

CEHLA BÉLA:^{*}

Termékpálya-fázisok a juhászatban

Abstract

It is not enough to evaluate only natural data in order to carry out an analysis of agricultural sectors. If one wants to put together a realistic analysis, the phases of the sector's supply chain should also be considered.

The hierarchical relations of each phase point to structural problems and even strengths of the given sector. The production/processing potential of each layer can reveal the shortcomings and strengths of production and processing. The quantity of goods in trade, their composition and the balance of goods produced by producers shows the tendencies which all participants of the supply chain have to adapt to.

In my current paper, I examined all phases of the sheep supply chain in order to pinpoint the problems whose solution is essential for the existence of the Hungarian sheep farming.

1. Bevezetés

Az állattenyésztési ágazatok a rendszerváltozás óta jelentős átalakuláson mentek keresztül. Szinte valamennyi ágazatban csaknem felére esett vissza az állományi létszám nagysága, különösen igaz ez a juhászatra. Míg 1982-ben 3,2 millió, 1988-ban 2,2 millió volt Magyarország juhlétszáma, addig ez napjainkra épp, hogy meghaladja az egymillió juhot. Ha figyelembe vesszük az ágazat jövedelmi és piaci viszonyait, akkor elmondható, hogy ez az anyajuhlétszám tovább fog csökkenni. A csökkenés tendenciáját egyrészt igazolja az anyajuh-támogatási kvóta kihasználásának mértéke is, ami az idei évben a Magyar Juh- és Kecsketenyésztők Szövetsége (továbbiakban: MJKSZ) előzetes adatai alapján 84%-os kihasználtsági szinten van, valamint a bányexport csökkenése is, amely a Juh Terméktanács (továbbiakban: JT) adatai alapján 2000-ben 892 098 egyed, 2008-ban 600 000 egyed volt. A negatívumok ellenére ugyanúgy keresni kell azokat a kitorési pontokat, amelyekkel javítható lenne a juhászat jelenlegi pozíciója, és nem azon gondolkodni, hogy mennyi támogatás lenne az ideális a megélhetéshez. A stratégiai irányok meghatározásához vizsgálni szükséges a juhhús termékpálya-fázisait, amely elemzésen keresztül számszerűen alátámaszthatóak az ágazat problémái és lehetséges fejlődési irányai.

2. Anyag és módszer

A juhászatban érvényes termékpálya-fázisok elkülönítéséhez és számszerűsítéséhez figyelembe vettem Markovszky (2004) és az AKI (2007 [a]) ajánlásait. Markovszky (2004) alapján a termékpálya szakaszok/fázisok vizsgálatához a következő pontok külön tárgyalása szükséges:

1. A termékpálya-szakaszok piaci mérete, belső inputjai, outputjai;
2. A termékpálya-szakaszokon belüli koncentráció, a szereplők mérete monopolizáltság foka;

^{*} Debreceni Egyetem, Agrár- és Műszaki Tudományok Centruma, Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar, Gazdálkodástudományi Intézet, Vállalatgazdaságtani Tanszék.

3. Input-output árak trendje, a szakaszokon előállított hozzáadott érték változása;
4. Innováció, termékfejlesztés, minőség, csomagolás, a termékpálya befolyásoló szerepe;
5. Hagyományos termékpályákat módosító iparági összekapcsolódások termékpálya-alkító hatása.

A termékpálya-fázisok összeállításának jelen vizsgálatánál az 1. és 2. pontokat veszem figyelembe, ugyanis egy helyzetelemzést kívánok megfogalmazni, nem pedig egy érték-lánc-elemzést, amihez további mélyrehatóbb elemzések szükségesek.

A termékpálya-fázisok összeállításához az MJKSZ, JT, Központi Statisztikai Hivatal és korábbi kutatásaim eredményeit használom fel. Az adatok kiértékelését Microsoft Excellel végzem.

3. Eredmények

3.1. A hazai juhhús jelentősége a világpiacon

Magyarországon a juhtenyésztésnek jelentős hagyományai vannak, ugyanakkor világviszonylatban a hazai juhhústermelés nem meghatározó, a FAO adatbázisa alapján világhústermelés alig 0,01%-át adja, az EU termeléséből pedig 0,1%-kal részesedik.

Az 1. táblázatban megtekinthetjük, hogyan alakult a bárányexportunk 2004-ben.

1. táblázat. Az Európai Unió magyar bárányexport piaci összetétele 2004

Célország	Élőbárány		Vágott test		Összesen	
	Egyed	%	Egyed	%	Darab	%
Olaszország	720 609	97,17%	43 856	93,66%	764 465	96,96%
Görögország	14 388	1,94%	14 388	1,82%
Ausztria	4 534	0,61%	4 534	0,58%
Hollandia	1 200	0,16%	1 200	0,15%
Lengyelország	860	0,12%	860	0,11%
Németország	2 968	6,34%	2 968	0,38%
Összesen	741 591	94,06%	46 824	5,94%	788 415	100,00%

Forrás: Jávor 2005

Az AKI (2007 [b]) adatbázisa szerint 2007-ben a juhvágások száma csupán 13 266 egyed volt, ami jelentősen elmarad az 1. táblázatban szereplő adatokhoz képest. További tényként olvasható le a táblázatból az is, hogy a vágóbárányok 97%-át Olaszországnak értékesítjük. A Magyarországról vásárolt báránymennyiség épphogy eléri az olasz fogyasztás 2%-át, amivel arra szeretnék utalni, hogy Magyarországnak egyáltalán nincs beleszólási joga a piaci árakba, ami meg is nyilvánul az ágazat hazai eredményességében.

A minőség kérdéskörével, mint a piaci árakat meghatározó tényezővel kapcsolatban Kukovics (2007) és András (2007) véleményével egyetértek, mivel napjainkra a minőség javítása az egyik legnagyobb kihívás a hazai termelők számára. A szakmában tevékenykedők elmondása szerint, ha tovább romlik a magyar bárány minősége, akkor árcsökkenésre számíthatnak a hazai juhászok.

Követve az EU-ban végbemenő állománycsökkenés tendenciáját hazánkban is évről évre csökken az anyajuhlétszám és az EU-s csatlakozásunk óta még nem tudtuk kihasználni a rendelkezésre álló anyajuh-támogatási kvótánkat. Gráf (2009) szerint az EU önellátottsági szintje juhhústermékekből napjainkra 80%-ra csökkent, amit a közösség importból próbál fedezni.

A magyarországi juhtenyésztés méreténél fogva nem ármeghatározó. A magyar vágó-

bárány-árak követik az olasz partner által közzétett árakat. A vágott test árát ugyan belső piacunkon mi határozzuk meg, de a kevés feldolgozó hiányában nem meghatározó a feldolgozott juhhús piaci részesedése. A könnyű bárányok vágott test árait tekintve a magyarországi árak jóval az EU-27 átlaga felett helyezkednek el (2008-ban Magyarországon: 5,19 €/KG; EU-27 átlag: 3,96 €/KG; Olaszország: 6,29 €/KG).

3.1. A termékpálya-fázisok jellemzői

A juhhús termékpályán három fázis különíthető el (1. ábra). Az *első fázist* az alapanyag-termelés jelenti, mely az elmúlt néhány évben jelentős visszaesésen ment keresztül. Míg 2000-ben 892 098 vágóbárányt értékesítettünk a külpiaconon, addig ez 2008-ra 600 000 egyedre csökkent. Tovább rontja az ágazat helyzetét a 2010-től bevezetésre kerülő elektronikus jelölési kötelezettség, ami további járulékos terheket jelent a gazdák részére.

A tenyészetek száma az elmúlt néhány évben jelentős csökkenést mutat. 2004-hez képest több mint 700 tenyészet szűnt meg 2008-ra. A tenyészetek számának csökkenéséhez az anyajuhlétszám csökkenése is párosult. Juhász (2009) MJKSZ tenyésztési elnökhelyettesének elmondása szerint a létszámcsökkenés terén a következő tendencia figyelhető meg: a nagyobb (az 500 anyajuh, illetve még inkább az 1000 anyajuhlétszám feletti) tenyészetek létszámcsökkenése okozza elsősorban az országos anyajuhlétszám fokozatos csökkenését. Az anyajuhlétszám folyamatos csökkenése az alacsony állománykoncentrációval, az alacsony jövedelmezőséggel, a feldolgozottság hiányával és az alacsony genetikai háttérrel magyarázható.

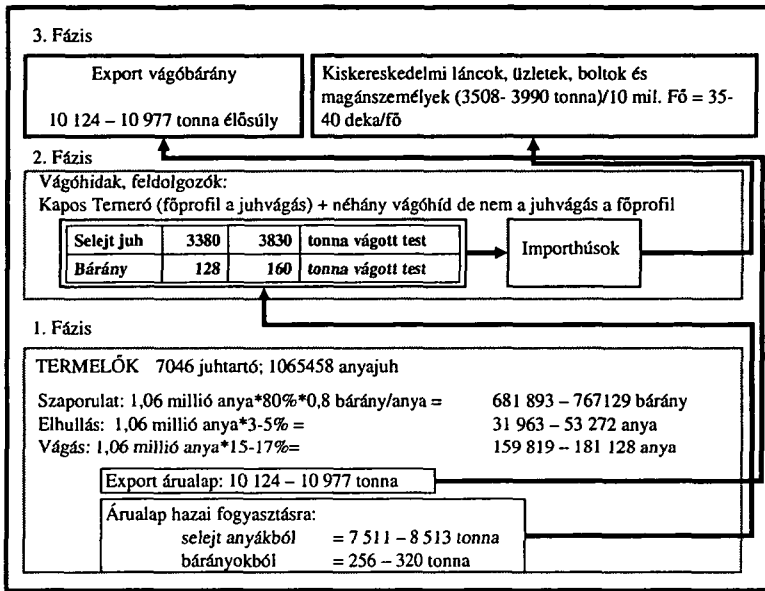
2008-ban Magyarországon 7046 juhtartó volt, akiknek a tulajdonában 1 065 458 anyajuh volt. Ennek az anyajuhlétszámnak a szaporulata 80%-os ellési aránnyal és 0,8 anyánkénti választott bárányszámmal kalkulálva 680–767 ezer bárány. Az elhullás mértéke 3–5%-kal kalkulálva 31–53 ezer anyát jelent. Megfelelő állományfrissítés esetén 15–17% selejtezéssel kalkulálhatunk, ami jelen esetben vágójuhként jelenik meg a magyarországi juhhúspiacon. A vágásból származó anyák pótlása 159–181 ezer jerke beállítását feltételezi éves szinten.

Összességében vágóbárány-exportra 482–523 ezer bárányt tud a hazai juhászat árualapként felkínálni, feltételezve azt, hogy a juhások minden évben elvégzik az állományfrissítést. Az állományfrissítés pontos számának meghatározásához áttekintettem az MJKSZ időszaki tájékoztatóját, melyben a továbbtenyésztésre beállított jerek létszáma jelentősen eltért az általam kalkulált adatoktól. Mivel a ténylegesen meghagyott jerek létszáma csaknem ötöde az általam meghatározott adatoknak, az valószínűsíthető, hogy a hazai anyajuhállomány előregedő.

Az EU piacára értékesített vágóbárányok átlagsúlya 20–21 kg/egyed, így meghatározható volt az exportárualap élősúlyban, ami kb. 10 124–10 977 tonna volt 2008-ban. A hazai fogyasztás árualapját a selejt vágójuhok, illetve az a néhány ezer bárány jelentette, amit hivatalosan két vágóhídon vágnak hazánkban. A hazai fogyasztás 7500–8500 tonna selejt juhból és 256–320 tonna vágóbárányból tevődik össze élősúlyban meghatározva.

A *második fázist* a vágóhidak, feldolgozók jelentik. Magyarországon jelenleg egyetlen olyan juhvágóhíd található, ahol feldolgozást is végeznek. Ezen vágóhíd csontos és csont nélküli hústermékei (bárány, juh előhűtött vákuum csomagolt, fél konyhakész, nyers szeletelt és kockázott bárányhúsok) meg is rendelhetők, és az egész országban megvásárolhatók, főleg a hiper- és a szupermarketekben (60%), emellett éttermek kórházak, és szállodák (25%), valamint budapesti nagykereskedők (15%) vásárolják a termékeket (Kukovics 2008). Bérvágást és bérbontást természetesen több vágóhídon is végeznek hazánkban, de ezen vágások, bontások száma minimális, gyakorlatilag a statisztikai adatokban sem szere-

pelnek. Nem jelenik meg továbbá azon vágások száma sem a statisztikában, amit háznál, vagy a juhászatokban végeznek, pedig egyes területeken jelentős hagyományai vannak a juhhúsból készült ételeknek. Sok juhászatban a jelentősebb ünnepek előtt van a legnagyobb selejtezési dömping, ugyanis a vidéki fogyasztók többsége közvetlenül a juhászoktól veszi az ünnepi asztalra kerülő juhhúst. A teljesség kedvéért szerepeltettem az importjuhhúst is a második fázisban, de ennek arányáról és mértékéről nem áll rendelkezésemre statisztikai adat.



1. ábra. A juhhús termékpálya-fázisai (Forrás: A szerző saját szerkesztése)

Összefoglalva a második fázis adatait, a hazai fogyasztás alapja 3300–3800 tonna selejt juhból, illetve 128–160 tonna bárányhúsból áll.

A termékpálya harmadik fázisát a belföldi fogyasztás, valamint a külpiazi értékesítés jelenti. A külpiacon történő értékesítés csaknem egésze a vágóbárányok értékesítéséből áll. A feldolgozott termékek külpiacon történő értékesítése még nem kiforrott. Addig nem is várható változás a feldolgozott termékek külpiazi értékesítésében, amíg nem történik meg a hazai vágókapacitás bővítése, amihez véleményem szerint állami beavatkozás is indokolt. A belföldi fogyasztás mértéke az általam levezetett termékpálya-fázisok alapján 35–40 deka/főre tehető, ami igen alacsony érték.

4. főbb következtetések és javaslatok

Következtetéseim a termékpálya egyes fázisaira vonatkozóan fogalmazom meg:

Első fázis:

1. Csökkenő és elöregedő anyajuhlétszám, ami az ágazat helyzetének további romlásához vezethet.
2. Gyenge minőségi paraméterek, amelyek a genetikai alapokra, az elavult technológiára és az alacsony jövedelmezőségre vezethetők vissza.
3. Beszűkült piac miatt egyoldalú technológia, szinte csak 20–21 kilogrammos könnyű bárányokat állítunk elő.

Második fázis:

1. Vágóhidak, feldolgozók alacsony száma.
2. A juhtermékek minimális száma a boltok hűtőpultjaiban, ami a feldolgozóipar hiányára, illetve a „0” marketingre vezethető vissza.
3. Az olcsó importjuhhúsok jelenléte a hazai hipermarketek polcain, ami tovább rontja a hazai juhhústermékek amúgy is instabil piaci részesedését.

Harmadik fázis:

4. Az exportunk döntő része a vágóbárányok értékesítéséből áll és szinte csak egyetlen piaci vevőnk van, Olaszország.
5. A hazai fogyasztás igen alacsony, továbbá ha a fogyasztás eddigi tendenciáját figyelembe veszem, akkor annak mértéke tovább fog csökkenni.
6. Nincs marketingje, nincs kiváló minőségű magyar bárány a hazai és nemzetközi piacokon.

Popp (2000), illetve Nábrádi–Ficzzeréné (2007) állítása – hogy a „A juh termelési szintje, fajtaösszetétele lényegében nem változott az 1960-as évek óta. A fajtaváltás, a hús- és tejirányú szakosodás irányába való elmozdulás nélkül az ágazat versenyképtelenné válik. Az ágazat fejlesztési célja az anyaállomány létszámának növelése, a termelés hatékonyságának és a termékminőségnek a javítása.” – beigazolódott. Nem történt fajtaváltás, nem történt szakosodás, az anyaállomány csökken, a hatékonysági mutatók alacsonyak és gyakorlatilag nincs feldolgozóipara a juhhúsnak.

Irodalomjegyzék

- András L. (2007): Jövőkép egy kereskedő szemével. Magyar Juhászat. 16. évf. 7 szám. 5–6. p.
- AKI (2007a): A mezőgazdasági árképzés elméleti alapjai és hazai gyakorlata. Agrárgazdasági Tanulmány. Agrárgazdasági Kutatóintézet. HU ISSN 14182122
- AKI (2007b): A vágóhídi vágások havi alakulása. Agrárgazdasági Kutatóintézet Gazdaságelemzési Osztály. http://www.akii.hu/gazdel/stat/mezogazdasag/Vagas/2007/2007_vagas_havi.htm
- Gráf J. (2009): A magyar juhászat jelene, jövője, sorsa. Magyar Juhászat. 18. évf. 2009/9. szám. 2–4. p.
- Jávor, A. (2005): In: Gyep-Állat-Vidék-Kutatás-Tudomány. Felelős kiadó: Dr. Nagy János. Debrecen 64–73. p.
- Juhász P. (2009): A juh- és kecsketenyésztési ágazat jövője. Juh innovációs platform Workshop előadás. Farmer Expó. 2009. augusztus 26.
- Kukovics S. (2007): Az innováció lehetőségei az EU jelenlegi helyzetében, kilátások Magyarország számára. Magyar Juhászat. 16. évf. 6. szám. 2–7. p.
- Kukovics S. (2008): Magyarországi juh és kecsketermékek. Magyar Juhtejgazdasági Egyesület Kiadványa.
- Markovszky Gy. (2004): A termékpálya integrációk vizsgálatának lehetőségei. In: Gazdálkodás, XLVIII. évf. 3. szám, 2004. Budapest, 25–31.p.
- Nábrádi A.–Ficzzeréné N. K. (2007): A juhászati ágazat változásainak fejlődéskövető vizsgálata. <http://www.avacongress.net/ava2007/presentations/vs2/4.pdf>
- Popp J. (2000): Főbb mezőgazdasági ágazataink fejlesztési lehetőségei, különös tekintettel az EU csatlakozásra. Agrárgazdasági Tanulmányok, 2000. 9. sz.