

# Az élelmiszerek eredetvédelmének összefüggése a versenyképességgel

PANYOR ÁGOTA – MAROSI TIBOR

## ÖSSZEFOGLALÁS

*A globalizálódó élelmiszer-kereskedelemben az olcsó tömegtermékek megjelenése egy olyan kihívás, és egyben óriási kockázat, amelyre a válasz a minőségi élelmiszer-termelés. A magyar termékek piaci pozícióját, versenyképességét javíthatja a különleges minőséget és a magyar eredetet összekapcsoló termékminősítő jelölés. Az egyedi tulajdonságok kiemelésével a magyar termelők nagyobb védelmet remélhetnek a nagy tömegben lévő külföldi termékek mellett. A kiváló minőségű termékek előállítására segítheti a vidékfejlesztést, és a vidék népesség megtartó erejét. Jelenlegi helyzetben a termelők a minőség javítására tett erőfeszítéseik mellett nem látják termékeik bővülő piacát és a védelem hasznát, a közösségi marketing-tevékenység hiányos, az erőforrások csak korlátozottan állnak rendelkezésre.*

## Bevezetés

Az Európai Unió élelmiszerfogyasztására legjellemzőbb tendenciák között kell megemlíteni az uniós piac telítettségét, a minőség és a márkák meghatározó szerepét, az ökológiai gazdálkodás térnyerését, valamint az etnikai ételek terjedését (4).

A helyes és egészséges táplálkozás a kultúrált élet egyik tartozéka, hiszen az elfogyasztott élelmiszer az egészség és a betegség forrása is lehet. A globalizáció egyik hatásaként egyre több import élelmiszer kerül a magyar fogyasztóhoz, így nehéz a termékek minőségének garantálása. Az újra és újra felmerülő élelmiszerbotrányok megnövelték a fogyasztók, és az élelmiszerpiac többi résztvevőjének az élelmiszereink minőségére vonatkozó érzékenységét. Ezért előtérbe kerül a biztonság és jó minőségű élelmiszerek iránti igény, ami azt jelenti, hogy a termelés, az előállítás és a forgalmazás teljes folyamatában biztosítani szükséges, hogy az élelmiszer ne veszélyeztesse a fogyasztó egészségét. A mai piaci versenyhelyzetben a termékek egyedi tulajdonságai – amelyek többnyire generációk alatt jöttek létre és maradtak fenn – az elismert és állandó minőséget fémjelzik, értéket képviselnek.

## Az egyedi tulajdonságok védelme

A fejlett országok túlkínálati piacain a fogyasztók a különlegességeket, a többitől eltérő specialitásokat keresik (hagyományt, karakterisztikus tájegységet, kultúrát). Ilyen minőségi különlegesség az eredet, a földrajzi kötődés, vagy a hagyományos, különleges tulajdonság, és azok jogi oltalmát biztosító jelölése (1). A magyar különleges egyedi termékek védelmének jo-

gi szabályozása az Európai Unió vonatkozó rendeletein alapul (2081/92/EGK és a 2082/92/EGK). Magyarország az említett rendeleteket több jogszabályban honosította. Az 1997. évi XI. Törvény és a 78/2004. (IV.19.) Kormányrendelet alapvetően olyan mezőgazdasági és élelmiszeripari termékek földrajzi megjelölésének védelmét szolgálja, amelynek jellegzetes tulajdonságai és sajátosságai a termőtájhoz és emberi tényezőihez kötődnek.

Eredetmegjelölés esetén közvetlen és elválaszthatatlan a kapcsolat a termékminőség és a földrajzi környezet között, a termék előállításának minden lépése a körülhatárolt földrajzi területen kell, hogy történjen.

A földrajzi jelzés esetén az előzőekben említett kapcsolat kevésbé szoros. A termék a földrajzi környezetnek köszönheti hírnevét, tulajdonságait, függetlenül a természeti és emberi tényezőktől. Ebben az esetben csak a termék előállításának valamelyik lépése történik a körülhatárolt földrajzi területen és ennek tulajdonítható a termék minősége vagy más tulajdonsága.

## Földrajzi árujelzőkkel rendelkező termékek

A földrajzi árujelzőkkel rendelkező termékek körét az 1. táblázat adatai jól szemléltetik. A legtöbb oltalom alatt álló termék Olaszországban és Franciaországban található, mindkét országban a sajtfélék a legjellemzőbb termékek. Míg kiugróan magas a friss húsok és belsőségek aránya Franciaországban, addig Olaszországban ez a gyümölcs, zöldség és gabonafélékre jellemző. De jelentős számú a termékek köre Görögországban, Portugáliában, Spanyolországban és Németországban.

Magyarországon a védett árujelzős termékeink köre csupán 14, amely jóval meghaladja például a Benelux Államok vagy az észak-európai tagállamok termékeinek nagyságrendjét, de jóval elmarad a már említett ranglistát vezető országok mögött. A magyar termékek köre a következő:

Szegedi téliszalámi	Gönci kajszibarack
Budapesti téliszalámi	Hajdúsági torma
Makói vöröshagyma	Kecskeméti barackpálinka
Szegedi fűszerpaprika	Szatmári szilvapálinka
Kalocsai fűszerpaprika	Szabolcsi almapálinka
Gyulai kolbász	Békési szilvapálinka
Csabai kolbász	Gönci barackpálinka

## Különleges tulajdonságú termékek

A különleges tulajdonságú termék esetén az előzőekhez képest mások a jogi oltalom megszerzésének

1. táblázat

## Oltalom alatt álló földrajzi árujelzős termékek az EU-15-ben

EU tagállam/Termékek	I	F	P	E	GR	D	GB	A	NL	B	L	DK	IRL	S	FIN
Sajt	31	42	12	18	20	4	11	6	4	1		2	1	1	
Gyümölcs zöldség és gabona	39	22	19	27	22	2	1	3	2			1			1
Friss hús és belsőségek	2	50	25	13		3	7				1				
Olaj- és zsírfélék	36	6	5	13	25	1		1	1	1					
Húsalapú termék	28	4	21	9		8		2	2	1	1				
Egyéb italok		5				31	3								
Egyéb állati eredetű termék		5	10	2	1		1				1				
Étkezési olajbogyó	2	3	1		10										
Sör						12	3								
Kenyér, tészta, sütőipari és cukrászati termékek	3	2		6	1	4									1
Nem élelmiszer és egyéb termék	3	2			4										
Friss hal, kagyló és a tenger gyümölcsei		2			1	2	3						1		
Összesen:	146	143	93	88	84	67	29	12	6	4	4	3	3	2	1

Forrás: FVM Élelmiszeripari Főosztály (2005)

2. táblázat

## Az EU-15-ben tanúsított hagyományos különleges termékek

A termék neve	Termékcsoport	Ország
Mozzarella	Sajtok	Olaszország
Hushzllsost		Svédország
Jamón Serrano	Húskészítmények	Spanyolország
Falukorv		Svédország
Traditional Farmfresh	Friss húsok, belsőségek	Anglia
Turkey		
Leche certicifada de Granja	Egyéb állati termékek (tojás, méz, tejtermékek, kivéve a vaját)	Spanyolország
Panellets	Kenyér, tésztafélék, kalács, cukrász-sütemények, kekszek és egyéb pékáruk	Spanyolország
Kalakukko		Finnország
Karjalanpiirakka		Finnország
Kriek, Gueuze, Lambic, Kriek-Lambic, Faro	Sörök	Belgium
Sahti		Finnország

Forrás: Mészáros (2004)

feltételei. Itt olyan termékekről van szó, amelyek összetételükben, vagy előállítási módjukban hagyományosak, anélkül hogy valamely földrajzi területtel kizárólagos kapcsolatban lennének. Tehát ezek a termékek Európa-szerte bárhol előállíthatóak, de csak az elfogadott termékleírásokban meghatározott hagyományos anyagokból és/vagy hagyományos eljárás alkalmazásával. Mindezen tanúsítási eljárás alkalmazásával a kis volumenű, kiváló minőségű speciális élelmiszer-termékek előállításának, valamint az ökológiai gazdálkodásban előállított élelmiszertermékek minőségi továbbfejlesztésének, értékesíthetőségének és piacra jutásának elősegítése a cél. Míg a védett eredet-megjelölésű és földrajzi jelzésű termékek között 685

élvez oltalmat, addig a különleges tulajdonság tanúsítását csupán 6 ország 15 terméke szerezte meg, melyek megoszlását a 2. táblázat adatai mutatják.

Habár a különleges tulajdonság tanúsítása ugyanolyan jelentőséggel bír, a kisszámú érdeklődés azzal magyarázható, hogy ez a kategória inkább az eredetvédelemből "kiszoruló" termékek előállítóinak érdeklődésére számíthat (1).

Az 58/2004. (IV.24.)FVM rendelet a hagyományos különleges élelmiszerek tanúsításának szabályain túl rendelkezik a "kiváló élelmiszer" tanúsítás követelményrendszeréről is. A Kiváló Magyar Élelmiszer védjegy létrehozásával a következő főbb célok megvalósulását kívánták elérni:

- a magyar élelmiszereket megkülönböztesse a piaci termékkínálatban,
- kiemelje a kiváló minőségű élelmiszereket,
- javítsa az élelmiszer-előállítók piaci versenyképességét,
- tájékoztassa a fogyasztókat és segítse őket döntéseik meghozatalában,
- fejlessze az általános élelmiszer-fogyasztási kultúrát,
- ösztönözze az élelmiszergyártók minőségfejlesztését,
- erősítse az országimázt

Jelenleg a KMÉ védjegyes élelmiszerek köre 365 termék, amelyet összesen 90 vállalat állít elő. A legtöbb védjegyes termék a húsok és húskészítmények közé sorolható, emellett jelentős még a tartósítóipar, a hűtőipar és a tej, tejtermékek kategóriákba tartozók száma is.

Míg a gazdaság több szektorában (ipar, kereskedelem) a vállalatok önállóan végzik a piacfejlesztő (marketing) tevékenységet, az agrárterületen a termékek speciális jellege, az államnak az agrárügyekben megnyilvánuló fontos szerepe, az azonos cikketek előállítók nagy száma és teljes érdekazonossága következté-

ben egy ország termelői, feldolgozói és forgalmazói a kooperáció speciális formájaként közösen használják ki a modern marketing által nyújtott előnyöket. A hosszú és folyamatos közösségi marketing munkának nagy szerepe van abban is, hogy jobban bíznak a hazai termelők áruiban, mint az import élelmiszerekben. A KMÉ jelölés leglényegesebb jellemzője, hogy a magyar élelmiszerek piaci versenyképességének javítását szolgáló közösségi agrármarketing tevékenység szerves részeként működik.

### KÖVETKEZTETÉSEK

Az egyedi tulajdonságok védelmének fontos eszköze az oltalom, a tanúsítás és a minőség tanúsító védjegy. A fogyasztó szívesen veszi, ha nem kell a teljes választékot kipróbálnia, hanem rábízhatja magát egy minőségi garanciát nyújtó jelre, mely számára az elvárásainak megfelelő élelmiszert jelenti.

A nemzetközi piacon a vevők döntéseit érzékelhető módon befolyásolja az adott terméket előállító ország általános gazdasági teljesítményéről kialakult kép. A magyar termékek piaci pozícióját hosszútávon javíthatja egy tudatosan alakított, a minőségi teljesítmény irányába elmozdított országimázs.

Egy tudatosan kiépített tartalom, a hozzákapcsolt ösztönzés, és egy megkülönböztető termékminősítő jel hitele hozzájárul a gazdaság fejlesztéséhez, a piaci versenyképesség növeléséhez és a magyar termelők védelméhez. Ez a gyártónak piaci előnyt, forgalomnövekedést eredményez, s ösztönöz arra, hogy fejlesztésével megfeleljen az embléma által támasztott követelményeknek.

Alapvetően két problémakörre fókuszálhatunk a jogi védelem kapcsán:

- egyrészt jellemző probléma, hogy a termelői csoportosulások létrejötte nehézkes, ehhez kapcsolódóan a közösségi marketingtevékenység is igen hiányos, kevés pénzeszköz áll rendelkezésre
- másrészt a termelők a minőség javítása érdekében tett erőfeszítéseik mellett nem látják a termék bővülő piacát, a védelem hasznát.

A helyi, hagyományos, kiváló minőségű termékek előállítása nagyobb hozzáadott értéket eredményez. Így akár regionális vonatkozásban is sokban segítené a vidékfejlesztést, a vidék népességmegtartó erejét és áttételesen a falusi turizmus fejlődéséhez is hozzájárulna. Véleményünk szerint a régióban maradó hozzáadott érték növeli a helyi fogyasztást a helyi vendéglátó helyek, a gasztronómiai fesztiválok és kulturális, turisztikai rendezvények kapcsán. Jelentős munkahelybővítést eredményez és lehetőséget nyújt a helyi vállalkozások beindításához, mindezzel megakadályozva a vidéki térségek elnéptelenedését.

### IRODALOM

- [1] Pallóné dr. Kisérdi Imola (2003): Hagyományos és tájjellegű termékeink perspektívái az Európai Unióban, Konzervéjség 2003/3.
- [2] Mészáros Livia (2004): A mezőgazdasági termékek és az élelmiszerek hagyományos különleges tulajdonságainak tanúsítási rendszere. FVM útmutató.
- [3] Lakner Z. – Sarudi Cs. (2003): Ways and deadlocks in the strategic development of the hungarian food chain, Gazdálkodás, Vol. XLVIII. Special edition No. 8.
- [4] Panyor Á. – Balogh S. (2003): Az élelmiszerválaszték új irányzatainak jellemzése 24. SZÉF Tudományos Közlemények, Szeged 83-87.

Szerzők neve, beosztása és címe:  
 Panyor Ágota főiskolai adjunktus  
 Marosi Tibor főiskolai docens  
 Szegedi Tudományegyetem  
 Élelmiszeripari Gazdaságtan és Marketing Tanszék  
 6724 Szeged, Mars tér 7.

### INTERRELATIONS BETWEEN THE PROTECTION OF ORIGIN OF FOODSTUFFS AND THEIR COMPETITIVENESS

*Panyor, Ágota – Marosi, Tibor*

For the expansion of mass-production in the global food trade, the answer is the quality food-production. The position and the competitiveness of Hungarian foods can be improved by special designations which connect the individual characteristics and the Hungarian origin. Highlighting individual attributes Hungarian producers can expect stronger protection against imports. The high quality products can help the improvement of rural areas, and retain the population there. At present producers, despite all their efforts on the quality improvement, don't see their growing market and the benefit of the protection. The communal marketing work is insufficient; the number of available resources is limited.

### DER HERKUNFTSCHUTZ DER LEBENSMITTELN ZUSAMMENHÄNGEN MIT DER KONKURRENZFÄHIGKEIT

*Panyor, Ágota – Marosi, Tibor*

In dem globalisierenden Lebensmittelhandel erscheinen die billigen Massenprodukte eine solche Forderung, und es ist zugleich ein riesiges Risiko, auf welchem das qualitative Lebensmittelproduktion ist. Die Marktpositionen und die Konkurrenzfähigkeit der ungarischen Produkten können die besondere Qualität und das ungarische Ursprung verbindende Qualifizierungszeichnung verbessern. Mit die Aushebung den individuellen Eigenschaften können die ungarischen Produzenten grösseren Schutz neben der grossen Menge der ausländischen Produkten hoffen. In der gegenwärtigen Situation sehen die Produzenten neben ihre Anstrengung für die Qualitätsbesserung und den erweiternden Markt ihrer Produkten und den Vorteil des Schutzes nicht.

**Olvassa és terjessze az Élelmezési Ipart!**