezés az egész országra kiterjedt, minden megyéből legalább 25 válaszos lekérdezést végeztünk. A beérkezett válaszokat MS Excel-ben kódoltuk, majd a táblán egyszerű statisztikai próbákat futtatunk le (pl. korreláció) annak érdekében, hogy megtudjuk az egyes általunk leszűrt csoportok sörvásárlási, sörfogyasztási szokásait. Így tehát alapvető összefüggés vizsgálatokat, valamint kifejezetten egyes kohorszok, vagy előre meghatározott demográfiai csoportok hajlandóságát vizsgáltuk az adatok egyszerű szűrésével.

3. Eredmények

3.1. Sörfogyasztási szokások és trendek Európában

A hazai sörfogyasztással kapcsolatos turisztikai kereslet és egyben fogyasztási szokások felmérése kapcsán első körben kíváncsiak voltunk a tágabb értelemben vett piaci trendekre, így az európai sörfogyasztás trendjeit vettük górcső alá.

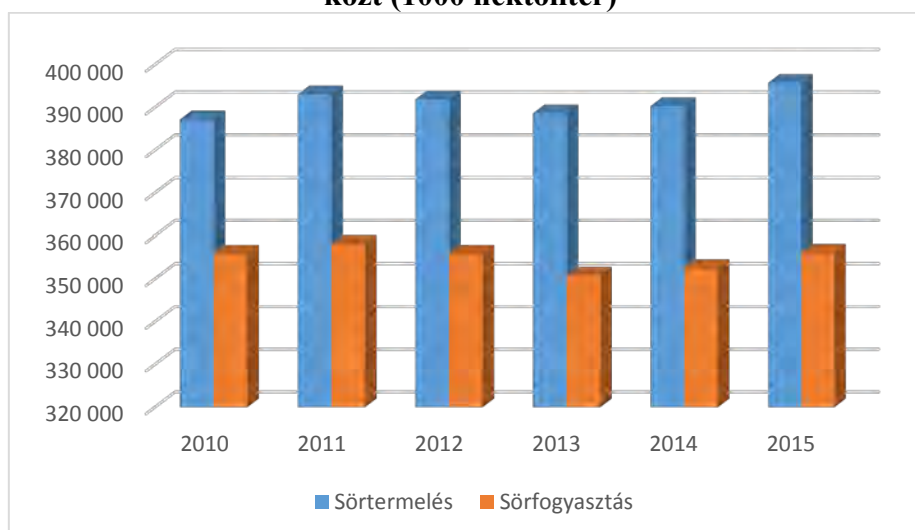
Az általunk feldolgozott adatbázisok és iparági jelentések közül a leghasznosabbnak a The Brewers of Europe és a Europe Economics közös kiadványa, a 2016-os „The Contribution Made by Beer to the European Economy” bizonyult.

A tanulmány kiemeli, hogy a sörgyártás Európa szerte mintegy 2,3 millió főt foglalkoztat, becslések szerint pedig 1 sörfőzdei állás további 17-et generál a gazdaságban (az ellátás, a mezőgazdaság, a kereskedelem és a vendéglátás területein). A legutóbbi évek egyik leglátványosabb jelensége a sörfőzdek számának drasztikus növekedése volt, amely jelenség egyébként a hazai kínálati trendek növekedésével is párhuzamosan ment végbe. Ma az Európai Unió területén mintegy 6500 sörfőzdet tartanak nyilván.

Jelen tanulmány szempontjából azonban jóval fontosabb megállapítás, hogy megnövekedett a sörfőzdek újabb termékek iránti innovációs és befektetési hajlama, a gyártott termékek diverzifikációja, ami természetesen logikus lépés a fogyasztók oldaláról megjelent fogyasztási szokásoknak, trendeknek adott válaszok tekintetében.

Az Európai Unió sörtermelése és sörfogyasztása a legfrissebb statisztikák tükrében enyhén hullámzó, a sör termelése és fogyasztása úgy tűnik elérte a kereslet maximumát (1. ábra). A sörfogyasztás európai uniós átlaga 2015-ben 70 liter volt.

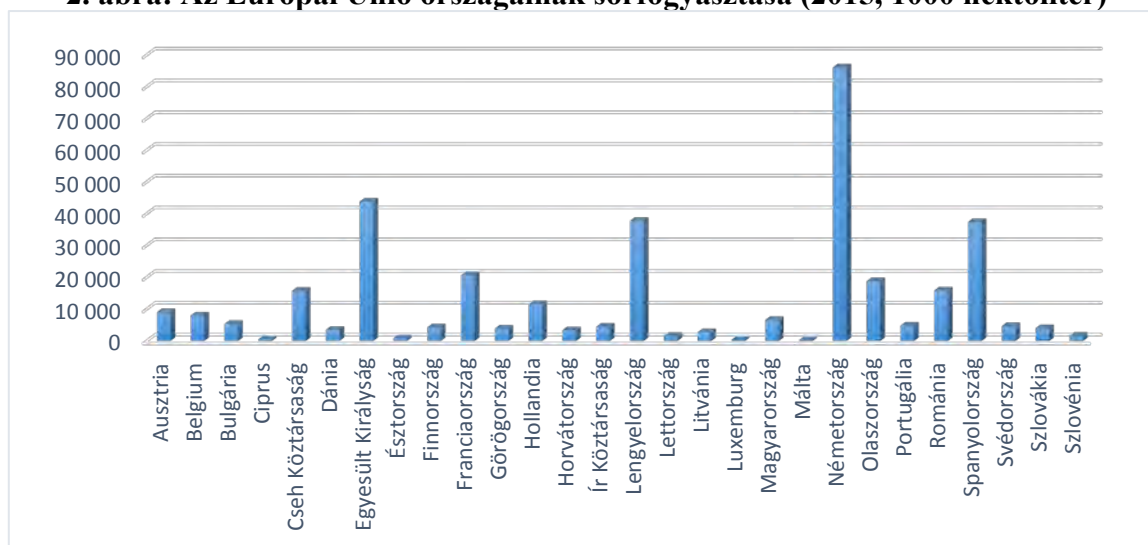
1. ábra: Az Európai Unió sörtermelésének és sörfogyasztásának alakulása 2010-2015 közt (1000 hektoliter)



Forrás: Europe Economics – The Brewers of Europe (2016) adatai alapján saját szerkesztés

Ha az európai országok összes sörfogyasztását vesszük górcső alá egyértelműen kirajzolódnak a kontinens legnagyobb sörfogyasztói, melyek közül leginkább Németország emelkedik ki a 2015-ös évi 86 millió hl-es fogyasztásával (2. ábra).

2. ábra: Az Európai Unió országainak sörfogyasztása (2015, 1000 hektoliter)

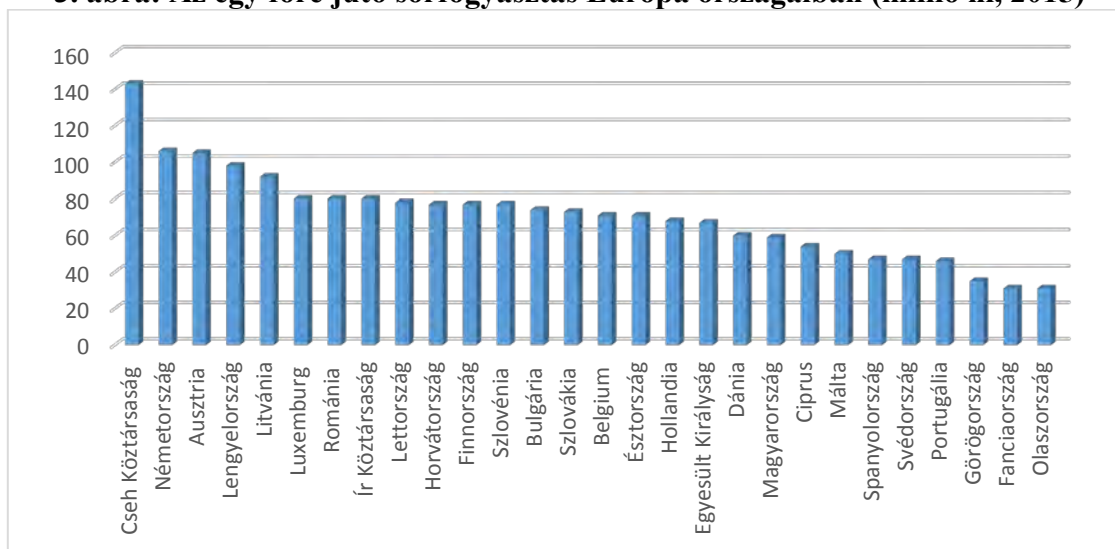


Forrás: Europe Economics – The Brewers of Europe (2016) adatai alapján saját szerkesztés

Az európai országok népességszámából és sörfogyasztási szokásaiból adódóan nem meglepő Németország elsősége, továbbá az Egyesült Királyság, Lengyelország vagy Spanyolország pozíciója sem – ez utóbbit persze inkább borfogyasztónak gondolhatnánk –, azonban érdekes eredmények születnek akkor, amikor az egy lakosra jutó fogyasztási adatokat vizsgáljuk (3. ábra).

Ez alapján a – fogyasztási szokásokat már árnyaltabban mutató – adat alapján immár a Cseh Köztársaság válik Európa vezető sörfogyasztójává a teljes lakosságra vetített 143 literrel. A mutató szerint a sörfogyasztás „éllovasai” a cseheken kívül, Németország, Ausztria, Lengyelország és Litvánia, hazánk az egy főre jutó 59 literrel a lista utolsó harmadában foglal helyet.

3. ábra: Az egy főre jutó sörfogyasztás Európa országaiban (millió hl, 2015)

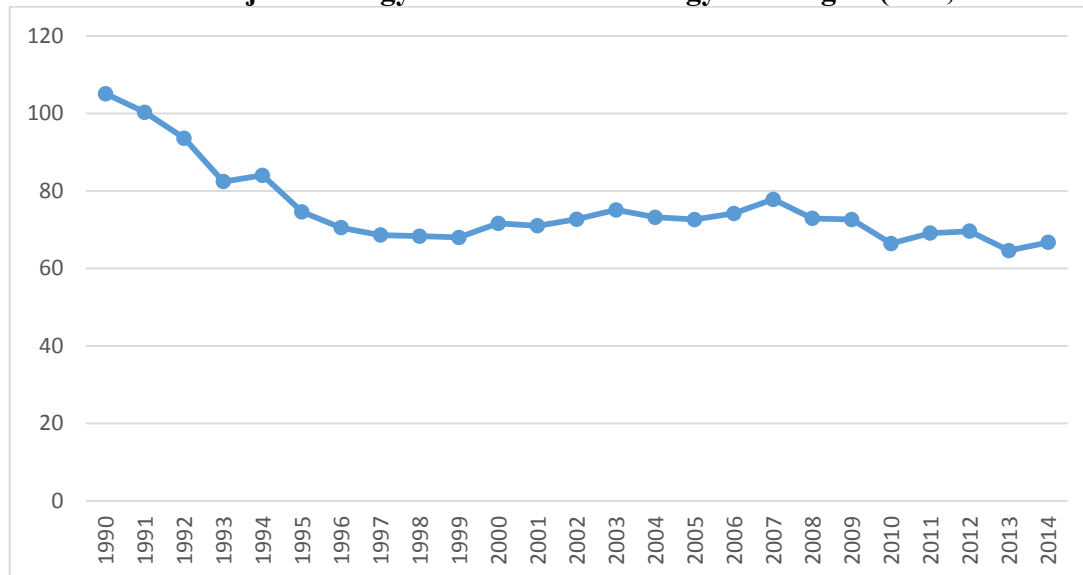


Forrás: Europe Economics – The Brewers of Europe (2016) adatai alapján saját szerkesztés

3.2. A sörfogyasztás magyarországi alakulása

Annak ellenére, hogy az elfogyasztott mennyiség alapján Magyarország nem tartozik a világ legnagyobb sörfogyasztói közé (2–4. ábra) a tanulmány szerzői úgy vélik, hogy – hasonlóan a borfogyasztáshoz – a minőségi sörfogyasztás és sörturizmus kialakításának mégis megfelelő alapjai találhatóak az országban (Csapó J. – Wetzl V. 2015).

4. ábra: Az 1 főre jutó sörfogyasztás alakulása Magyarországon (liter, 1990-2014)



Forrás: KSH, 2016

Az egy főre jutó sörfogyasztás mennyisége 2010 óta lényegében a 66 és 67 liter közötti értékeket mutatja, ami az 1990-es 100 liter feletti mennyiséghez képest kevés ugyan, nem szabad azonban elfeledkezni a fogyasztási szokások azóta bekövetkezett változásáról egyrészt a fizetőképes kereslet csökkenése, másrészt pedig az alkoholfogyasztási szokások átalakulása és kisebb mértékben az egészségesebb életmódra való törekvés következtében. Szintén fontos megjegyezni, hogy a sörfogyasztás csökkenése nemcsak hazai jelenség, nemzetközi szinten is visszaesőben van az egy főre jutó sör elfogyasztásának mennyisége (Brewers of Europe – Europe Economics, 2016).

A magyar sörgyártás legfontosabb iparági szereplője a Magyar Sörgyártók Szövetsége (MSSZ) éves jelentése szerint az alkoholmentes sörök fogyasztásának visszaesésével párhuzamosan (50%-os visszaesés), hazánkban a négy vezető sörgyártó (Borsodi Sörgyár Kft., Dreher Sörgyárak Zrt., Heineken Hungária Zrt., Pécsi Sörfőzde Zrt.) összesen 6,5 millió hektoliter sört értékesített (Magyar Sörgyártók Szövetsége, 2016).

A sörfogyasztási szokások legújabb trendjeinek következtében az utóbbi években egyre erőteljesebben erősödik a prémium sörök forgalma, melyen belül az ún. szuperprémium söröké 12%-kal, a prémium kategória termékei 10%-kal nőttek. Emellett a folyamat mellett megfigyelhetjük az alsó szegmens erősödését is, így az olcsóbb árkategóriájú sörök forgalma 2015-ben 8%-kal nőtt, míg a középkategóriájú és az ízesített sörök forgalma egyaránt 3-3%-kal esett vissza (Magyar Sörgyártók Szövetsége, 2016). Ezen adatokat az interjúk és mélyinterjúk során szerzett információk is alátámasztották, a trendek tehát a vendéglátóhelyeken is tetten érhetőek voltak.

A hazai nagyüzemi sörök fogyasztási szokásainak változása tehát a tanulmány szerzői szerint egyrészt mindenképp alátámasztja a hazai sörturizmus mint turisztikai termék kiépítésének keresleti bázisát – egy prémium fizetőképes kereslet bizonyított jelenlétét –, másrészt pedig

láthatjuk, hogy az alacsony kategóriájú sörök forgalma a társadalom alacsonyabb fizetési képességű rétegeiben kényszerűen válik egyre népszerűbbé.

Ha ezt a gondolatot tovább bővítjük a magyarországi kézműves sörök – amely minőségi termékek az egyik legfontosabb bázisát adják a hazai sörturizmus kialakításának – vizsgálatával, akkor leszögezhetjük, hogy annak ellenére, hogy a kézműves sörök a hazai sörtermelés mennyiségének csak mintegy 0,5-1%-át adják, mégis a vendéglátás és a turizmus tekintetében nagyon fontos szerepet töltenek be természetesen a prémium szegmens oldaláról. Az interjúk, mélyinterjúk során a sörturizmushoz köthető vállalkozók, menedzserek véleménye is azt tükrözte, hogy alapvetően a jobb minőségű és egyben magasabb árszínvonallal rendelkező termékek adhatják a leendő sörturizmus alapjait.

A kézműves sörök iránti keresletet támasztja alá az a tény is, hogy az elmúlt években – a rendszerváltás óta tapasztalható csökkenésnek véget vetve – a kézműves sörök gyártó hazai vállalkozások száma komoly mértékben növekedett. 2014-ben Magyarországon 47 kisüzemi sörfőzde üzemelt (mindemellett az ún. gerilla- és bérfőzetés jelen volt és van a hazai kisüzemi sörfőzésben). 2017 februárjában ezzel szemben – az időszakosan működő üzemeket is figyelembe véve – akkor több, mint 600 kisüzemi sörfőzöt számolhatunk össze hazánkban. (saját gyűjtés)

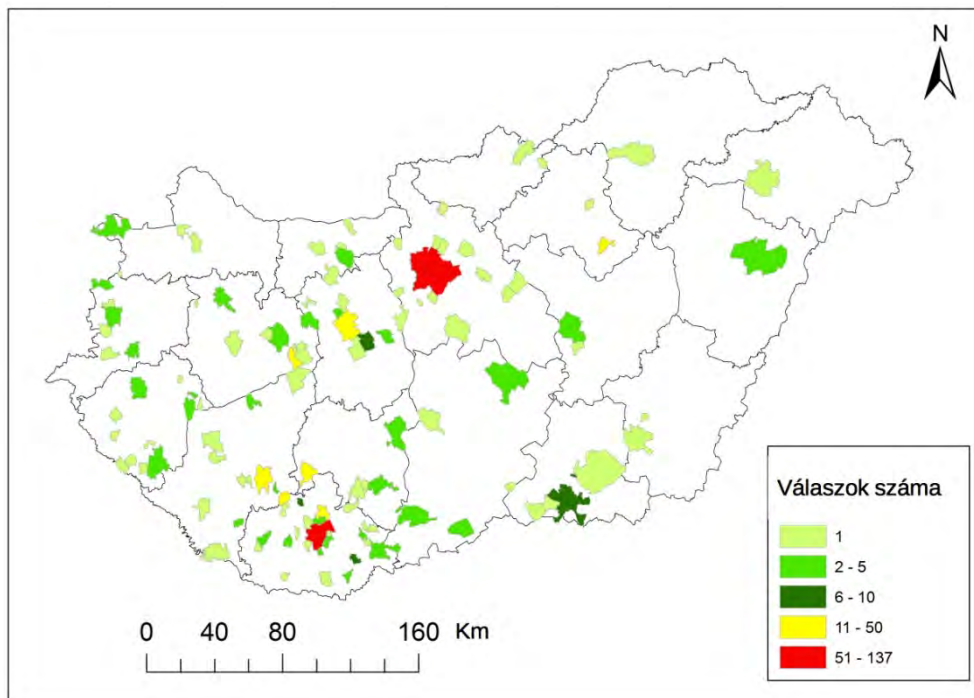
Annak ellenére, hogy iparági elemzők rámutatnak arra, hogy a kisüzemi sörfőzdek utóbbi években növekvő száma sok esetben veszteséges működéssel is járt (http://hvg.hu/vallalat_vezeto/20161118_sorfozdek_kezmuves-veszteseges), a tanulmány szerzőinek véleménye szerint a piaci folyamatok – a keresleti oldalon a kézműves sörök iránt tapasztalható növekedéssel párhuzamosan – mindenképp meg fogják tartani az életképes vállalkozásokat, amelyeknek az egyik záloga a több lábbon állás – például a turisztikai szerepkör erősítése – lehet.

A sörfogyasztás – a kézműves sörök gyártásának kisüzemi megjelenésével párhuzamosan kialakuló – szintén új trendje a házi sörfőzés megjelenése. Az elmúlt években klubok, egyesületek, Facebook csoportok, baráti társaságok alakultak, ahol a tagok egyre nagyobb számban osztják meg tapasztalataikat, rendeznek kóstolókat, kéri ki egymás véleményét a házi sörfőzés kapcsán. Ez a folyamat természetesen ismét megerősíti a sörturizmus potenciális hazai keresletének jelenlétét.

3.3. A kérdőíves felmérés eredményei

A tanulmány elején említett kérdőíves felmérésünk sörutakra vonatkozó eredményeit egy korábbi munkánkban már elemeztük (Csapó J. – Wetzl V. 2016a), így jelen fejezet a sörfogyasztásra és a kézműves sörök iránti kereslet elemzésére koncentrál. A kutatásban a potenciális kereslet felmérését online kérdőíves lekérdezéssel végeztük el. Az online kérdőív sokasága nem volt reprezentatív, de az elemszáma véleményünk szerint következtetések levonására mindenképp alkalmas. A kérdőívet 2015. októbere és decembere közt összesen 497 válaszadó töltötte ki, akiknek a területi eloszlását a következő ábra szemlélteti (5. ábra). Az ábrán jól látszik, hogy az ország valamennyi megyéjéből voltak tehát válaszadóink, ugyanakkor azt is megfigyelhetjük, hogy Pécs, illetve Budapest kiemelkedik ebben a területi eloszlásban.

5. ábra: A kérdőívre válaszolók térbeli elhelyezkedése



Szerk.: WETZL V. 2016

A válaszadók életkor szerinti megoszlása tekintetében leszögezhető, hogy a kitöltési hajlandóság alapvetően a 18-35 év közötti korosztályt jellemezte, azonban mivel a 35-50 év közötti korosztály is 28%-kal képviselte magát és az 50-65 év közöttiek aránya is 13% volt, így megítélésünk szerint a potenciális célközönség megfelelő arányban került megkérdezésre. A feltett kérdésekből az is egyértelművé vált, hogy a válaszadók 97%-a mutat érdeklődést a kézműves sörök fogyasztása iránt, illetve a közel kétharmaduk már fogyasztott is kézműves sört.

A kézműves sörök fogyasztásának elemzése kapcsán természetesen az árszínvonal oldaláról is szükséges vizsgálni a kérdéskört. A kérdőívre adott válaszok alapján egyértelműen kirajzolódott, hogy a megkérdezett sokaság nagyobbik része, több, mint 70%-a, ésszerű keretek közt hajlandó lenne a szokásosnál többet fizetni a kézműves sörökért, ugyanakkor érdemes azt is leszögeznünk, hogy a válaszadók közel negyede nem fizetne a magasabb színvonalú szolgáltatásért.

A megkérdezés során kitértünk a válaszadók vagyoni helyzetére is, ahol egy 1-10 skálán kellett értékelniük saját és családjuk vagyoni helyzetét. Megvizsgáltuk, hogy van-e bármilyen összefüggés a sör iránti nagyobb költési hajlandóság és a jobb anyagi kondíciók közt, de az adatok elemzése után azt tapasztaltuk, hogy nincs releváns összefüggés. Szintén nem találtunk érdemi összefüggést a válaszadók foglalkozása és a költési hajlandóság közt.

Végül rákérdeztünk a kézműves söröket kínáló sörivők ismertségére is, amelynek kapcsán a válaszadók negyede már látogatott ilyen vendéglátó-helyet, 29%-a hallott már róluk, de nem járt, további 37%-a nem hallott róluk, de érdekelné, a válaszadók 9%-a pedig nem hallott a kézműves sörivőkről és nem is érdekelné egy ilyen hely meglátogatása.

4. Összefoglalás

Magyarországon a sör mint lehetséges gasztroturisztikai termék vizsgálata a turisztikai kutatásokban eddig marginális területnek számított, a tudományos publikációk száma pedig különösen elenyésző, ha a sörfogyasztás trendjeit, a sörturizmus lehetséges keresleti oldalának vizsgálatát vesszük górcső alá.

Fenti tanulmány egyértelműen rávilágít arra, hogy ma Magyarországon a sör fogyasztási szokásainak átrendeződése (a korábbi évtizedekben tapasztalt magasabb fogyasztási mennyiség ellenére), tehát a prémium nagyüzemi sörök és a kézműves sörök iránti érdeklődés növekedése olyan keresleti oldali alapot szolgálhat a sörturizmus számára, amelyet érdemes figyelembe vennünk a hazai gasztroturizmus diverzifikálása és erősítése tekintetében.

Munkánkban azt szeretnénk kiemelni, hogy ha hazánkban a sörfogyasztás, sörkultúra olyan szintű történeti beágyazódása, mint a németek vagy belgák esetében hiányzik is, de a magyar sörtörténelem is több száz éves múltra tekint vissza, és a mai folyamatok is a sör hazai előretörését igazolják. Kutatásunk kérdőíves felmérése is megerősítette, hogy a sör mint gasztronómiai termék tehát kiváló alternatíva a magyar gasztronómiai turizmus kínálatában, a sörfőzdék tevékenysége és terméke pedig akár egy komplex terméket is nyújthat a turistának.

A primer kutatásainkkal is alátámasztott keresleti trendekre épülő, lassan de biztosan fejlődő hazai sörturizmus kínálata (a budapesti romkocsmáktól a sörmúzeumokon át a kézműves sörfőzdék turisztikai szolgáltatásaiig) véleményünk szerint képes lesz a hazai tematikus gasztronómiai kínálatot tovább differenciálni és gazdagítani.

Irodalomjegyzék

- Bujdosó Z. – Szűcs Cs. (2012a): A new way of gastronomic tourism: Beer tourism. *Acta Turistica Nova*, 6 (1) pp. 5-20.
- Bujdosó Z. – Szűcs Cs. (2012b): Beer tourism – from theory to practice. *Academica Turistica*, 5 (1) pp. 103-111.
- Csapó J. – Pintér R. – Wetzl V. (2016): A sörgyártás, mint ipari örökség turisztikai hasznosítási lehetőségeinek esélyei Magyarországon – az első lépések. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 1 (2) pp. 18-34.
- Csapó J, Wetzl V. (2016): Possibilities for the Creation of Beer Routes in Hungary: A Methodological and Practical Perspective. *European Countryside* 8:(3) pp. 250-262.
- Csapó J. – Wetzl V. (2015): A sör és a sörút, mint turisztikai attrakció megjelenési lehetősége az idegenforgalomban Magyarországon – esélyek és lehetőségek. *Modern Geográfia* 2015 (4) pp. 1-14.
- Europe Economics – The Brewers of Europe (2016): The Contribution made by Beer to the European Economy – EU report. 50 p.
http://www.brewersofeurope.org/uploads/mycms-files/documents/publications/2016/EU_economic_report_2016_web.pdf
- Magyar Sörgyártók Szövetsége (2016): Éves jelentés 2015 – Magyar Sörgyártók Szövetsége. 7 p. <http://www.sorszovetseg.hu/download/jelentesek/Eves-Jelentes-2015.pdf>