FORRÁSMUNKÁK JEGYZÉKE

(1) Horváth L. – Erdélyi É. – Boksai D. – Ferenczy A. (2006): How climate change influences the field crop production I-II. Eco-Conference Novi Sad, 1-12. pp. – (2) Ladányi M. – Erdélyi É. (2009): A review of risk methods in climate change impact researches in Hungary. In: Dragutin Mihailovic, Mirjana Vojinovic Miloradov (szerk.): Environmental, Health and Humanity Issues in the Down Danubian Region, Multidisciplinary Approaches, Proceedings Symposium on Interdisciplinary Regional Research. World Scientific, New Jersey, 245-254. pp. – (3) Szenteleki, K. (2007): A Környezet-Kockázat-Társadalom (KLIMAKKT) klímakutatás adatbázis-kezelő rendszerei. „KLÍMA-21" Füzetek, 51: 89-115. pp.

A bortermelés struktúrájának változásai

BRAZSIL DÁVID

Kulcsszavak: szőlő-bor ágazat, liberalizáció, oligopólium, befektetés.

ÖSSZEFOGLALÓ MEGÁLLAPÍTÁSOK, KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

A szőlő-bor vertikum termelési oldalán jelentős koncentrációs folyamatok kezdődtek. A koncentráció egyik motorja a befektetők, akik az 1980-as évektől jelentek meg nagy számban az ágazatban. Stratégiájukat alapvetően az alapanyaghoz való hozzáférés, a terjeszkedési lehetőség, a márkaépítés és a disztribúciós csatornákhoz való hozzáférés határozza meg. Magyarországon a koncentrációs folyamatokat a jogi-gazdasági környezet erősen befolyásolta.

A szőlő-bor ágazat beszállítói és felvevőpiacán kialakult oligopóliumok jelenléte jelentékeny változásokat generált a szőlő-bor vertikum egyéb szereplői között. Ez a megállapítás különösen igaz a szőlő- és bortermelés területén: *Coelho és Rastoin (2004)* agrobusiness-kutatásai szerint a borászati ipar egy differenciált oligopóliumokból álló piaccá változott, ahol a világ negyven legnagyobb vállalata ellenőrzi a piac több mint 35%-át. E vállalatok nettó árbevétele 14 milliárd euró volt 2002-ben. A szerzőpáros e változásokat a borpiac fejlődési motorjának tekinti, mely legjelentősebben a pezsgőpiacon jelent meg.

Porter (1990) elméletét felhasználva megállapítható, hogy a borpiacon a modern piac kialakulásának minden feltétele teljesült: megjelennek a kifinomult vásárlók, akik a versenytársakat a kínálat erőteljes szegmentációjára kényszerítik. Ennek következtében a verseny növekszik és – szemben az ortodox közgazdasági megközelítéssel – a kínálat is koncentrálódik, tehát a termelő vállalkozások számának csökkenéséhez vezet.

A fenti elméletek előre vetítik, hogy a szőlő-bor ágazatban a termelési koncentráció jelentős méreteket ölt és tovább foko-

zódik. A továbbiakban e folyamat gazdasági hátterének elemzésével foglalkozunk.

A BORÁSZATI KONCENTRÁCIÓ ÉS A BEFEKTETŐK JELLEMZÉSE

Couderc et al. (2003) véleménye szerint a termelői piac koncentrációjának vizsgálata csak a nemzeti ágazati kutatásokból jellemezhető, ugyanis a globális borkereskedelem szerkezetére vonatkozó mikroökonómiai statisztikai adatok hiányoznak. A piac koncentrációja országonként változik. Franciaországban a piacot alapvetően az a körülbelül 870 szövetkezet határozza meg, melyek a francia termelés közel 45%-át teszik ki.

Az 1. táblázat alapján megállapítható, hogy a szőlő-bor termelési piac koncentrációja leginkább az úgynevezett „újvilági országokban" (pl. Ausztrália, USA, Chile, Argentína, Dél-Afrikai Köztársaság) figyelhető meg. Tovább elemezve a táblázat adatait, egyéb eltérésekre figyelhetünk fel a hagyományos és újvilági bortermelő országok között: míg a bolygó déli területén a legjelentősebb borászati vállalkozások befektetői csoportok tulajdonában vannak, addig a tradicionális borhatalmaknál (pl. EU) több szövetkezeti tulajdonban lévő borászat is megtalálható a legnagyobbak között. Ezen országokban a befektetők alapvetően a pezsgőiparban érdekeltek.

Publikációnk további részében a befektetői tulajdonban lévő borászati vállalkozások felé fordítjuk figyelmünket, melyek megjelenése alapvető változásokat indukált a vertikumban.

1. táblázat

A bortermelés koncentrációja néhány országban

Ország	Vezető vállalkozások száma	Termelési arány	Jelentős vállalkozások megnevezése
Új-Zéland	4 vállalkozás	85%	Montana Wines Ltd, Nobilo Vintners Ltd, Villa Maria Estate Ltd, Corbans
Dél-Afrikai Köztársaság	2 vállalkozás	80%	Distell Group Limited, KWV
Ausztrália	4 vállalkozás	60%	Southcorp, Foster's/Beringer Blass, BRL Hardy, Orlando Wyndham,
Argentína	10 vállalkozás	50%	Tittarelli, Bodegas y Vinedos Etchart, Bodegas Chandon, Bodegas Norton,
USA	4 vállalkozás	50%	E&J Gallo, Constellation Brands, The Wine Group, Robert Mondavi Corp.
Chile	5 vállalkozás	25%	Concha y Toro, Vina San Pedro, Vina Santa Rita
Franciaország	10 vállalkozás	25%	LVMH, Castel, Val d'orbieu, Baron Philippe de Rotschild, Pernot Ricard
Spanyolország	5 vállalkozás	15%	Freixenet, Codoniu, Bodegas y Bebidas
Németország	4 vállalkozás	12%	Oetker, Schloss Wachenheim

Forrás: Word Wine Data in: Coelho – Rastoin, 2006

A múlt század kilencvenes éveinek végén a speciális borászati pénzügyi befektetők mellett befektetési alapok jelentek meg. Befektetéseiket magyarázhatja az ágazat jövedelemtermelő képessége, illetve az a hipotézis, hogy a befektetők nem találtak más, kellően fejlődőképes befektetést. A külső tőkeforrásból származó befektetések számának növekedését elősegítette többek között a világ tőkepiacaira és árukereskedelmére vonatkozó liberalizációs folyamat, ide értve a kelet-európai rendszerváltozásokat. Erősítette ezt a folyamatot az 1980-as évek elejétől az 1990-es évek végéig tartó bortermelési expanzió: az újvilági országok jelentősen növelték szőlőterületeik nagyságát. *Coelho és Rastoin (2005)* megállapítja, hogy az agrár-élelmiszeripar egyéb ágazataival szemben a külső tőkeforrásból származó borászati befektetések esetében alacsony a tőzsdére bevezetett vállalatok száma, ugyanakkor magasnak tekinthető a családi tulajdonban, illetve családi vezetés alatt álló vállalkozások (pl. Oetker, Freixenet) aránya.

E jellemzők mellett, a borászati befektetések esetében is megfigyelhetők a vállalkozásokra jellemző tőkepiaci mozgások: egyesülések, fúziók, felvásárlások. Ennek első előfutára az volt, amikor 1983-ban a *Kanadai Seagram* csoport felvásárolta a *Coca-Cola Company Wine Spectrum* divízióját.

A szőlő-bor vertikumba történő befektetések az alábbi négy stratégia alapján értelmezhetők:

a) Alapanyag (szőlő, bor) biztosítása. E tekintetben a befektetők két különböző stratégiát követnek:

i. A szőlőtermelés kiszervezése és a szőlő, illetve bor felvásárlása, a bor saját márkanév alatt történő forgalmazása (pl. Ernest & Hulio Gallo).

ii. A szőlőtermelés integrálása különösen fontos a védett eredetű termékeket előállító borvidékeken. A befektetési vállalkozások többségében a szőlőhöz, és ezáltal a termőföldhöz való szabad hozzáférés alapvető feltételként jelenik meg.

b) Terjeszkedési lehetőség a mérethatékonyság biztosítása szempontjából meghatározó a borászati vállalkozásoknál: olyan nagyságot kívánnak a befektetők elérni, mely lehetővé teszi, hogy hatékonyan tudjanak tárgyalni a felvevő piac transznacionális élelmiszer-felvásárló központjaival.

c) Márkaépítés a prémium kategóriákban: a pincészetek által bevezetett márkák biztosították alapvetően az újvilági országok pincészeteinek sikerét, amelyek a modern fogyasztók életvitelének megfelelő borokat kínálnak a piacon. A márka nem csupán önállóan lehet érték a piacon, de az eredetmegjelölés kiegészítésének egyik alternatívája.

d) A disztribúciós csatornákhoz való hozzáférés az adott vállalkozás sikerének alapvető záloga. *Coelho és Rastoin (2006)* megállapítják, hogy transznacionális bordisztribúciós hálózatok még nem alakultak ki az ágazatban.

Coelho és Rastoin (2005) a borászati befektetők ágazati sikerét – a fenti négy stratégiát illetően –az alábbi három faktorban határozták meg:

- A termelési eszközök területén ezen pincészetek előnye a beszállítói piaccal való hatékony tárgyalóképességben rejlik, így termelési költségük alacsonyabb versenytársaiknál.
- A márkaépítésben alapvetően a prémium, ultra-prémium és ikon kategóriában vannak jelen, ahol a piaci verseny sokkal kisebb az alacsony árú kategóriákhoz képest.
- Értékesítési csatornáik fejlettek, melynek kiépítésében egyszerre jellemzi őket a verseny és az együttműködés,

BORÁSZATI BEFEKTETÉSEK MAGYARORSZÁGON

A *Hegyközségek Nemzeti Tanácsa* adatai megmutatják, hogy Magyarországon a piaci koncentráció a hagyományos borá-

szati országokra jellemző értékeket mutatja: a legjelentősebb 400 borászati vállalkozás adja a bortermelés 80%-át. Ezen nagyvállalkozások mellett jelentős számú (kb. 8000) vállalkozás foglalkozik borelőállítással. A fentiekben bemutatott folyamatok alól Magyarország sem mentesült, ugyanakkor a XX. század második felének gazdasági és jogi szabályozásai speciális ágazati szerkezetet alakítottak ki, és jelentősen befolyásolták a befektetők megjelenésének lehetőségeit:

- A szocialista piacgazdaságban 7 pincegazdaság, 22 állami gazdaság pincészete és szövetkezeti pincészetek integrálták a magyar bortermelés több mint 80%-át.
- Magyarországon a befektetők megjelenése alapvetően az állami gazdaságok és borkombinátok privatizációjának időszakához kötődik, mellyel a magánszektor és a verseny megerősödését kívánta elősegíteni az ország. Ezen időszak kezdete 1988-89-re, a spontán privatizáció időszakára tehető.

A külföldi közvetlen tőkebefektetések (FDI) alapvetően a Tokaji borvidékre és a pezsgőpiacra koncentráltak, mely folyamatnak a földtörvény 1994-es módosítása vetett véget: a befektetők számára a termőföldhöz való szabad hozzáférés alapvető követelményt jelent. Ez a tény magyarázhatja azt, hogy a szőlő-bor ágazatban az FDI aránya alacsonynak tekinthető, 12%-ra tehető. A külföldi befektetők között családi alapú vállalkozások és borászati befektetésekben specializált befektetési csoportok jelentek meg.

A privatizáció utolsó időszakában magyar magánszemélyek voltak a legfontosabb beruházók. Számos olyan borászati vállalkozás jött létre (egykori pincegazdaságok területén), amely szőlőterületek nélkül, külső forrásból biztosítja az alapanyaghoz való hozzáférést.

- A külső tőkeforrásból származó borászati befektetések új hulláma az új évezredhez kötődik hazánkban: a magyar állampolgárságú befektetők vagy valamely ismert borásszal kooperálva (pl. Árvay, Wunderlich), vagy önálló pincészet alapításával (pl. Béres Szőlőbirtok) ruháztak be a szektorba.

Megfigyelhető ugyanakkor a külföldi befektetők ismételt megjelenése a magyar borvidékeken (pl. Badacsony), akik szintén a szőlőtermelés integrációja mellett ruháznak be a vertikumba.

FORRÁSMUNKÁK JEGYZÉKE

(1) **Coelho, A. – Rastoin, J-L. (2004): Globalisation du marché du vin et restructuration des entreprises multi**nationales. Oenometrie XI, Université de Bourgogne, Dijon, 2004. may 22-24. – (2) Coelho, A. – Rastoin, J-L. (2004): Les strategies de développement des grandes firmes de l'industrie mondiale du vin sur la longue période (1980-2005). Progrès Agricole et viticole, Montpellier, 2006 – (3) Couderc, J. – Pierre, L. F. – Remaud, H. (2003): Analyse financière des caves coopératives de la filière vitivinicole en France (1999-2001). Recherche action Crego Université de Montpellier II, UMR MOISA Agro Montpellier et Crédit Agricole SA, pour le compte d'Onivins, Paris 76 p. – (4) Porter, M. E. (1990): The Competitive Advantage of Nations. The free press, Macmillan Inc., New York