

Kovács, Dávid¹ – Trócsányi, András² – Alpek, B. Levente³ – Péntzes, János⁴

A magyarországi kisüzemi sörgyártás és -fogyasztás területi vizsgálata

Spatial Analysis of Small-scale Beer Production and Consumption
in Hungary

ABSZTRAKT

A magyarországi sörgyártás a rendszerváltás óta hatalmas változásokon ment keresztül. A nemzetközi trendeknek megfelelően átalakult a termelés, új sörtípusok jelentek meg, amelyek kihatottak a magyar fogyasztók sörökkel kapcsolatos attitűdjére. Azonban a magyarországi sörtermeléssel és -fogyasztással kapcsolatos földrajzi vizsgálatok száma nem elegendő a jelenség átfogó megismeréséhez, ezért tanulmányunk célja, hogy hat kiválasztott kisüzemi sörfőzde és a nagyüzemi sörgyárak működésén keresztül mutassuk be a szektort, összehasonlítva a két üzemszervezeti egységet. Fontos elem a Covid-19 járvány okozta nehézségek feltárása, hatása a sörgyártásra, illetve a fogyasztók fogyasztási szokásainak megismerése.

Kulcsszavak: sör, söripar, nagyüzemi sörgyártás, kisüzemi sörgyártás, Covid-19, Magyarország

ABSTRACT

The Hungarian beer production transformed significantly after the change of regime. According to the international trends, production has changed and new types of beer have emerged, which have influenced the attitudes of Hungarian consumers towards beer. However, the number of geographic studies on beer production and consumption in Hungary is not sufficient to provide a comprehensive understanding of the phenomenon, so the aim of our study is to describe the sector through the operations of six selected small-scale breweries and large-scale breweries, comparing the two types of production. An important element is to explore the difficulties caused by the Covid-19 epidemic, its impact on the beer industry and the consumption habits of consumers.

Keywords: beer, beer industry, Hungary, Covid-19, small-scale, large-scale, beer production

¹ PhD student, Doctoral School of Earth Sciences, University of Debrecen, H-4032 Debrecen, Egyetem tér 1.
kovacs.david990327@gmail.com

² Associate Professor, Institute of Geography and Earth Sciences, University of Pécs, H-7624 Pécs, Ifjúság u. 6.
troand@gamma.ttk.pte.hu

³ Assistant Professor, Institute of Geography and Earth Sciences, University of Pécs, H-7624 Pécs, Ifjúság u. 6.
alpeklevante@gamma.ttk.pte.hu

⁴ Associate Professor, Institute of Earth Sciences, University of Debrecen, H-4032 Debrecen, Egyetem tér 1.
penzes.janos@science.unideb.hu

BEVEZETÉS

A tanulmány célja, hogy bemutassa a magyarországi sörgyártás földrajzi vonatkozásait, összehasonlítva a jelenlegi jogi szabályozásban létező két típusú üzemméretet, vagyis a kis- és nagyüzemi sörgyárakat (turizmus.com, 2019). Az összehasonlítás alapját különböző faktorok adják, mint a sörgyártók földrajzi elhelyezkedése, az általuk gyártott sör típusok, a Covid-19 járványhelyzetre adott válaszreakciók, illetve a fogyasztók megítélése az előállítók termékeinek minőségét, ár-érték arányát, beszerzési helyét illetően. A vizsgálat alapkérdései között szerepel, hogy hogyan hatnak egymásra a különböző sörgyártó egységek, milyen lehetőségei vannak kisüzemi sörfőzdéknek a nagyüzemek mellett, mennyire konkurenciái egymásnak, illetve milyen tendenciák jellemzik a magyarországi sörgyártást, jövőképet elővetítve.

A sörgyártás Magyarországon több évszázados tradíciókra tekint vissza, azonban a nyugati tendenciák és a rendszerváltás hatására kialakuló piaci liberalizáció nyomán létrejövő kisüzemi sörfőzdék működése mindösszesen nagyjából 30 éves múlttal bír. Ezen belül az olyan sörfőzdék, melyek gyártását a nyugatról érkező sörfőzési trendek határozzák meg, vagyis az ún. második generációs kisüzemi sörfőzdék kb. 10 éve működnek az országban, az új főzdek alapítása pedig folyamatos (Interjúalany 1, Sörfözde 1). Tehát a jelenség hazai viszonylatban rendkívül új, ezért a magyarországi sörgyártásra vonatkozó vizsgálatok jelenleg nem adnak átfogó képet a kisüzemi sörfőzdék működéséről, jellemzőiről, életképességükről a nagyüzemi sörgyárak mellett, mivel a kutatások jelentős része a nagyüzemi sörgyártásra fókuszál. A kisüzemi sörgyártás heterogenitását felfedő vizsgálatok száma elenyésző, ezért a további kutatások irányát adhatja a kisüzemek földrajzi felmérése, akár a környező országok sörparáival összehasonlítva.

MÓDSZEREK

A tanulmányban szereplő szakirodalmak a magyarországi kis- és nagyüzemi sörgyártásra vonatkoznak, történeti, földrajzi, gazdasági aspektusban. Azonban a téma kapcsán megkerülhetetlen a nemzetközi szakirodalmi áttekintésnek a tanulmányba való beépítése, mivel a jelenség nem Magyarországon indult el vagy bontakozott ki. A nemzetközi szakirodalmak kisüzemi sörgyártásra vonatkozó eredményei bővebbek, ezért fontos szempont volt regionális, de globális kontextusba is helyezni a magyarországi kisüzemi sörgyártást.

A kutatásunk alapját interjúk képezték, amelyek 2020. november és 2022. január hónapok között készültek hat sörfözde ügyvezető-tulajdonosaival, sörfőzőmestereivel, egyéb alkalmazottaival. Az interjúalanyok anonimitásának megőrzése érdekében az interjúalanyokat és a sörfőzdeket sorszám-mal láttuk el, például: Interjúalany 1, Sörfözde 1. Az interjúk több kérdéshalmazból állnak, melyek a vizsgálatban szereplő főzdek teljes megismerését segítették. A kérdések a gyártók történetére, indulási körülményeire, termékeik és fogyasztóik jellemzőire, értékesítési sajátosságaira, illetve a jövőbeli tervekre, a magyarországi kisüzemi sörgyártás tendenciáinak szubjektív megítélése vonatkoznak.

A kérdőíves vizsgálat 2021. 05. 21-től 2021. 07. 07-ig készült, az űrlapok több, sörfogyasztással kapcsolatos Facebook-csoportban kerültek megosztásra. A csoportok tagjait a sörfogyasztás köti össze, mind kis- és nagyüzemi sörgyártók termékei iránti érdeklődés jellemzi őket. A kérdőívet a több mint 10 ezer főt meghaladó célcsoportból 107 fő töltötte ki, amely érték ugyan nem magas, azonban tendenciák, következtetések mégis levonhatók az eredményekből. A kérdőív több szakaszra osztható: a fogyasztók általános jellemzőinek feltárása, mint a nem, életkor, lakóhely, legmagasabb iskolai végzettség, kedvelt sör típusok stb. A kis- és nagyüzemi sörfogyasztás felmérésére két külön szakaszt hoztunk létre ugyanazokkal a kérdésekkel, mint például honnan szerzik be, mennyit vásárolnak, milyenek találják minőségüket és ár-érték arányukat a kis- és nagyüzemi sörgyárak termékeinek, stb. Ezek közül azok a kérdések kerültek kiválasztásra, amelyek relevánsak a tanulmány témájával kapcsolatban. A sörök árainak feldolgozását a Microsoft Excel program segítségével végeztük, a vizsgálatban szereplő térképek pedig QGIS-szoftver segítségével készültek, míg a kérdőív létrehozásánál Google Űrlapokkal dolgoztunk.

EREDMÉNYEK

A kisüzemi sörgyártás mint globális trend

Kisüzemi sörfőzdék alatt olyan sörgyártó tevékenységgel rendelkező egységekre gondolunk, melyek egyedi stílusú, ízvilágú termékeket készítenek, viszonylag kis mennyiségben a nagyüzemi sörgyárakhoz képest, illetve a helyi sajátosságokat veszik figyelembe, alapanyagfelhasználást vagy forgalmazást, értékesítést tekintve (Cabras, 2020; Schnell-Reese, 2014; Watson-Broemel, 2020). Azonban nehéz pontosan definiálni, mit értünk a kisüzemi sörfőzde, a kézműves sörfőzde vagy a mikrosörfőzde kifejezések alatt, mivel országonként eltérő, milyen faktorok alapján határozzák meg ezeknek a minőségét (Poelmans-Ostyn, 2020).

Azonban a legtöbb kisüzemi sörfőzdet összeköti és megkülönbözteti a nagyüzemi sörgyáraktól az egyediségre való törekvés, sörstílusok széles választékát kínálják a fogyasztóknak, akár olyan termékeket is előállíthatnak, melyeket csak náluk lehet beszerezni. Saját vendéglátóegységgel, ún. taproommal rendelkeznek, ami a termékeikhez kapcsolódó fogyasztási élményt fokozza (Schnell-Reese, 2014). Bár mára a teljes söriparra jellemző a fenntarthatóság, vagy az arra való törekvés, a kisüzemi sörgyártókra ez kifejezetten igaz (Pullen et al., 2014).

Az 1980-as években jelentek meg a ma már nélkülözhetetlen szereplői a söriparnak: a kisüzemi sörgyártók (Poelmans-Ostyn, 2020). A trend az Egyesült Államokból indult, ahol az 1980-as évek közepétől a 2010-es évek közepéig több mint 2300 kisüzemi sörfőzde és brewpub létesült (Schnell-Reese, 2014). Számos országban terjedtek el, és számuk gyorsan növekedésnek indult, viszont földrajzilag egyenlőtlen az eloszlásuk a globális térben (Watson-Broemel, 2020). Azonban még az olyan országokban is megjelentek és elszaporodtak, amelyek hagyományosan borfogyasztó nemzetek, mint Franciaország vagy Spanyolország, mára pedig több száz kisüzemi sörfőzde működik ezeknek az

országoknak a területén. Ezek ellenére a kisüzemi sörfőzdék a globális sörpiac csak néhány százalékát teszik ki a nagyüzemi sörgyárak, konglomerátumok mellett, viszont a kisüzemi sörfőzdealapítási trend már megfigyelhető, befolyásolja az országok gazdasági működését, a fogyasztási szokásokat, ezért fontos ezek vizsgálata, hatásuk a söriparra (Cabras, 2020).

Magyarországon a kisüzemi sörfőzdeket a nagyüzemi sörgyáraktól az éves előállított sör mennyisége különbözteti meg. A 2017. júliusi szabályozást megelőzően évi 8 ezer hektoliter sörtermelés alatt minősültek a magyarországi sörfőzdék kisüzeminek. A minősülés felső határát a szabályozást követően évi 200 ezer hektoliter előállított sörben határozták meg. Ennek oka, hogy a Pécsi Sörfőzde is kisüzemi sörfőzdevé vált, kedvezőbb jövedéki adót fizetve – hektoliter-fokonként 810 forintot –, mint a nagyüzemi sörgyárak (Világ gazdaság, 2019a). A kelet-közép-európai térség országai közül Szlovákiában és Lengyelországban is évi maximum 200 ezer hektoliter előállított sör felett tekinthető egy sörgyártó nagyüzeminek. Csehországban az adózást tekintve hat kategóriát állítottak fel, amelyek közül az éves szinten több mint 500 ezer hektolitert termelő sörgyártók tekinthetők nagyüzeminek, a legkedvezőbb adózás felső határát évi maximum 10 ezer hektoliterben húzták meg (Březinová, 2021; Wojtyra et al., 2020). Azonban a kisüzemi sörfőzdeket nemcsak a termelt mennyiség különbözteti meg a nagyüzemektől, hanem a mikro-, kis- és középvállalkozásokra jellemző éves nettó bevételek, a foglalkoztatotti létszám és az innováció is (Panyor et al., 2019).

A magyarországi sörgyártás történeti áttekintése

A XIX. században alakult ki nagyüzemi sörgyártás a megnövekedett gyártási volumenhez szükséges technológia révén, ezáltal megkezdődött az alsóerjesztésű lagerek tömegtermelése. Magyarországon Kőbánya vált a sörgyártás központjává az ott található természeti és társadalomföldrajzi adottságok miatt – elhagyott borospincék, fővárosi felvevőpiac stb. –, emellett a komló- és malátatermő vidékek közelsége hatott pozitívan a sörgyárak alapítására (Erdősi, 1970; Katona, 2018).

1948-ban államosították az ipar szereplőit, és létrehozták a Magyar Söripari Vállalatok Trösztjét (Erdősi, 1970; Fertő et al., 2016). A magyar sörgyártást a szocialista időszakban a nagyüzemi sörgyárak uralták: az 1970-es évek első felétől a soproni, a nagykanizsai, a pécsi, a borsodi és a budapesti sörgyárak voltak jelentősek (Erdősi, 1970; Fertő et al., 2016).

A rendszerváltást követően Magyarországon is megjelentek a kisüzemi sörfőzdék a piaci liberalizáció hatására, ezeket a főzdeket nevezzük első generációs kisüzemi sörfőzdeknek. A trend az Amerikai Egyesült Államokból érkezett, ahol már Magyarországot megelőzve évtizedek óta működtek kisüzemi sörfőzdék (Major, 2015; Csörögi et al., 2018; Interjúalany 1, Sörfőzde 1).

A kisüzemi sörök piacának kialakítását az 1994-ben megalapított Kisüzemi Sörfőzdek Egyesülete is segítette (Kisüzemi Sörfőzdek Érdekképviseleti és Érdekvédelmi Egyesülete, 2021), azonban termékeik alacsony minőségűek voltak, mert a gyártók jelentős része nem rendelkezett a sörgyártáshoz szükséges képzettséggel. Csak azok a kisüzemi sörfőzdek működtek tovább, amelyek felismerték, hogy olyan szuperprémium termékek gyártására van szükség, amely a nagyüzemi sörgyárak

termelésére nézve veszteséges lenne, kitöltve ezzel a piaci rést (Interjúalany 1, Sörfőzde 1; Fertő et al., 2016).

A magyarországi nagyüzemi sörgyártással kapcsolatos történeti és földrajzi vizsgálatok mellett megjelentek a kisüzemi sörfőzdekre vonatkozó elemzések is, akár összehasonlítva a két üzemméretet. Míg a söripari vizsgálatok a rendszerváltásig a piacot teljesen hegemón módon meghatározó nagyüzemi sörgyárak köré szerveződtek, mint új jelenség a XIX. század közepétől, felfedve a kialakuló gyárak természet- és társadalomföldrajzi telepítésre gyakorolt hatásait, majd a szocializmus időszakában a tervszerű sörértékesítés lehetőségeinek meghatározására került sor. A rendszerváltás után azonban lehetőség nyílt az újonnan létrejövő kisüzemi sörfőzdek vizsgálatára.

A 2008–2009-es gazdasági válság hatására a fogyasztás az alacsony minőségű, olcsóbb sörök irányába terelődött a fizetések csökkenése miatt (Fertő et al., 2016). A válság átalakította a söripart, egyre több új kisüzemi sörfőzde alakult differenciáltabb kínálattal az Európai Unió területén, beleértve Magyarországot is a 2010-es évek elején, ahol jogi szabályozás révén lehetővé vált a házi sörfőzés. A házi sörfőzők a boltban kapható, alacsony minőségű sörök vásárlása helyett kísérletezni kezdtek korábbi stílusokkal, mint a stout, porter vagy az india pale ale. Ezekből a házi sörfőzdekből jöttek létre az első cégek gerillaként (saját sörfőzdével nem rendelkező cég), majd az ún. második generációs kisüzemi főzdek, elindítva a magyarországi kisüzemi sörfőzdealapítás második hullámát (Bajkai et al., 2016; Interjúalany 1, Sörfőzde 1).

A második generációs kisüzemi sörfőzdek termékei magasabb minőséget képviseltek, mint az első generációs kisüzemi sörfőzdeké, sör típusaik jobban illeszkedtek a Nyugat-Európából, Egyesült Államokból származó trendekhez (Interjúalany 1, Sörfőzde 1; Major, 2017). Népszerűségük oka lehet, illetve növelheti a globalizációra adott válaszreakcióként megjelenő neolokalizmus, amelynek következményeként a helyi termékek vásárlása felértékelődik, háttérbe szorítva a söripar globális szereplőit (Hasman et al., 2021).

A második főzdealapítási hullámban létrejövő második generációs kisüzemi sörfőzdek azonban nem jelennek meg külön a magyarországi kisüzemi sörgyártással foglalkozó földrajzi vizsgálatokban, a kisüzemi sörgyártást gyakran homogén jelenségként kezelik. Ezért a nemzetközi kutatásokhoz hasonlóan fontos szempont lenne ezek megjelenítése.

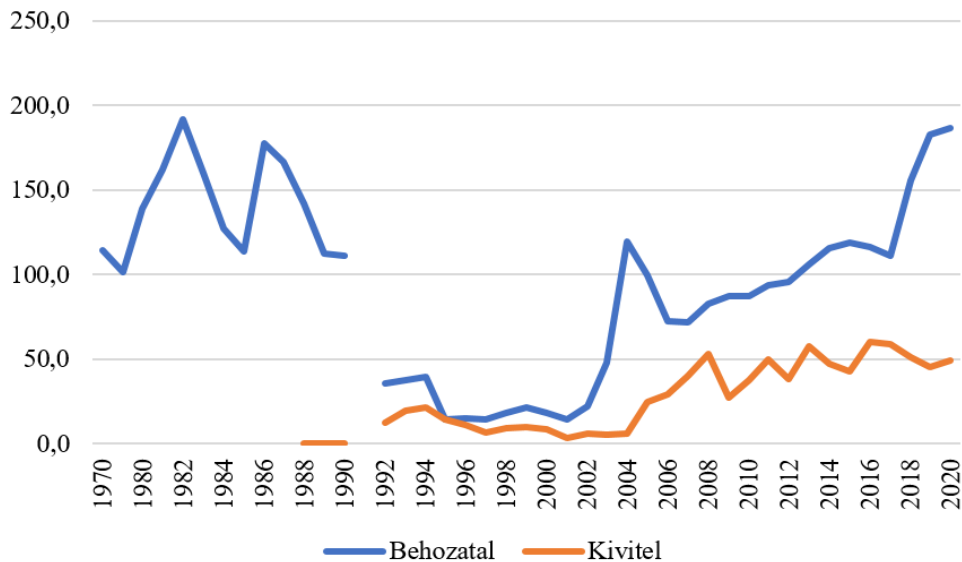
A magyarországi sörgyártás és sörfogyasztás időbeli változásának áttekintése

1970 és 2020 között Magyarország sörimport és -exportadatai alapján látható, hogy a szocializmus időszakában a megnövekedett fogyasztói igények miatt az ország nem tudott sört exportálni (1. ábra).

Az 1970-es évektől az 1990-es évekig Magyarország sörimportja változó tendenciákat mutatott csúcsokkal és mélypontokkal, a rendszerváltás után az Európai Unió csatlakozásig jelentősen csökkent (1. ábra). 2004 után látványos emelkedésen ment keresztül a beáramló német söröknek köszönhetően (Gyórfi, 2006). Az export értékeiben elmarad az importhoz képest, a forgalom jelentős részét a legnagyobb sörgyártók teszik ki, mint a Carlsberg Hungary Kft., Heineken Hungária Zrt.,

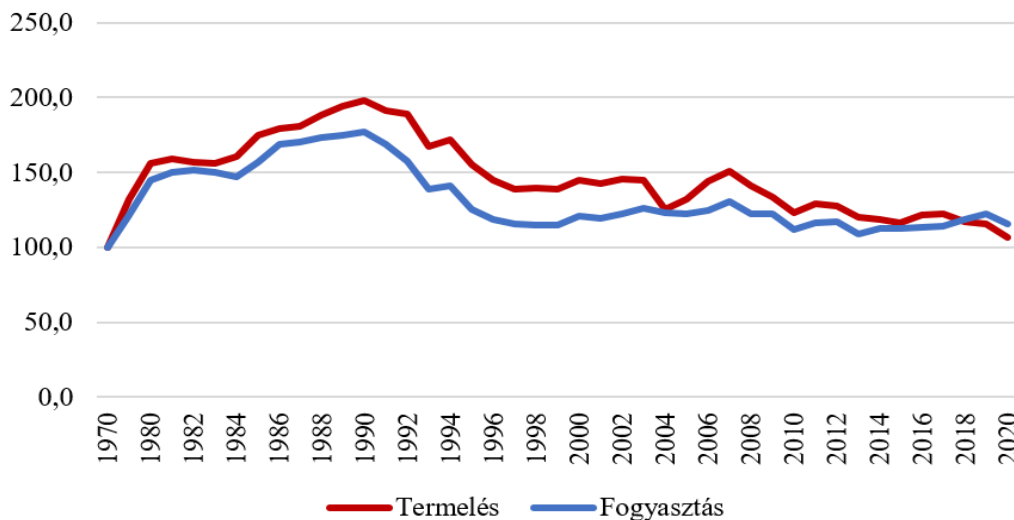
Borsodi Sörgyár Kft., Dreher Sörgyárak Zrt., illetve a már kisüzemeknek számító Pécsi Sörfőzde (Világgazdaság, 2021).

1. ábra: Magyarország sörexporthja és -importja 1970 és 2020 között (millió literben)
 Figure 1. The beer exports and imports of Hungary between 1970 and 2020 (in million litres)



Forrás: saját szerkesztés a KSH 2022-es adatai alapján
 Source: authors' edition by the data from KSH, 2022

2. ábra: Magyarország sörgyártásának és -fogyasztásának bázisindexe 1970 és 2020 között (százalék)
 Figure 2. Baseline index of beer production and consumption in Hungary between 1970 and 2020 (percent)



Forrás: a KSH 2022-es adatai alapján saját szerkesztés
 Source: authors' edition by the data from KSH, 2022

A magyarországi sörfogyasztás 1990-ben érte el a csúcsát 105,1 liter/fő értékkel, amely folyamatosan emelkedett 1970-től. A rendszerváltás után erőteljes csökkenés indult be, mivel visszaesett a korábban nagy létszámú, bányászokból és ipari munkásokból álló fogyasztóréteg, ezért 2011-ben az egy főre

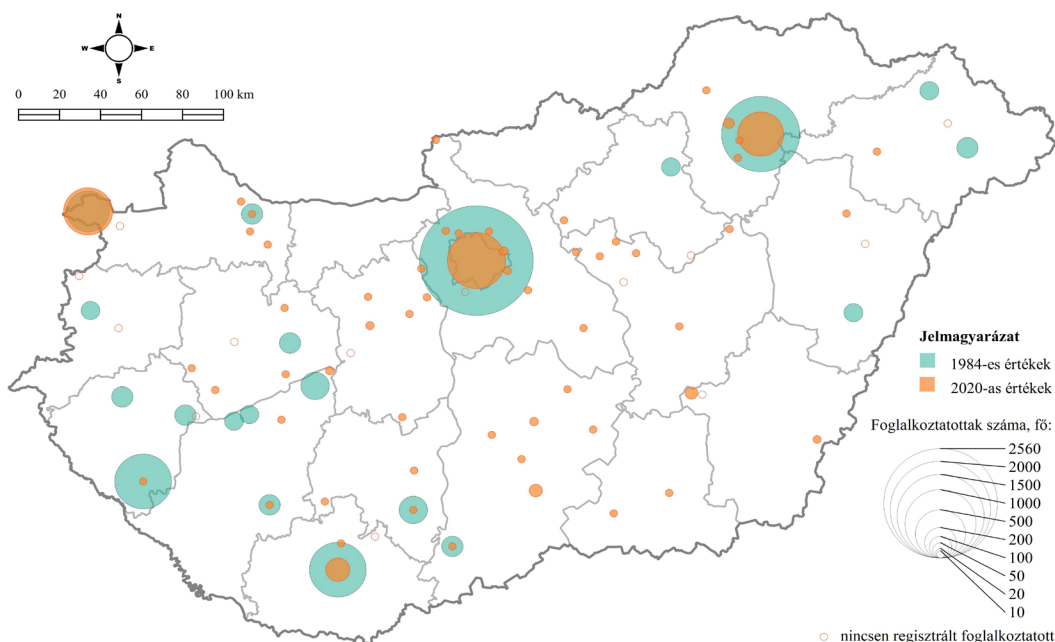
jutó sörfogyasztás kb. 60 literre esett vissza A vásárlók egy része áttért az olcsóbb italokra. Ezek hatására a rendszerváltás után átalakult a sörfogyasztás (Fodor et al., 2013).

A sörgyártás volumene az 1970-es évektől folyamatosan emelkedett, hogy a megnövekedett igényeket ki tudják szolgálni (Erdős, 1970), a rendszerváltás után viszont folyamatosan csökkent, függetlenül a kisüzemi sörfőzdék létrejöttétől. 2004-ben nagyobb mértékben, ami lehet az Európai Unió csatlakozás révén beáramló német import sörök mennyiségének eredménye (Györfi, 2006). A 2020-ban kibontakozó Covid-19 járvány hatására viszont mind a sörgyártás, mind a sörfogyasztás egyaránt visszaestek (2. ábra).

A magyarországi sörgyártók földrajzi elhelyezkedése

Magyarország söriparában jelentős változások figyelhetők meg a szocializmus időszakához képest napjainkban. A 3. ábra az 1984-es söripar állapotát mutatja, összevetve a 2020-as helyzettel, kiemelve a földrajzi helyzetüket és a foglalkoztatottak számát.

3. ábra: A magyarországi sörgyártó cégek elhelyezkedése és foglalkoztatotti létszáma (1984, 2020) (fő)
Figure 3. Location and number of employees of beer companies in Hungary (in 1984 and 2020) (head)



Forrás: saját szerkesztés az Opten 2022-es és Magyarország Nemzeti Atlaszának 1989-es adatai alapján
Source: authors' edition based on Opten, 2022 and National Atlas of Hungary data, 1989

Az 1984-es adatok esetében nem állt rendelkezésre módszertan, vélhetően minden söripari érdekeltiséget – malátagyártás, árparaktár stb. – tartalmaznak az adatok a tényleges sörgyártás mellett.

A rendszerváltást követően elszaporodtak a kisüzemi sörfőzdék. Ennek oka lehet, hogy ezek a megyék távol esnek az ország gazdasági centrumát jelentő fővárostól és a nyugat- és közép-dunántúli régiótól. Azonban az Opten adatbázisa nem tesz különbséget sörfőzdével rendelkező és nem ren-

delkező sörgyártó cégek között, ezért a térképen szereplő gyártók között van, amelynek csak a fióktelepe látható, tényleges sörgyártás más sörfőzdek kapacitásait kihasználva valósul meg.

Míg 1984-ben kb. 20 darab, sörgyártással valamilyen módon foglalkozó cég működött Magyarországon, addig 2020-ban a ténylegesen sörgyártó tevékenységet végző főzdek száma 108-ra nőtt az Opten adatbázisa szerint. Viszont más, cégeket tartalmazó adatbázisban változhat az érték, aminek oka lehet, hogy a sörgyártó cégeknek nem mindenhol jelenik meg elsődleges tevékenységként a sörgyártás, mivel a cég fő profilja lehet egy vendéglátóhely üzemeltetése, emellett melléktevékenységként jelenik meg a sörgyártás.

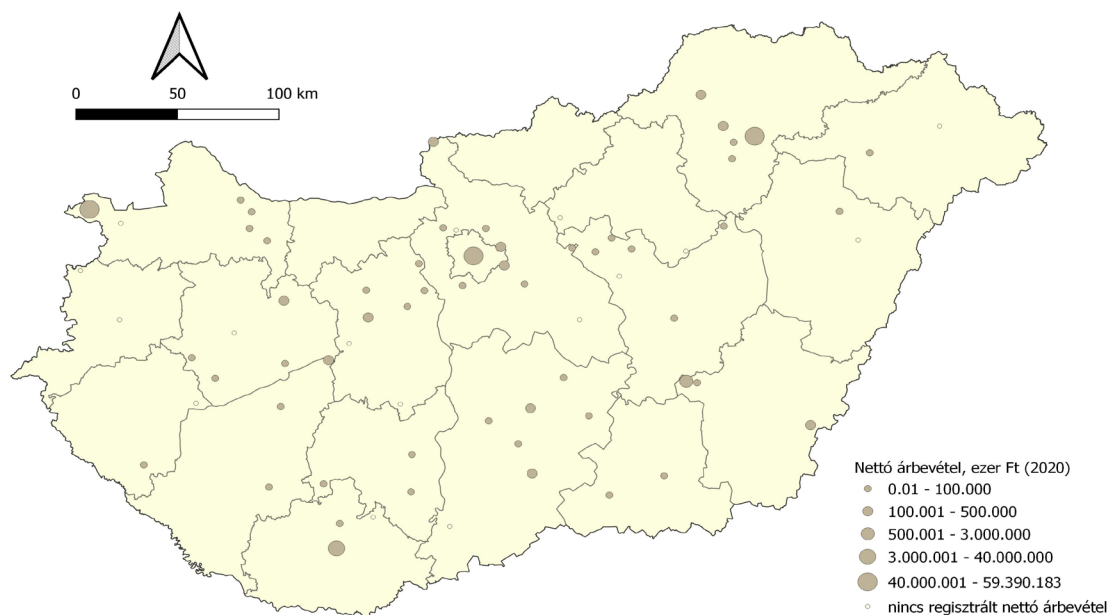
A cégek foglalkoztatotti létszáma a szocialista időszakéhoz képest csökkent, ami magyarázható a gyártás automatizálásával, illetve a szocializmusra jellemző magas foglalkoztatotti aránnyal (Orgoványi, 1997). Míg 1984-ben több mint 6000-en dolgoztak Magyarországon a söriparban, addig 2020-ban ez a szám lecsökkent nagyjából 2000 főre.

A 3. ábrán szereplő települések egy részén több sörgyártó cég is működött 2020-ban az Opten adatbázisa szerint, ezért ezek összevonva kerültek ábrázolásra: Budapesten 23 db, Főton 2 db, Győrben 3 db, Kaposváron 3 db, Kecskeméten 2 db, Kiskunhalason 2 db, Miskolcon 2 db, Nagykanizsa 2 db, Nyíregyházán 2 db, Pécsen 3 db, Sopronban 2 db, Székesfehérváron 3 db. Ugyanezzel a módszertannal készült a 4. ábra is. Ezek alapján egyértelmű Budapest előnye a telepítést illetően, a főváros agglomerációja körül is helyezkednek el sörfőzdek, közel a legnagyobb fogyasztópiachoz (Töröcsik, 2016). Viszont a regionális központok térségeiben nem rajzolódnak ki ennyire egyértelműen azok telepítésre gyakorolt pozitív hatásai. A telepítést befolyásolhatja a bérleti díj, ami a regionális központokban, a megyeszékhelyeken magasabb lehet, mint más településeken.

Bajorországi esettanulmány alapján a sörfőzdek telepítésében az egyik legnagyobb hatást a malátagyártók közelsége fejtette ki (Bertram et al., 2021), azonban a 4. ábra mintázatában a hazai sörgyártó cégek alapítására a fő közlekedési tengelyek – pl.: M7-es autópálya – vagy Budapest gyakorolhatták a legnagyobb hatást. Viszont a hazai kisüzemi sörfőzdek elhelyezkedése nem egységes, de ez az Egyesült Államokban is megfigyelhető jelenség (Carr et al., 2019).

A legnagyobb nettó árbevétellel a három nagyüzemi sörgyár – Sopron, Bőcs, Budapest székhellyel – rendelkezett, azonban a kisüzemi sörfőzdek nem tudták elérni a nagyüzemek árbevételi értékeit. A fővárosban 2020-ban realizálódó 59 milliárd forintos nettó árbevétel köszönhető annak is, az itt található Dreher Sörgyárak Zrt. mellett, hogy Budapest bővelkedik kisüzemi sörfőzdekben (22 db), amelyek hozzájárulnak a kiemelkedő értékhez. Ez magyarázható a főváros globális város jellegével; a nyugatról érkező impulzusok először Budapesten jelentkeznek (Töröcsik, 2016). A nem fővárosi kisüzemi sörfőzdek közül a békésszentandrás Szent András Sörfözde és a Pécsi Sörfözde jelentősek árbevételüket tekintve. Ennek oka lehet a működésük idejének hossza és a kiépült fogyasztóbázis. A többi, nem fővárosi kisüzem között jelentős árbevételben keletkező különbség nem észlelhető. A fővárosi sörfőzdek közül néhány közelíti a Szent András Sörfözde értékét, ami magyarázható a budapesti értékesítési piac közelségével, annak pozitív hatásaival.

4. ábra: A magyarországi kisüzemi sörgyártó cégek éves nettó árbevétele, ezer Ft (2020)
Figure 4. Annual net sales of Hungarian small-scale brewers, thousand HUF (2020)



Forrás: Az Opten 2020-as adatai alapján saját szerkesztés
Source: authors' edition based on Opten data, 2020

A kis- és nagyüzemi sörgyártók előállított söreinek összehasonlítása

A kis- és nagyüzemi sörgyártók előállított termékeiket illetően különböznek egymástól, mivel más a célközönségük. Konkurenciái egymásnak az értékesítés terén, hiszen a legtöbb vendéglátóhelyen a nagyüzemi sörgyárak söreivel lehet találkozni, viszont az eltérő célközönség miatt nyomatékosan nem fenyegetik egymás értékesítését. A nagyüzemi sörgyárak nem tudnak olyan sör típusokat készíteni, mint a kisüzemek – gazdasági okokból (Interjúalany 1, Sörfőzde 1).

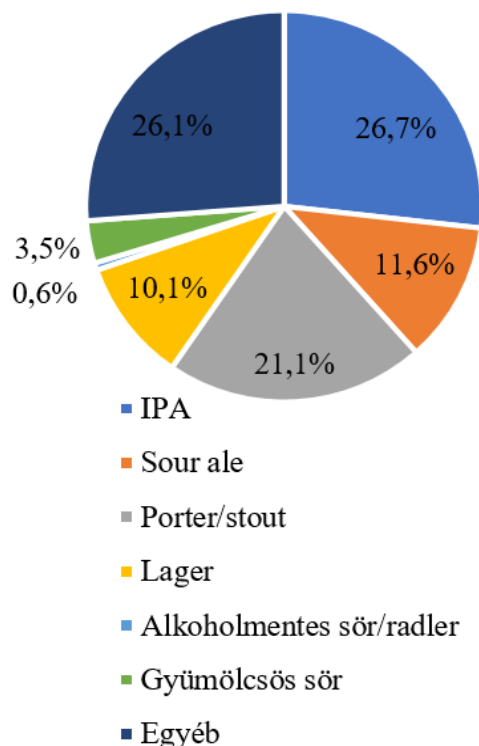
A vizsgálatban szereplő hat kisüzemi sörfőzde sör típusai alapján nem lehet a teljes magyar kisüzemi sörgyártásra általánosítani, azonban a kiválasztott főzdek eltérő karaktere miatt a tendenciák megállapításában releváns lehet a kisüzemi sörgyártásra nézve. A 6. ábra adatai a Dreher Sörgyárak Zrt., A Borsodi Sörgyár Kft. és a Heineken Hungária Zrt. előállított sör típusai által készült.

Az 5. és 6. ábra adatai alapján megállapítható, hogy a két üzemméret részben fedi egymást termékeiket tekintve, azonban nagy az eltérés közöttük. A kisüzemi sörfőzdek felsőerjesztésű söröket készítenek, kiemelhető az IPA, a sour ale, illetve a porter/stout kategória, míg az alsóerjesztésű lagerek elmaradnak a nagyüzemi sörgyárak értékeihez képest. Ennek oka, hogy hónapokig készülnek, és nem versenyképesek a nagyüzemi sörgyárak által kínált lagerekkel, amelyek olcsóbbak, és nagyobb mennyiség áll belőlük rendelkezésre (Interjúalany 2, Sörfőzde 2). Az egyéb kategória magas aránya a

többihez képest jelzi, hogy a kisüzemi sörfőzdék számos más stílussal is kísérleteznek, termékdiverzitásuk magasabb, mint a nagyüzemi sörgyáraknak.

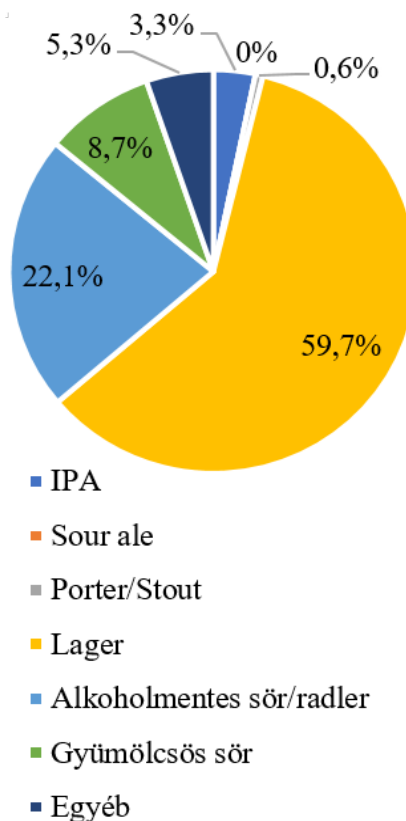
5. ábra: A vizsgálatban szereplő kisüzemi sörfőzdék összesített termékei kategorizálva (százalék)

Figure 5. Aggregated products of the small-scale breweries included in the study, categorised (percentage)



6. ábra: A nagyüzemi sörgyárak összesített termékei kategorizálva (százalék)

Figure 6. Aggregated products of the large-scale breweries categorised (percentage)



Forrás: saját szerkesztés az Untappd 2023-as adatai alapján
Source: authors' edition by the data from Untappd, 2023

A nagyüzemi sörgyárak legnagyobb mennyiségben alsóerjesztésű lagereket készítenek, emellett kiemelhető a gyümölcsös sörök kategóriája, amellyel a jelenleg népszerű cukros üdítőitalok térnyerését próbálják a sörgyártás javára fordítani, illetve bevonni a női fogyasztókat is. Ugyanez húzódik meg az alkoholmentes sörök készítése mögött, céljuk a minél nagyobb fogyasztópiac lefedése (Fodor et al., 2013).

Az 5. és 6. ábra alapján megállapítható, hogy bár konkurálnak egymással a kis- és nagyüzemek, mivel mindkét üzemméret sörgyártással foglalkozik, de a termékeik különbözősége miatt nem veszélyeztetik élesen egymás fogyasztópiacát (Interjúalany 1, Sörfőzde 1).

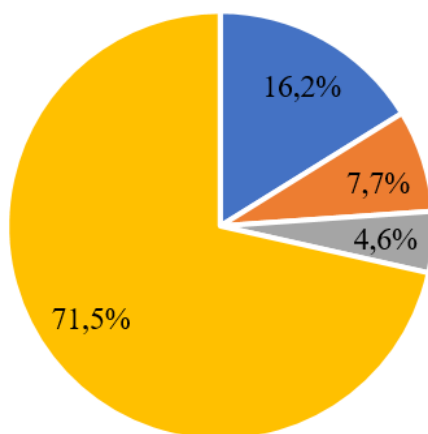
Fontos különbség azonban, hogy a kisüzemi sörfőzdék termékei nehezebben jutnak el a fogyasztókhoz, a fogyasztást erősen a keresleti oldal határozza meg, hiszen a kisüzemi sörök magasabb áron érhetőek el a nagyüzemi sörökhöz képest, ezért a nagyobb városokban vagy üdülőövezetekben érdemes vendéglátóhelyeit nyitni ilyen típusú sörök forgalmazására (Csapó-Wetzel, 2015).

A kis- és nagyüzemi sörgyártók termékeit fogyasztók összehasonlítása

A kérdőívben a fogyasztók kis-, illetve nagyüzemi sörökkel kapcsolatos vásárlói szokásaiknak felmérése történt. Az eredmények közül csak a tanulmány témájához szorosabban kapcsolódó vizsgálati faktorok kerültek elemzésre, mint a kis- és nagyüzemi sörgyártó termékeinek beszerzésre, azok megítélése ár-érték arányban és minőség alapján. A kis- és nagyüzemi sörfőzdek termékeinek beszerzése a válaszadók körében az alábbiak szerint alakult (7–8. ábra).

7. ábra: A nagyüzemi sörgyárak termékeinek legfontosabb beszerzési helyei a kérdőívet kitöltők körében (százalék) (n=107)

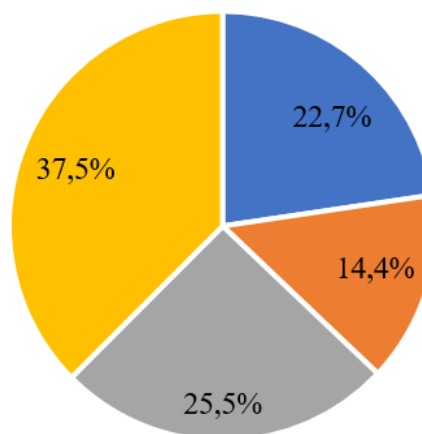
Figure 7. Most important forms to buy products from large-scale breweries among respondents (%) (n=107)



■ Italbolt
 ■ Webshop

8. ábra: A kisüzemi sörfőzdek termékeinek legfontosabb beszerzési helyei a kérdőívet kitöltők körében (százalék) (n=107)

Figure 8. Most important forms to buy products from small-scale breweries among respondents (%) (n=107)



■ Vendéglátóhely
 ■ Bolthálózat, áruházlánc

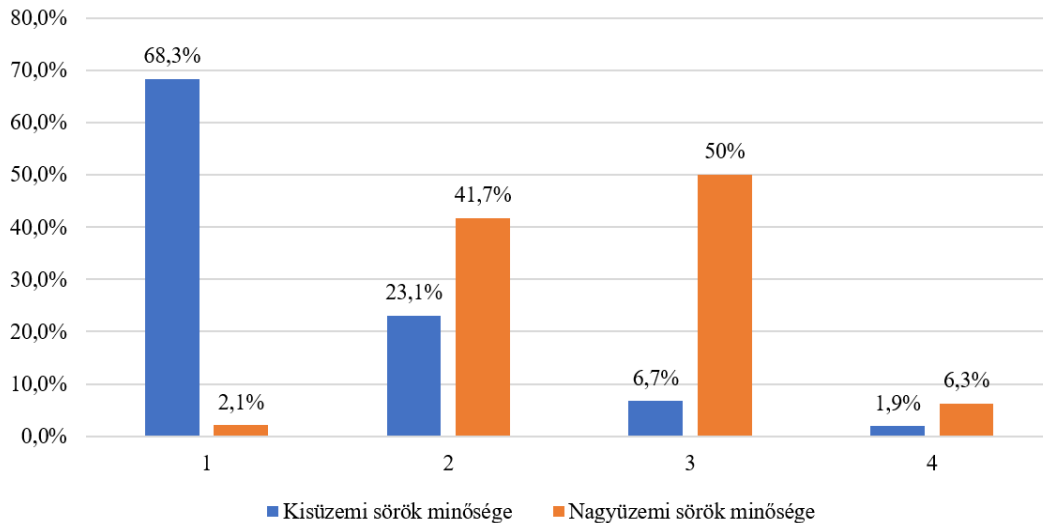
Forrás: saját szerkesztés a kérdőív adatai alapján
 Source: authors' edition by the online questionnaire

A nagy- és kisüzemi termékeinek vásárlását illetően a válaszadók körében a bolthálózatból, áruházláncból való beszerzésben mutatkozik a legnagyobb különbség, illetve a webshopon keresztül történő vásárlásban. A nagyüzemi söröket a kitöltők elsősorban bolthálózatokból, áruházláncokból szerzik be, második helyen az italboltok állnak (7. ábra).

A kisüzemi sörfőzdek termékeinek vásárlásánál is a legfontosabb a bolthálózatból történő beszerzés, viszont kb. fele a nagyüzemi sörökéhez képest, míg a webshopos vásárlás aránya a kisüzemi söröknél hatszorosa értékű. Ennek oka lehet, hogy a nagyüzemi sörgyárakra nem jellemző az online értékesítés, háttérben a fogyasztók életkora állhat, míg a fiatalabb, kisüzemi söröket fogyasztó személyek körében az online felületek vásárlási célú felhasználása megszokottabb (8. ábra). A fogyasztók eltérően

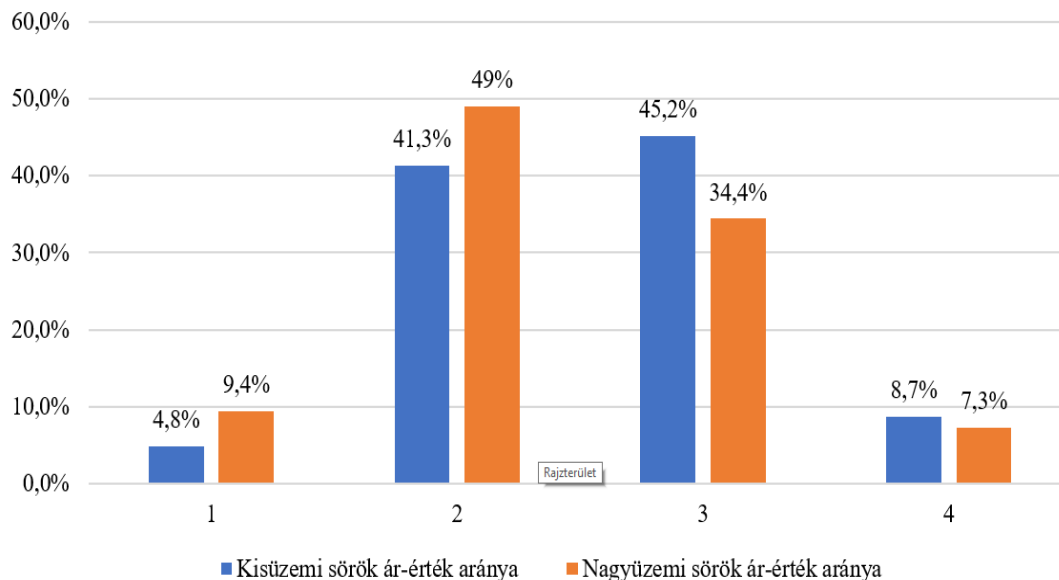
értékelték a kis- és nagyüzemi söröket minőségük (9. ábra), illetve ár-érték arányaikat tekintve (10. ábra).

9. ábra: A nagy- és kisüzemi sörök minőségének megítélése a kérdőívet kitöltők körében (százalék) (n=107)
 Figure 9. Perception of the quality of large-scale and small-scale produced beers among respondents (%) (n=107)



Forrás: A kérdőív adatai alapján saját szerkesztés
 Source: authors' edition by the online questionnaire

10. ábra: A nagy- és kisüzemi sörök ár-érték arányának megítélése a kérdőívet kitöltők körében (százalék) (n=107)
 Figure 10. Respondents' perceptions of the value for money of large-scale and small-scale produced beers (%) (n=107)



Forrás: A kérdőív adatai alapján saját szerkesztés
 Source: authors' edition by the online questionnaire

A 9. ábra jelmagyarázata a következő: 1 – Nagyon jó, 4 – Rossz. A kérdőívet kitöltők a nagyüzemi söröket alacsonyabb minőségűnek találták, mint a kisüzemi söröket, a válaszadók 68,3%-a sorolta a legfelső kategóriába a kisüzemi tételeket minőségük alapján, míg ugyanebben a kategóriában a nagyüzemi sörgyárak termékeit a válaszadók csak 2,1%-a jelölte. A kisüzemek erre építhetnek a nagyüzemi sörgyárakkal vívott piaci küzdelemben. Az ár-érték arányokat tekintve viszont a fogyasztói felmérés alapján nem ennyire egyértelmű a kisüzemi sörfőzdék előnye (10. ábra).

A 10. ábra esetén ugyanaz a jelmagyarázat, mint a 9. ábrán. A nagyüzemi söröket ár-érték arányban jobbnak tartották a fogyasztók, mint a kisüzemi tételeket. Ennek oka lehet, hogy a válaszadók a kisüzemi sörökre jellemző magas árszabás mellett nem tapasztalják azt a minőséget, amit ekkora összeg kifizetése esetén szeretnének. A nagyüzemi sörök kedvezőbb megítélése magyarázható az alacsony árral, amihez alacsonyabb minőség is társul, viszont ez megszokott. A kisüzemi sörfőzdék – különösen a kísérleti üzemként működők – esetén a minőség változékony lehet, mert kiszámíthatatlan egy extrém ízvilágú tételnél a fogyasztók megítélése, míg a nagyüzemi sörgyárak többnyire változatlan minőséget kínálnak.

A Covid-19 hatásai

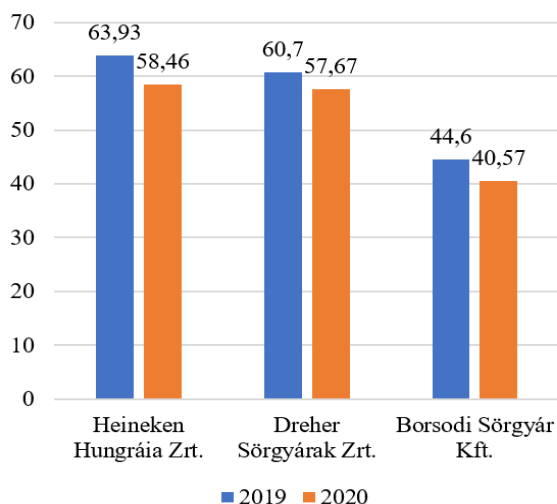
A magyarországi sörgyártás vizsgálatában a megkerülhetetlen az elmúlt években kibontakozó, a söripart meghatározó járványhelyzet hatásainak feltérképezése. A Covid-19 vírus okozta megbetegedések, halálozások és az ezzel összefüggésben meghozott korlátozó intézkedések a teljes hazai sörpiacra negatív hatással voltak (Világgazdaság, 2019b). A három nagy magyarországi sörgyár bevételei, illetve az öt legnagyobb magyarországi sörgyár értékesítési adatai mutatják a pandémia okozta károkat (11. és 12. ábrák).

A 12. ábra adatai alapján megfigyelhető, hogy a három nagy magyarországi sörgyárat is érzékenyen érintette a Covid-19 által okozott járványhelyzet. A 2019-es értékekhez képest 2020-ban több milliárd forint kieséssel számoltak éves árbevételüket tekintve (6. link). Az öt legnagyobb magyarországi sörgyártó/forgalmazó – benne a kisüzeminek számító Pécsi Sörgyárral – forgalma 2021-ben bár meghaladta a 2020-as szintet, a 2019. évit viszont nem érte utol (12. ábra) (Telex, 2022).

A kisüzemi sörfőzdeket különösen érzékenyen érintette a pandémia, hiszen a vendéglátószektort sújtotta az egyik leginkább a járvány a kijárási korlátozások miatt – 14 százalékponttal nőtt a veszteséges vállalatok aránya a szektorban –, azonban a nehézségek mérete és természete is eltérő a nagyüzemekhez képest (El-Meouch et al., 2024). A HoReCa – Hotels, Restaurants and Cafés – szektorba történő értékesítés a vendéglátóegységek bezárása miatt megszűnt, nem rendeztek sörfesztiválokat, viszont a vendéglátóhelyekről elvitelre lehetett kisüzemi söröket vásárolni, ami enyhítette az értékesítési nehézségeket.

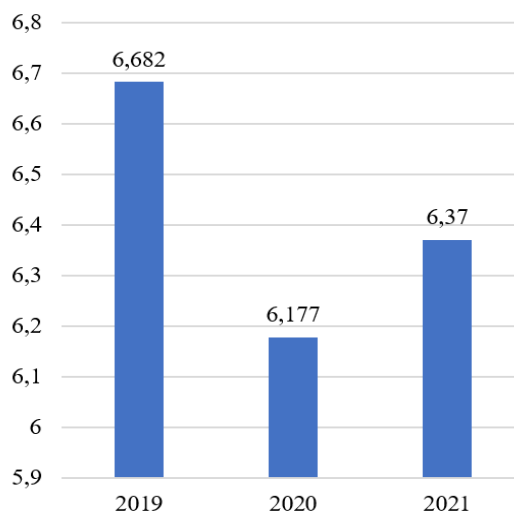
11. ábra: A három nagy magyarországi sörgyár éves árbevételének alakulása 2019-ben és 2020-ban (mrd Ft) (n=107)

Figure 11. Annual revenues of the three major Hungarian breweries in 2019 and 2020 (billion HUF) (n=107)



12. ábra: Az öt legnagyobb magyarországi sörgyár együttes értékesítésének alakulása (millió hl) (n=107)

Figure 12. Trends in the combined sales of the five largest breweries in Hungary (million hectolitre) (n=107)



Forrás: saját szerkesztés a Világgazdaság 2021-es adatai alapján
Source: authors' edition by the data from Világgazdaság, 2021

Általános tendenciaként jelentkezett az internetes hálózatok felértékelődése a járvány időszakában (Kömüves et al., 2022). A kisüzemeknek a webshopon keresztül történő értékesítés vált a járványhelyzetben az egyik legfontosabb pillérré, mivel így fizikai kontaktus nélkül is megvásárolhatók a kisüzemek termékei. Ennek hatására a webshoppal még nem rendelkező főzdek megalkották saját online felületeiket.

Azokat a kisüzemi sörfőzdeket viselte meg kevésbé a pandémia, amelyek értékesítésének nagy része a kis- és nagykereskedelmi láncokban történt, hiszen azok nyitvatartása nem változott. Azonban elmondható a vizsgálatban szereplő sörfőzdekről, hogy szükség volt a termelésük csökkentésére a visszaeső fogyasztás miatt, ezáltal is visszafogva a költségeket. Pozitívum, hogy a főzdek a pandémia következő hullámaira felkészültebben reagáltak, kiismerve annak természetét, amely képességek a jövőben is növelhetik ezeknek a vállalkozásoknak az életben maradását (Interjúalany 1-6, Sörfözde 1-6; Iirmdu-Donaldson, 2024).

KÖVETKEZTETÉSEK

Magyarország söriparát évtizedekig meghatározó nagyüzemi sörgyártás mellett megjelentek a kisüzemi sörfőzdek, amelyek bár nem képesek akkora piaci részesedést birtokolni, mint a nagyüzemi sörgyárak, azonban ma már nem hagyhatjuk őket figyelmen kívül, mint piaci szereplők.

A tanulmány eredményei által megállapítható, hogy a magyarországi kisüzemi sörfőzdék nem rendelkeznek akkora nettó árbevétellel és munkaerővel, mint a nagyüzemek. Mivel mindkét üzemméret képviselői sörgyártással foglalkoznak, bizonyos szinten konkurenciái egymásnak, azonban ezek ellenére a kisüzemi sörfőzdéknek van növekedési potenciálja, hiszen eltérő a célközönségük, eltérő igényekkel, ezért más sör típusokat gyártanak – sour ale, porter, stout, IPA stb. –, mint a nagyüzemi sörgyárak – alsóerjesztésű lagerek, gyümölcsös sörök –, kihasználva az ebben rejlő piaci rést, ami a sikerességüket adja.

A kérdőíves vizsgálatban szereplő kitöltők válaszaiból arra lehet következtetni, hogy a magyarországi kisüzemi sörfőzdék termékeit jobb minőségűnek találják a nagyüzemek sőreihez képest, viszont ár-érték arányban nincs akkora előnye a kisüzemek termékeinek, ami jelezheti, hogy a hazai fogyasztók árérzékenyek, még úgy is, hogy fogyasztói, vásárlói ezeknek a söröknek. Ez összefüggésben lehet az országon belül tapasztalható diverz vásárlóerővel, illetve hogy a kisüzemi sörgyártás és az erre épülő kisüzemi sörkultúra még az Egyesült Államokhoz és Nyugat-Európa országaihoz képest még fejlődőben van. Azonban a kisüzemi sörök beszerzése köré épülő online vásárlási trend egyértelmű, mivel a nagyüzemi sörgyárak termékeivel ellentétben ezeket nehezebben érik el a fogyasztók a kis- és nagykereskedelmi üzletláncokban, viszont a nagyüzemi sörgyáraknak kevésbé érheti meg webshop üzemeltetése vagy online felületen értékesítő viszonteladók kiszolgálása a nagy gyártási volumen miatt.

Azonban az még nem ismert, mennyi piaci részesedést lesznek képesek birtokolni a kisüzemi sörfőzdék Magyarországon, hiszen ezeket számos külső körülmény befolyásolja, mint egy globális méretű járvány és a hatására kibontakozó gazdasági recesszió, illetve az ezzel kapcsolatos fogyasztói attitűdök változása, viszont ezek későbbi vizsgálatok irányait is kijelölhetik.

IRODALOMJEGYZÉK

- Bajkai, T., Barla, R., Jenei, B., & Róth, Z. (szerk) (2016). *Sörfőzés otthon, egyszerűen. Második, javított kiadás*. Első Magyar Házisörfőző Egyesület.
- Bertram, D., Chilla, T., & Wilhelm, C. (2021). Short Value Chains in Food Production: The Role of Spatial Proximity for Economic and Land Use Dynamics. *Land*, 10(9), 979. <https://doi.org/10.3390/land10090979>
- Březinová, M. (2021). Beer Industry in the Czech Republic: Reasons for Founding a Craft Brewery. *Sustainability*, 13(17), 9680. <https://doi.org/10.3390/su13179680>
- Cabras, I. (2020). Craft Beer in the EU: Exploring Different Markets and Systems Across the Continent. In M. W. Patterson, N. Hoalst-Pullen (Eds.), *The Geography of Beer* (pp. 149–157). Culture and Economics. Springer Nature Switzerland AG.
- Carr, J. K., Fontanella, S. A., & Tribby, C. P. (2019). Identifying American Beer Geographies: A Multiscale Core-Cluster Analysis of U.S. Breweries. *The Professional Geographer*, 71(2), 185–196.

- Csapó, J., & Wetzl, V. (2015). A sör és a sörút, mint turisztikai attrakció megjelenési lehetősége az idegenforgalomban Magyarországon – esélyek és lehetőségek. *Modern Geográfia*, 10(4), 1–14.
- Csörögi, E. F., Neulinger, Á., & Gyulavári, T. (2018). A sörfogyasztás élmény szerepe a kézműves sörök népszerűségében. *Marketing & Menedzsment*, 52(3–4), 73–85.
- El-Meouch, N. M., Máté, É., Trócsányi, A., Pirisi, G., & Alpek, B. L. (2024). A koronavírus-válság strukturális és területi hatásai a magyarországi vállalati szektor sérülékenységére. *Modern Geográfia*, 19(1), 147–174. <https://doi.org/10.15170/MG.2024.19.01.09>
- Erdősi, F. (1970). A magyar söripar földrajzi problémái. *Magyar Tudományos Akadémia, Dunántúli Tudományos Intézet, Közlemények*, 10.
- Fertő, I., Major, A., Podruzsik, Sz., & Fogarasi, J. (2016). Be- és kilépés egy érett iparágban: A magyar kisüzemi sörfőzdék esete. *Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing*, 12(1), 39–46.
- Fodor, M., Mészáros-Pintér, Sz., & Medve, A. (2013). Hogyan adjunk el valamit Másnak, ami valójában ugyanaz – Sört a nőknek?! In Nagy, I. Z. (szerk.), *Vállalkozásfejlesztés a XXI. Században* (pp. 103-116). Óbudai Egyetem.
- Gyórfi, Z. (2006). A hazai söripar átalakulása a nemzetközi tendenciák tükrében. [Doktori értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem].
- Hasman, J., Hána, D., & Materna, K. (2021). Regional brands produced beyond the region: An analysis of beer brands from recently closed breweries in Europe. *Moravian Geographical Reports*. 29(3), 168–183. <https://doi.org/10.2478/mgr-2021-0013>
- Irmdu, T. O., & Donaldson, R. (2024). Risk Management Strategies: An Empirical Analysis of Strategies Employed by Tourism Business Managers in Plateau State, Nigeria during the COVID-19 Pandemic. *Modern Geográfia*, 19(1), 81–98. <https://doi.org/10.15170/MG.2024.19.01.05>
- Katona, Cs. (2018). Az első világháború hatása a sörgyártásra és a fogyasztásra Magyarországon. In N. Gläser, L. Mód (szerk.), *A Nagy háború hatása a mindennapok kultúrájának változására* (pp. 217–232). Néprajzi és Kulturális Antropológiai Tanszék.
- Kisüzemi Sörfőzdék Érdekképviselői és Érdekvédelmi Egyesülete. (2021). <https://sorfozdek.hu/bemutakozas/>
- Kömüves, Zs., Szabó, Sz., Szabó-Szentgróti, G., & Hollósy-Vadász, G. (2022). Munkaerő-gazdálkodási körkép a dél-dunántúli régióban a pandémia idején. *Modern Geográfia*, 17(3), 13–27. <https://doi.org/10.15170/MG.2022.17.03.02>
- Központi Statisztikai Hivatal. (2022). *Sörmérleg*. https://www.ksh.hu/stadat_files/mez/hu/mez0059.html
- Magyarország Nemzeti Atlasza. (1989). *Söripar*. <https://www.nemzetiatlasz.hu/1989/14.pdf>
- Major, A. (2015). Sörpiaci helyzetkép Magyarországon: versenyképesség a sörszektorban. *Gazdálkodás*, 59(5), 453–474.

- Major, A. (2017). *Sörfogyasztás a fogyasztói szokások változásának tükrében* [Doktori értekezés, Kaposvári Egyetem].
- Opten. (2022). <https://www.opten.hu/dijitalan-szolgaltatasok/cegtarlight/lista>
- Orgoványi, E. (1997). Foglalkoztatás és munkanélküliség Magyarországon. *Statisztikai Szemle*, 75(12), 1022–1038.
- Panyor, Á., Balogh, S., & Hampel, Gy. (2019). *Élelmiszer – gazdaság*. Szegedi Tudományegyetem.
- Poelmans, E., & Ostry, T. P. G. (2020). On the Existence of Belgian Craft Breweries: Explorative Research at the Microlevel. In M. W. Patterson, N. Hoalst-Pullen (Eds.), *The Geography of Beer* (pp. 179–200). Culture and Economics. Springer Nature Switzerland AG.
- Pullen, N. H., Patterson, M. W., Mattord, R. A., & Vest, M. D. (2014). Sustainability Trends in the Regional Craft Beer Industry. In M. W. Patterson, N. Hoalst-Pullen (Eds.), *The Geography of Beer* (pp. 109–116). Regions, Environment and Societes. Springer Science+Business Media Dordrecht.
- Schnell, S. M., & Reese, J. F. (2014). Microbreweries, Place, and Identity in the United States. In M. W. Patterson, N. Hoalst-Pullen (Eds.), *The Geography of Beer* (pp. 167–189). Regions, Environment and Societes. Springer Science+Business Media Dordrecht.
- Telex. (2022). *Söripari jelentés: Egyre több prémium és alkoholmentes sört adnak el a gyártók*. <https://telex.hu/gazdasag/2022/01/27/sor-alkoholmentes-premium-gazdasagos>
- Törőcsik, M. (2016). A fogyasztói magatartás új tendenciái. *Vezetéstudomány*, 47(Különszám), 19–25.
- Turizmus.com. (2019). Megduplázták termelésüket a kisüzemi sörfőzdék. <https://turizmus.com/szallashely-vendeglatas/megduplaztak-termelesuket-a-kisuzemi-sorfozdek-1163000>
- Untappd. (2023). <https://untappd.com/> Utolsó megtekintés dátuma: 2023.02.21.
- Világgazdaság. (2019a). *Kétszázézer felett a kisüzemiek*. <https://www.vg.hu/vilaggazdasag-magyar-gazdasag/2019/03/ketszazezer-hektoliter-felett-a-kisuzemiek> Utolsó megtekintés: 2022.01.29.
- Világgazdaság. (2019b). *Nehéz éven van túl a magyar söripar*. <https://www.vg.hu/cegvilag/2021/06/nehez-even-van-tul-a-magyar-soripar-2> Utolsó megtekintés: 2022.01.29.
- Világgazdaság. (2021). *Gödörbe került a magyar söripar*. <https://www.vg.hu/kozelet/2021/02/godorbe-kerult-a-magyar-soripar-2>
- Watson, A. A., & Broemel, E. T. (2020). Planting the Seed: Innovation Diffusion of Craft Breweries in Florida. In M. W. Patterson, N. Hoalst-Pullen (eds.), *The Geography of Beer* (pp. 67–85). Culture and Economics. Springer Nature Switzerland AG.
- Wojtyra, B., Kossowski, T. M., Březinová, M., Savov, R., & Lančarič, D. (2020). Geography of craft breweries in Central Europe: Location factors and the spatial dependence effect. *Applied Geography*, 123, 102325. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2020.102325>

Ez a mű a Creative Commons Nevezd meg! – Ne add el! – Ne változtasd! 4.0 nemzetközi licence-feltételeinek megfelelően felhasználható. (CC BY-NC-ND 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

This open access article may be used under the international license terms of Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

