

(79) **TÖRÖK Á.**
Az eredetvédelem jelentősége a magyar pálinka ágazatban

The role of origin in the hungaria pálinka industry

Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástudományi Kar
1093 Budapest Fővám tér 8.
e-mail: aron.torok@uni-corvinus.hu

A földrajzi árujelzők egyre fontosabb szerepet kapnak napjainkban, s az Oltalom alatt álló Eredetmegjelölésű (OEM) és Oltalom alatt álló Földrajzi Jelzésű (OFJ) termékek az Európai Unió minőségpolitikájának egyik kiemelt területét képezik. Ugyanakkor a földrajzi árujelzők és az OEM/OFJ termékek versenyképessége közötti kapcsolat mindeztidáig feltérképezetlen, meglehetősen kevés azon kutatások száma, amelyek az eredetvédelemben részesülő termékek versenyképességét vizsgálja.

A dolgozat az eredetvédelem gazdasági szerepét a kínálati oldal vizsgálatával kívánja bemutatni a magyar pálinka ágazat példáján keresztül. A hazai pálinkafőzdek eredetvédelem szempontjából jól lehatárolhatóak, hiszen az öt különböző, EU-s védelem (OFJ) alatt álló pálinkafajta (Kecskeméti barackpálinka, Szatmári szilvapálinka, Szabolcsi almapálinka, Békési szilvapálinka és Gönci barackpálinka) előállításának helyszíne települési szintre lebontva meghatározott. Ennek köszönhetően az eredetvédett termékek előállítására jogosult pálinkafőzdek egyértelműen meghatározhatóak, azok gazdasági teljesítménye is mérhető, illetve összehasonlítható azokkal a pálinkafőzdekkel, amelyek eredetvédett terméket nem állíthatnak elő.

A dolgozat tehát arra keresi a választ, hogy az eredetvédett termékeket előállító pálinkafőzdek gazdasági értelemben véve sikeresebbek és versenyképesebbek-e, mint a többi pálinkafőzdek, illetve hogy ebben mekkora szerepe van az eredetvédelemnek. Az elsődlegesen a gazdasági adatokon végzett klaszteranalízis 57 kereskedelmi pálinkafőzde 2008-2010 közötti adatain lett elvégezve.

A kapott eredmények azt mutatják, hogy az eredetvédett termékek előállítására jogosult pálinkafőzdek pénzügyi mutatószámai (ROE, ROA, ROS) szignifikánsan nagyobbak, mint a többi termelőé. Az eredetvédelem közvetlen hatása ugyanakkor statisztikai alapon nehezen magyarázható.

Bevezetés

A földrajzi árujelzős termékek jelentősége egyre inkább nő, s immáron megkerülhetetlen szerepet töltenek be az EU élelmiszerekre és mezőgazdasági termékekre vonatkozó minőségpolitikájában is. Noha az eredetvédett szeszesitalok jellemzően csak a háttérben vannak a többi földrajzi árujelzős termékekhez képest, gazdasági szerepük és jelentőségük nem megkérdőjelezhető.

Magyarország egyetlen eredetvédett szeszesitala a pálinka, melynek öt különböző fajtája (kecskeméti és gönci barackpálinka, békési és szatmári szilvapálinka, illetve a szabolcsi almapálinka) is a legmagasabb szintű EU-s védelemben részesül. A pálinka mindemellett jelenleg reneszánszát éli Magyarországon, hiszen a fogyasztók körében újraéledő népszerűsége mellett a törvényhozás is kiemelten foglalkozik vele (elég csak a közelmúltban megszületett Pálinka Törvényre gondolni).

A dolgozat a pálinka kínálati piacának általános elemzése után röviden kitér a földrajzi árujelzők gazdasági jelentőségét tagláló szakirodalomra, illetve az eredetvédett magyar pálinkákra. Ezt követően következik a számítási eredmények bemutatása, végül a dolgozat egy szintetizáló összegzéssel zárul.

A pálinka kínálati oldala

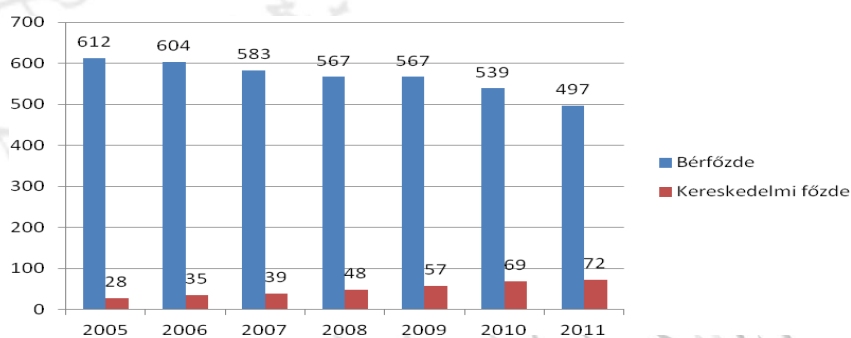
A vonatkozó jogszabályok értelmében Magyarországon jelenleg három különböző legális módja van a pálinka készítésének: kereskedelmi főzdeknben, bérfőzés keretén belül, illetve magánfőzés útján.

Kereskedelmi főzdekn azokat a pálinkafőzdeket tekintjük, amelyek termékeiket teljes egészében kereskedelmi forgalomban értékesítik, termékeik után teljes egészében megfizetik a mindenkori jövedéki adót, amit a zárjegy/pálinkazárjegy igazol. A kereskedelmi főzdeknnek adóraktári engedéllyel kell rendelkezniük. A kereskedelmi főzdekn jellemzően főtevékenységként foglalkoznak pálinkafőzéssel, tevékenységükhöz gyakran étkezési minőségű alapanyagot felhasználva, folyamatosan magas minőségű termékeket készítenek

A bérfőzdekn működésének lényege az, hogy a fogyasztó (bérfőzető) a jellemzően saját, vagy vásárolt gyümölcsből készített cefrét egy olyan megfelelő technológiával rendelkező személyhez/vállalkozáshoz (bérfőzde) szállítja, aki ott lepárlással pálinkát készít abból. A bérfőzdeket kötelezően regisztrálni kell az illetékes hatóságoknál. A bérfőzdeknben lefőzetett pálinka meghatározott mennyiségig általában adókedvezményben részesül, a jövedéki adót a technológiai költségek mellett a bérfőzető köteles megfizetni a bérfőzde számára. A bérfőzdekn által előállított pálinka mennyiségéről és azok fajtájáról az adóhatóság részletes információkkal rendelkezik. A bérfőzdeknben előállított pálinka kereskedelmi forgalomba nem hozható, ez alól csak bizonyos esetekben van kivétel, a teljes összegű jövedéki adó megfizetése és a zárjegy felhelyezése után. A bérfőzdeknben készült pálinkák minősége jellemzően alacsonyabb, mint a kereskedelmi főzdeknben készíttettek, de mindenekelőtt meglehetősen heterogén, köszönhetően az alapanyagok nagyfokú diverzitásának.

A magánfőzés intézménye újkeletű, hiszen mindösszesen 2010 őszétől van rá lehetőség. Az elsődlegesen a zúgfőzdekn számának leszorítása és az ágazat kifehérítésének érdekében meghozott szabályozás értelmében a természetes magánszemély (magánfőző) minden évben jogosult 50 liter 86 V/V%-os párlat készítésére adómentesen. Ezt a mennyiséget a magánfőző saját lepárlóberendezéssel is elkészítheti, amellyel kapcsolatban 100 liter űrtartalomig bejelentési kötelezettség sem terheli. Az adómentes pálinkát csak saját célra lehet felhasználni és kereskedelmi forgalomba nem kerülhet. Az ötven liter feletti, illetve a meghatározott körülmények között értékesíthető pálinka után a jövedéki adót teljes mértékben meg kell fizetni. A magánfőzésben készített pálinka minősége a bérfőzdeknkéhez hasonló, s egyértelműen egymás versenytársai, noha egy adott naptári évben a magánfőző bérfőzde szolgáltatását nem veheti igénybe.

Mivel a kereskedelmi forgalomba legálisan csak a zárjeggyel ellátott, kereskedelmi főzdekn által készített pálinka kerülhet, a dolgozat szempontjából elődlegesen ez a termékcsoport a meghatározó. Amint azonban az 12. ábra is mutatja, a bérfőzdekn száma nagyságrendekkel meghaladja a kereskedelmi főzdekn számát. Mindezek mellett ugyan a kereskedelmi főzdekn átlagos főzőkapacitása jellemzően nagyobb a bérfőzdeknénél, ez utóbbiakban előállított pálinka mennyisége többszöröse a kereskedelmi főzdekn kibocsátásának.



1.ábra: Bérfőzdekn és kereskedelmi főzdekn száma 2005-2011 között Forrás: saját számítások VPOP alapján

A tendenciákat nézve azonban egyértelműen megállapítható, hogy a kereskedelmi főzdek dinamikus növekedést mutatnak, hiszen számuk 2005 és 2011 között több mint megkétszereződött. Ez egyben azt is jelenti, hogy a minőségi termékeket kereső fogyasztók kereslete egyre több kereskedelmi főzdeknél jelent megélhetést, ugyanakkor a piac telítődése is várható a közeljövőben. A fentiekkel párhuzamosan csökken a bérfőzdek száma, a vizsgált időszakban több mint 20%-kal. Ez szintén a kereslet előbb ismertett minőség felé való elmozdulásával magyarázható. A bérfőzdek számának további csökkenése várható, hiszen a 2010-óta létező magánfőzés is egyértelműen a bérfőzdek iránti kereslet csökkenését prognosztizálja.

A földrajzi árujelzők gazdasági jelentősége

A közelmúltban egyre több kutatás vizsgálta a földrajzi árujelzők szerepének gazdasági vetületeit. Malorgio és társai (2007) az eredetvédelemben részesülő európai borokat vizsgálták a világpiacon, s azt találták, hogy egyre jobban növekvő piaci kereslet mutatkozik ezek iránt a termékek iránt, noha a földrajzi árujelzők a legtöbb esetben magasabb árral is párosulnak. Trevisan (2008) a grappa ágazatot vizsgálta az olaszországi Trentinóban, s arra az eredményre jutott, hogy a helyi termelők a földrajzi árujelzőket tekintik az egyik legfontosabb helyi adottságnak. Trecho-Pech és társai (2010) a mezcal példáját vizsgálva arra jutottak, hogy ennek az agávéból készített párlatnak a piaci sikerét egyértelműen az alapozta meg, hogy 1995 óta immáron földrajzi árujelzős védelemben részesül a termék, melynek értelmében a termelők immáron jogi eszközöket is bevethetnek a termékük megkülönböztetése érdekében.

Az eredetvédelemnek a nem alkoholos termékek körében betöltött szerepét is számos kutatás boncolja. A 2007-ben Bolognában megrendezett EAAE szeminárium központi témája a hagyományos termékek marketingje és kereskedelme volt. Teuber (2007) a földrajzi árujelzők termék-megkülönböztető szerepét emelte ki, amit már a fejlődő országok is használnak a termékeik sikerének elősegítése érdekében. Scaramuzzi és társai (2007) arra mutattak rá, hogy a toszkán vállalatok különböző okokból használják a földrajzi árujelzőket a világpiacon való boldoguláshoz, melyek közül a legfontosabb az, hogy megvédjék a termékeiket az olcsóbb utánzatoktól, valamint hogy részesüljenek az előállítás régiót övező kedvező megítélésből származó előnyökből. Borch és Roaldsen (2007) a norvég viszonyokat vizsgálva azt találták, hogy az eredetvédelemben rejlő jogi oltalom fontos versenyképességi tényező is egyben, különösen a hagyományos és minőségi termékeket felvonultató prémium piaci szegmensben.

Földrajzi árujelzős magyar pálinkák

A 110/2008/EK rendelet értelmében a szeszesitaloknak önálló eredetvédelmi szabályozása van az Európai Unióban. Ennek értelmében a pálinka és a törkölypálinka kizárólagos magyar terméknek számít, illetve öt különböző pálinkafajta földrajzi árujelzős oltalomban részesít. A közösségi rendszer előszobájának tekinthető nemzeti (magyar) védelemben részesül további három termék, melyek várhatóan a későbbiekben uniós oltalmat is nyernek majd.

1. táblázat: A Földrajzi árujelzős pálinkafajták

Megnevezés	Jelenlegi oltalom legmagasabb szintje	A nemzeti oltalom megszerzésének éve
Kecskeméti barackpálinka	EU-s földrajzi árujelző	2000
Szabolcsi almapálinka	EU-s földrajzi árujelző	2000
Szatmári szilvapálinka	EU-s földrajzi árujelző	2000
Békési szilvapálinka	EU-s földrajzi árujelző	2001
Gönci barackpálinka	EU-s földrajzi árujelző	2003
Újfehértói fürtös meggypálinka	nemzeti oltalom	2007
Göcseji körtepálinka	nemzeti oltalom	2008
Pannonhalmi törkölypálinka	nemzeti oltalom	2010

Forrás: saját szerkesztés

Adatok és módszertan

A vizsgálat alapjául 57 kereskedelmi pálinkafőzde 2008-2010 közötti elsődleges gazdasági adatai szolgáltak. A vállalkozások mérleg, eredmény-kimutatás és kiegészítő mellékleteiből nyert információk alapján végzett deskriptív statisztikai adatok után a klaszteranalízis a STATA szoftver 12.0-s verziójával lett elvégezve.

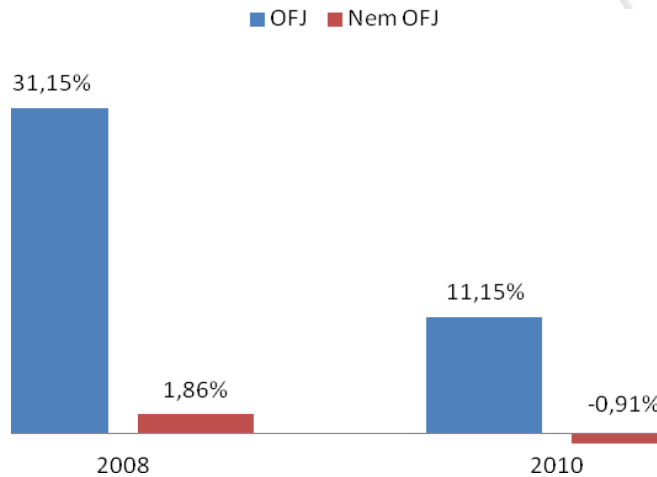
A modell a földrajzi árujelzőket egy dummy változóként kezeli, a pálinkafőzdek besorolása a cégkivonatok (székhely, illetve telephely) és az egyes eredetvédett pálinkák előállítási településlistáinak összehasonlításával történt.

Eredmények

A legfontosabb jövedelmezőségi mutatók (ROE, ROA és ROS)¹ kiszámítása után az eredmények egyértelműen azt mutatják, hogy a eredetvédett pálinkákat előállító, illetve az arra nem jogosult főzdek jövedelmezőségi szintjei között jelentős eltérések vannak. Ugyanakkor a vizsgált időszakban (2008-2010) az egész ágazat jövedelmezősége romlott, ami nagymértékben köszönhető annak, hogy a válság miatt a fizetőképes kereslet jelentősen csökkent. A számok alapján ugyanakkor az is egyértelmű, hogy az OFJ főzdek profitabilitása kisebb mértékben csökkent.

Az elsősorban a tulajdonosok számára fontos ROE alapján a legszembetűnőbb a különbség a két típusú pálinkafőzde között. (Lásd 2. ábra) Az OFJ pálinkafőzdek tőkearányos jövedelmezősége ugyanakkor még a válság alatt is messze meghaladta a magyar élelmiszergazdaság általános jövedelmezőségi szintjét.

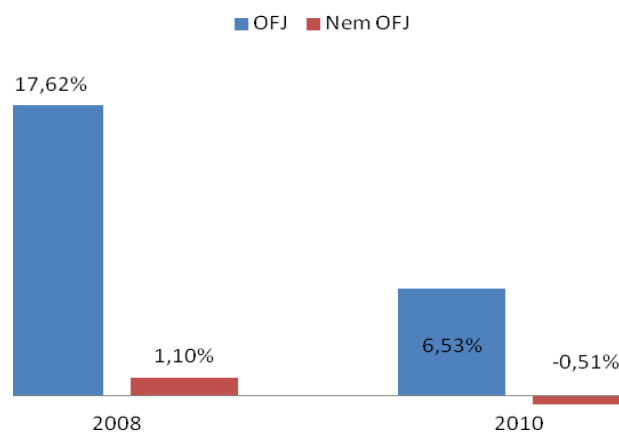
¹ ROE: return on equity – tőkearányos megtérülés, ROA: return on assets – eszközarányos megtérülés, ROS: return on sales – árbevétel arányos jövedelmezőség



2.ábra: ROE értékek a különböző pálinkafőzdéknél

Forrás: saját szerkesztés

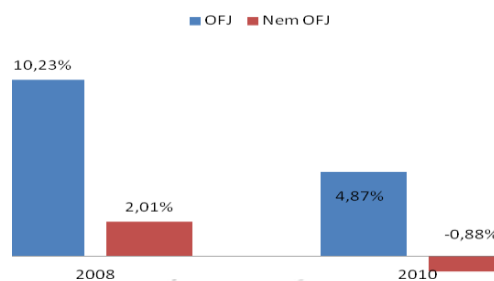
Mivel a pálinkakészítés meglehetősen eszközigenyes tevékenység, az eszközalapú jövedelmezőség is fontos képet festhet az ágazatról. (Lásd 3. ábra) Az OFJ pálinkafőzdek előnye ezen a téren is szembetűnőbb, ami különösen annak a fényében jelentős, hogy az OFJ főzdek eszközállománya jellemzően sokkal magasabb.



3.ábra: ROA értékek a különböző pálinkafőzdéknél

Forrás: saját szerkesztés

Arányaiban a legkisebb különbség a két főzdetípus között az árbevétel arányos jövedelmezőségénél figyelhető meg. (Lásd 4. ábra)



3.ábra: ROS értékek a különböző pálinkafőzdéknél *Forrás: saját szerkesztés*

A három fenti jövedelmezőségi mutató között egyértelmű különbség figyelhető meg a két főzetípus esetében. Az OFJ pálinka előállításának lehetősége és a jövedelmezőség közötti összefüggést regressziós modellel becsülve (amikor is az OFJ lehetőség egy dummy változóként került be a modellbe) nem mutatható ki összefüggés a szokásos szignifikanciaszinten. Mindezekon felül a modell szerint az OFJ pozitívan hat a ROA és ROS értékeinek alakulására, ugyanakkor meglepő módon a ROE mutatót negatívan befolyásolja.

Mivel a regressziós számítások nem hoztak statisztikailag elfogadható eredményt, a mintán klaszteranalízis lett elvégezve, melynek eredményeként 4 jól elkülönülő csoportot kaptunk. (Lásd 2. táblázat)

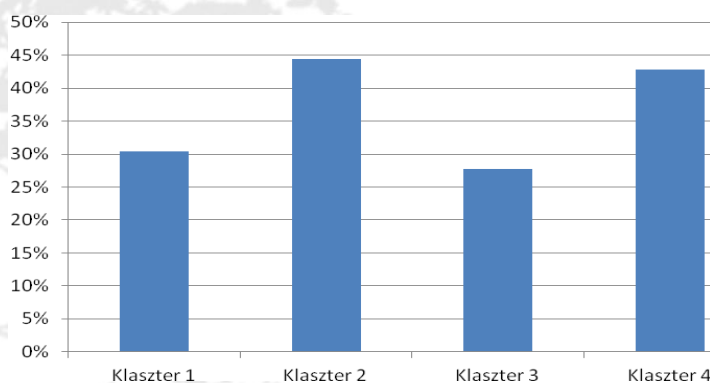
2. táblázat: A klaszteranalízis eredményei

	Árbevétel (eFt)	Mérlegfőösszeg (eFt)	Foglalkoztatottak száma	OFJ főzde	Életkor
Klaszter 1	23 751	43 251	3	30%	12
Klaszter 2	4 675 490	4 567 160	102	44%	14
Klaszter 3	79 939	210 585	8	28%	13
Klaszter 4	438 251	735 432	22	43%	11

Forrás: saját szerkesztés

Az **első klaszter** tartalmazza a legkisebb pálinkafőzdeket (25 millió forint körüli árbevétellel és 3 alkalmazottal). Ezzel szemben a **második klaszter**ben vannak a legnagyobb pálinkafőzdek, számos munkavállalóval és jellemzően részvénytársasági cégformával. A **harmadik klaszter** a feltörekvő kis főzdeket, míg a **negyedik klaszter** a legsikeresebb és dinamikusan növekvő közepes méretű főzdeket.

Az eredetvédelem szerepét vizsgálva érdekes megnézni, hogy az egyes klaszterekben mekkora az OFJ főzdek aránya. Mivel a teljes mintában minden harmadik főzde jogosult eredetvédett termékeket előállítani, látható, hogy a második és a negyedik klaszterben felülreprezentáltak az OFJ főzdek, itt az arányuk 43-44%.



4. ábra: Az OFJ pálinkafőzdek aránya a különböző klaszterekben

Forrás: saját szerkesztés

Ezek alapján megállapítható, hogy az eredetvédett termékek elsősorban a nagyobb és a sikeresebb pálinkafőzdek pálinkái között találhatóak, míg a kisebb főzdek között az ilyen termékek aránya alacsonyabb.

Összegzés és következtetések

A cikk először kitért a hazai pálinkapiac kínálati oldalára, mely alapján látható, hogy a kereskedelmi pálinkafőzdek száma dinamikusan nő, míg a bérőzdek száma csökken. Többek között ennek is köszönhető, hogy a magyar pálinkapiac elmozdult a minőségi termékek irányába.

A jövedelmezőségi viszonyok vizsgálata alapján megállapítható, hogy a válság ugyan rányomta a bélyegét az ágazat teljesítményére, az OFJ pálinkákat előállító főzdek jövedelmezősége minden mutató alapján nagyobb, mint a nem OFJ főzdeké. Ugyan a regressziós számítások nem támasztják alá az eredetvédelem jövedelmezőségre gyakorolt pozitív hatását, a klaszteranalízis alapján látható, hogy az eredetvédelmi jogosultsággal alapvetően a nagyobb és sikeresebb pálinkafőzdek jogosultak.

Hivatkozások

- ADDOR, F., GRAZIOLI, A. (2002) Geographical Indications beyond Wines and Spirits. *The Journal of World Intellectual Property*. Vol. 5. No. 6.
- BORCH, O. J., ROALDSEN, I. H. E. (2007) Competitive positioning and value chain configuration in international markets for traditional food specialties. *Paper presented at 105th EAAE Seminar*, Bologna, Italy, March 8-10, 2007
- MALORGIO, G., CAMANZI, L., GRAZIA C. (2007) Effectiveness of European Appellations of Origin on the International wine market. *Contributed Paper presented at the 105th EAAE Seminar*, Bologna, Italy, March 8-10, 2007
- SCARAMUIZZI, S., BELLETTI, G., BURGASSI, T., MANCO E., MARESCOTTI A., PACCIANI A. (2007) The roles of geographical indications (PDO and PGI) on the internationalization process of agro-food products. *Paper presented at the 105th EAAE Seminar*, Bologna, Italy, March 8-10, 2007
- TEUBER, R. (2007) Geographical Indications of Origin as a Tool of Product Differentiation: The Case of Coffee. *Paper presented at the 105th EAAE Seminar*, Bologna, March 8-10, 2007.
- TREJO-PECH, C. O., LÓPEZ-REYNA, C., HOUSE, L. A., MESSINA, W. (2010) Appellation of Origin Status and Economic Development: *A Case Study of the Mezcal Industry. IAMA 20th Annual World Forum and Symposium*, Boston.
- TREVISAN, I. (2008) The appellative “Denominazione geografica” in the marketing of grappa from Trentino. *4th International Conference of the Academy of Wine Business Research*, Siena.