THE TRANSFORMATION OF HUNGARY'S DAIRY FARMING

KŐNIG, GÁBOR

Keywords: milk, dairy industry, dairy sector, EU, agrotrade.

While the dairy sector's domestic market expanded with EU accession (turnover and consumption increased), which was covered by a growth in cheap imports, procurement and sales (in both domestic and external markets) fell and stagnated. The growth of imports reduced the domestic market share of national companies to around 80%, while the concentration of businesses intensified in the Hungarian dairy sector, with large companies further strengthening their positions while the smaller ones weakened. In 2005, Parmalat was bought out by its producers – with state assistance – resulting in a strengthening of vertical integration. Foreign ownership achieved a dominant position in the dairy industry – an 87% share in 2004, the second largest in a food industry sub-branch – its aim, however, was to meet domestic market demand and not to expand exports.

The process of concentration can also be felt in the EU, however it remains to be seen whether the non-producing business or the co-operative one is the more viable. This is also valid for Hungary. In any case, increased concentration and cheaper dairy products are positive things, although they have a dramatically depressing effect on dairy producers.

Intensified competition can be expected in the future, "guaranteed" by the EU's liberal policies, WTO reforms and the appearance of new competition partners. The transformation of diary farming continues in this spirit.

AZ ÁTALAKULÓ MAGYARORSZÁGI TEJGAZDASÁG

KŐNIG GÁBOR dr.

Kulcsszavak: tej, tejipar, élelmiszeripar, EU, agrárkereskedelem, versenyképesség.

ÖSSZEFOGLALÓ MEGÁLLAPÍTÁSOK, KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Az EU csatlakozással a tejágazatban bár bővült a belföldi piac – nőtt a forgalom és a fogyasztás, amit a növekvő olcsó import fedezett –, a felvásárlás és az értékesítés (bel- és külpiacra egyaránt) csökkent, illetve stagnált. Az import erősödése a hazai cégek belpiaci részesedését mintegy 80%-ra csökkentette, miközben a vállalati koncentráció még intenzívebbé vált a magyar tejágazatban, s a nagyvállalatok tovább erősítették pozíciójukat, míg a kicsik tovább gyengültek. 2005-ben a Parmalat – állami segítséggel – termelői tulajdonba került, ami a vertikális integráció erősödéséhez vezetett. A külföldi tulajdon meghatározó helyzetbe került a tejiparban – 2004-ben 87% volt a részesedése, ami a második legnagyobb az élelmiszeripari alágazatok között –, célja azonban elsősorban a hazai piac kielégítése, s nem az exportbővítés.

A koncentrációs folyamatok az EU-ban is tapasztalhatóak, azonban még nem dőlt el, hogy a nem-termelői vállalkozás, vagy a szövetkezeti vállalkozás az életképesebb. Ez Magyarországra is érvényes. Az mindenesetre pozitívum, hogy nő a koncentráció és olcsóbbak a tejtermékek, ami ugyanakkor a tejtermelőket nyomasztja drámaian.

A jövőben a verseny fokozott kiéleződése várható, melyet az EU liberálisabb politikája, a WTO-reformok, az új versenytársak megjelenése „garantál". Ennek jegyében folytatódik tovább a tejgazdaság átalakulása.

1. A VÁLLALATI STRUKTÚRA

A tejágazatot különösen érinti a csatlakozással fokozódó verseny, mely a vállalati átalakulásokban is megjelenik. *A tejpiac legfontosabb cégei* (árbevétel szerint) a Friesland, a Sole, a MiZo, a Danone, a Tolna-, a Pannon- és a Veszprémtej (a Parmalat 2003-ban még a 6. helyen állt, de 2004-ben már az első 10-ből is kiesett). A felvásárolt tejmennyiség alapján a vállalati sorrend a következő: Friesland, Sole, MiZo, Tolnatej, Pannontej, Danone, Északtej, Veszprémtej, Óvártej, Parmalat. 2004-ben e cégek képviselték az ágazat árbevétel szerinti forgalmának 76%-át (felvásárolt tejmennyiség szerint az ágazat 70%-át). 1997-ről 2004-re a tejipari cégek száma 104-ről 93-ra csökkent. Az intenzív koncentrációt jelzi, hogy 1997-ről 2004-re folyamatosan s dinamikusan nőtt a legnagyobb vállalatok piaci részesedése az árbevételből, így 2004-re *a Friesland ért el 24%*-os piaci részesedést, amit csupán 15%-kal követett a Sole. *A Sole és az Új-MiZo* 2004. évi nettó árbevétele szerinti (a 2005. évi tulajdoni viszonyok alapján) együttes piaci részesedése 26%. Így a *Sole-MiZo és a Friesland 2004-re az ágazat forgalmának a felét adta*[1] (8%-kal növekedve 2003-hoz képest). Őket követte, jelentős lemaradással (10%) a Danone. *Megállapítható, hogy a nagyvállalatok tovább erősítették pozíciójukat, míg a kicsik tovább gyengültek.*

[1] A két domináns cégcsoport 50%-os hazai részesedése nem is annyira jelentős, ha például a holland koncentrációhoz viszonyítunk, ahol a két legnagyobb, a Campina és a Friesland 90%-kal részesedik a piacból.

1. táblázat

Vállalati koncentráció fokozódása 1997 és 2004 között

(M. e.: %)

	Összes értékesítés nettó árbevétele			Export értékesítés nettó árbevétele			Jegyzett tőke összege		
Fő vállalatok	**első 3**	**első 5**	**első 10**	**első 3**	**első 5**	**első 10**	**első 3**	**első 5**	**első 10**
1997	23,9	35,9	56,4	26,8	34,2	52,5	29,5	38,5	72,9
2000	43,8	56,7	74,9	40,4	46,4	83,8	27,1	51,8	84,1
2003	41,7	57,4	79,9	44,5	55,5	84,9	80,8	86,8	95,2
2004	49,5	66,2	81,9	49,9	62,1	82,6	83,7	87,4	94,8

Megjegyzés: E vizsgálatban a Sole-MiZo (Csányi S.) és a Pannontej-Veszprémtej (Bongrain) külön szerepelt.
Forrás: APEH-AKI mérlegadatok alapján saját számítás

Az összes nettó értékesítés értékei a belföldi értékesítés arányát nagyon jól közelítették a vizsgált fontos vállalatcsoportoknál. Ez azt jelzi, hogy a *belföldi és az exportértékesítés aránya nem változott.* Ez kissé elgondolkodtató akkor, amikor *a külföldi tőke 2000-re jelentősen nőtt,* hiszen ezzel az export is bővülhetett volna. 2000 után nem történt igazán jelentős koncentráció az ágazatban sem az exportértékesítés bevétele alapján, sem a külföldi tőke jegyzett tőkéből való részesedése szerint (ez utóbbi közel 100%-os értéke miatt jobban érthető a stabilitás). *A külföldi tulajdon* bár minél inkább igyekszik meghatározó helyzetbe kerülni a tejiparban (2004-ben 87% volt), *a célja elsősorban a hazai piac kielégítése, s nem az exportbővítés. A külföldi tőke részesedése jelentősen meghaladja az élelmiszeripari átlagot, a részesedése 2004-ig nőtt, s ez is ellentétes az egész agráriumban tapasztalható trenddel.* A tulajdonviszonyok 2005-ös változása miatt *a külföldi tulajdon 2004-es jelentős részesedése valószínűleg nem nő tovább,* hiszen az olasz Sole az Új-MiZo-t is birtokló *Csányi Sándoré* lett[2], aki így a tej- és húságazatból 25-20%-kal részesedik. Tulajdonosváltás történt a Parmalatnál is, mivel ez kb. 140-150 termelő tulajdonába került. Fő tulajdonos a 82 alföldi termelő birtokában levő Alföldi Tej Kft., de dunántúli termelők is nagy számban tulajdonosok. Az Alföldi Tej Kft. a Sole egyik legnagyobb beszállítója.

A tejágazatba befektetők cégvásárlásai optimizmusra adhatnak okot, hiszen ez tükrözi a pénzügyi befektetők várakozásait, melyek szerint néhány éven belül az ágazat piaci helyzete normalizálódik, így befektetéseik megtérülnek. A befektetők jelenlegi aktivitása a tejágazatban ugyanakkor intő jelként figyelmeztethet arra is, hogy az ágazat helyzete jelenleg mélyponton van, vagyis *most lehetett jó áron hozzájutni a csődbe jutott, tönkrement vállalatokhoz,* és kérdéses még, hogy ezután ezeket mennyi ráfordítással lehet versenyképessé tenni. Külön elgondolkoztató, hogy *a befektetők magyarok,* nem külföldiek, pedig a külföldi

[2] A Sole közép-európai térségből való kivonulásához hozzájárult az EU csatlakozással növekvő verseny, és hazánk elhagyását különösen indokolta az árbevételből jelentős részesedésű feta sajt exporttámogatásának megszűnése, és például az is, hogy a cégnek be kellett zárnia az uniós szabályokat teljesíteni nem képes pásztói üzemét is. A verseny kiéleződése itt 130 fő elbocsátásával járt. A Sole és a MiZo közös tulajdonba kerülését követő racionalizálási folyamat eredményeként, a kecskeméti tejüzem bezárását követően a központi pécsi MiZo tejüzemet is bezárták. Ez 100 + 300 fő elbocsátásával járt. Ehhez hozzáadva a Friesland békéscsabai üzemének bezárását követő elbocsátásokat (116 fő), az ágazat mintegy 650 dolgozótól vált meg. Ellenpéldaként lehet a Tolnatejet megemlíteni, mely a fejlesztései révén a dolgozók számát is növelte az EU csatlakozás után.

tőke is a perspektivikus befektetéseket célozná meg. Így bármennyire is örvendetes a hazai tulajdon előretörése, a külföldi tőke távozása, ill. távolmaradása további megpróbáltatásokkal terhelt jövőre utal az ágazatban (3. táblázat).

2. táblázat

A külföldi tőke részesedésének változása a jegyzett tőkéből 1997-2004 között

(M. e.: %)

Év	Az első 3 cégnél	Az első 5 cégnél	Az első 10 cégnél	Az összes cégnél
1997	51,7	56,1	68,2	58,9
2000	94,6	86,5	90,9	80,5
2003	93,0	91,3	88,8	86,4
2004	93,1	91,1	98,0	87,3

Megjegyzés: E vizsgálatban a Sole-MiZo (Csányi S.) és a Pannontej-Veszprémtej (Bongrain) külön szerepelt. Ez az első 3, első 5 és első 10 cégnél fontos, az összes értéket nem befolyásolja.
Forrás: APEH-AKI mérlegadatok alapján saját számítás

3. táblázat

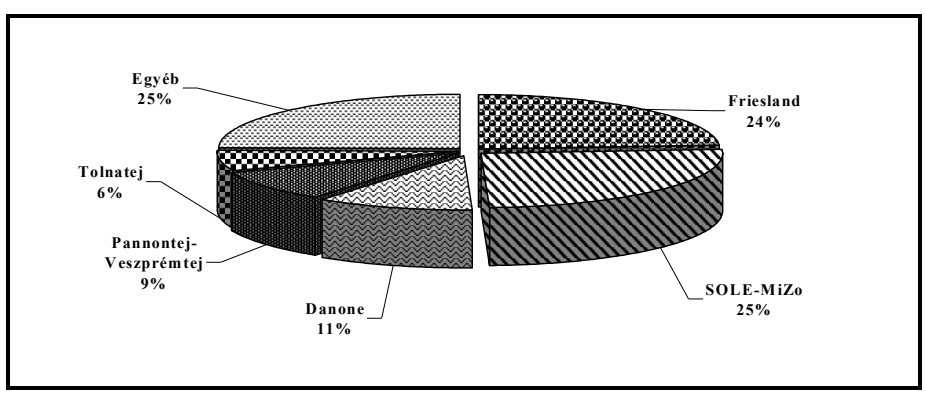
A tejipar vezető vállalatainak tulajdonviszonyai (2004)

Meghatározó tulajdonos	Csányi Sándor		Holland termelők	Bongrain		Intézményi befektetők
Vállalat (nettó árbevétele, részesedés az ágazatiból, 2004)	Sole (35 Mrd Ft, 15%)	Új-MiZo (26 Mrd Ft, 11%)	Friesland (57 Mrd Ft, 24%)	Pannontej (12 Mrd Ft, 4,9%)	Veszprémtej (10,8 Mrd Ft 4,6%)	Danone (25 Mrd Ft, 11%)

Megjegyzés: A felvásárolt tejmennyiség alapján a Sole, a MiZo 30,5%-kal, a Friesland 21%-kal és a Danone 4%-kal részesedik a piacon.
Forrás: Szirmai 2005, szakértői interjúk és szakcikkek

1. ábra

A főbb tejipari vállalatok piaci részarányai 2004-es forgalom szerint 2005-ben



Forrás: APEH-AKI adatbázis alapján saját számítás

Koncentrációs folyamatok az EU-ban is tapasztalhatóak. A termelők közötti szelekciót, illetve a csoportosulások erősödését és a feldolgozás koncentrációjának fokozódá-

sát eredményezi az erősödő verseny, a kereskedelem által szabott szoros árak, a hatékonyabb, méretgazdaságosságot szem előtt tartó termelés és feldolgozás igénye is. A méretgazdaságosság javulásával tompul az EU-s ártámogatások csökkenésének jövedelmekre gyakorolt kedvezőtlen hatása, és nő az alkuerő az árleszorításra törekvő kereskedelemmel szemben (ami alacsonyabb átvételi árakhoz vezet). A fokozódó verseny által kikényszerített ágazati reakció egyik megnyilvánulása lehet a termelői-feldolgozói csoportosulás megjelenése. Hazánkban is érződik ez a jelenség, hiszen például a hazai termelők számára jó lehetőség volt a Parmalat megvásárlása, mert így termelői tulajdonba került a feldolgozó, s ezzel megvalósult a termelés és feldolgozás koordinációja[3]. A fokozódó versennyel szembeni harc következő állomása a szorosabb együttműködés, a fúzió lehet.

A termelők és a feldolgozók között megvalósuló integráció, a nemzetközi példák alapján nem csak előnnyel jár, amit a legnagyobb, szövetkezeti formában (termelői tulajdonban) működő EU-s vállalatok 2004. évi s 2005. évi sikertelen együttműködési kísérlete is igazol. Ezt jelzik a német Nordmilch és a Humana között az együttműködés szorosabbá tételét megcélzó, majd 2004 végén megszakadó tárgyalások is. A dán Arla és a holland Campina 2005. eleji összeolvadási kísérlete (a mintegy másfél éven át tartó előkészület ellenére) is kudarcot vallott, amiben a két európai óriás a szövetkezeti tulajdon nem-termelői tulajdonhoz viszonyított kevésbé rugalmas döntéshozatali rendszere is szerepet játszhatott. Az egyre szigorúbb piaci környezet miatt az EU tejiparában már évek óta általánosak a felvásárlások és összeolvadások, aminek jó példája a magántulajdonban levő brit Dairy Crest 2005. évi sikeres terjeszkedése (www.dairyreporter.com, 2005). Bár a fentiek alapján a piaci környezethez a nem-termelői tulajdonú cégek jobban alkalmazkodhatnak, az EU tejiparában ma jelentős a termelői tulajdonú tejipari vállalatok jelenléte is. Az EU-ban, a feldolgozott tej alapján, 2004-ben legnagyobb tejipari cégek közül az első 5-ből 4 szövetkezeti formában működött, s csak egy volt nem-termelői tulajdonú, míg az első tízben fele-fele arányban szerepeltek a szövetkezetek és az egyéb formában működő cégek. A koncentráció fokozásának szándéka bár érződik a tejiparban, az 5 vezető cég közül a fent említett 4 szövetkezet szorosabb együttműködésre irányuló tárgyalásai 2004-ben, illetve 2005-ben meghiúsultak.

Nyugat-Európában sokkal fejlettebb az együttműködés a termelők és a feldolgozók között. Ezt indokolja a láncok dominanciája ellensúlyozásának kényszere, mely jelenség hazánkban is tapasztalható. Ez, és az importtermékek által támasztott fokozódó árverseny a *vertikum szereplői közötti együttműködés szükségszerű szorosabbá válását vetíti előre hazánkban is*[4]**.** A fokozódó verseny által támasztott gyors alkalmazkodás miatt talán hazánk számára is kedvezőbb lenne, ha a kevésbé rugalmas szövetkezeti formában működő, termelői tulajdonú tejipari szereplők helyett – megelőzve a szövetkezetek talán természetes szelekcióját – a koncentrált nem-termelői tulajdon maradna a meghatározó. *A foko-*

[3] E szervezet állami segítséggel történt megalakulása után az idő dönti majd el, hogy a felvásárlásra és az értékesítésre megfogalmazott ambiciózus tervek (pl. 110 millió liter tej exportálása és 40 millió liter tej feldolgozása) mennyire életképesek. Különösen elgondolkodtató, hogy e szervezet megalakulását lehetővé tevő állami (MFB) hitel mennyire szolgálja az ágazat érdekeit, különösen akkor, ha fő tevékenységként a szervezet alapanyag tejet szállít Olaszországba, így az itthoni esetleges feldolgozás munkaerőigénye is elveszik.

[4] Jó példa a termelők és a feldolgozók közötti együttműködésre a Danone takarmányozási költség optimalizáló programja, amellyel a vele együttműködő gazdaságok termelését lehet versenyképesebbé tenni.

zódó koncentráció veszélyeket is rejt magában! Erre jó példa a világ 7. legnagyobb tejfeldolgozójának (Parmalat) összeomlása, ami a tejtermelők ezreinek sorsát befolyásolja (*Popp, 2004*). A hazai termelői, szövetkezeti tulajdonú vállalatnak komoly kihívás, a magas termelői árak mellett, a versenyképes értékesítési árak kialakítása, folyamatos fenntartása, s a magas marketingköltségek vállalása. A termelői tulajdonú feldolgozók időszerűségét megkérdőjelező eszmefuttatásoknak ellentmond az, hogy 2005 őszén a hazai Parmalat termelői tulajdonba került (ezen kívül még mintegy 10 termelői csoportosulás tulajdonában lévő feldolgozó működik). A magyar tulajdon növekvő szerepe akkor lehet kedvező jelenség, ha a magyar tulajdon jobban kötődik a hazai környezethez, érzékenyebb annak gondjaira, és ha képes rugalmasan váltani a jobb lehetőséget kínáló külpiac felé.

4. táblázat

A fontosabb tejipari vállalatok tulajdonviszonyai

Európa fő tejipari vállalatai 2004, feldolgozott tej alapján			Hazánk fő tejipari vállalatai 2004, árbevétel alapján		
vállalat	**ország**	**tulajdon**	**vállalat**	**ország**	**tulajdon**
Arla	**DK**/SE/UK	termelői	Friesland Rt.	**NL**/DE	termelői
Groupe Lactails	FR/BE	nem-termelői	Sole Rt.	HU	nem-termelői
Friesland Foods	**NL**/DE	termelői	Új-MiZo Rt.	HU	nem-termelői
Campina	**NL**/DE/BE/PL	termelői	Danone Kft.	**FR**/USA/UK	nem-termelői
Nordmilch	**DE**/UK	termelői	Tolnatej Rt.	HU	nem-termelői
Bongrain/CLE	**FR**/BE/DE	nem-termelői	Pannontej Rt.	**FR**/BE/DE	*nem-termelői*
Nestlé	CH	nem-termelői	Veszprémtej Rt.	**FR**/BE/DE	*nem-termelői*
Sodiaal	FR	nem-termelői	Északtej Rt.	HU	nem-termelői
Dairy Crest	UK	nem-termelői	Óvártej Rt.	HU	nem-termelői
Humana Milchunion	**DE**/UK	termelői	World Proteins Rt.	NL	nem-termelői

Megjegyzés: A Pannontej és a Veszprémtej közös tulajdonosa a termelői tulajdonú Bongrain SA (CLE), ill. a Sole és az Új-MiZo közös tulajdonú, így szerepük együtt jelentősebb. A Parmalat 2005-től az Alföldi Tej Kft. magyar termelői tulajdonába került, ami szövetkezeti forma felé vezet. Bár a Friesland alapvállalata szövetkezet, s ezt a holland termelők irányítják, a magyar Friesland vállalatot, mivel ez nem szövetkezeti formában működik, nem a magyar termelők, hanem a vállalat menedzsmentje vezeti.
Forrás: Dairy Industry News 2004, APEH-AKI adatbázis alapján saját számítás

A versenyképesség szempontjából kedvezőtlen a különösen a tejtermelők között megfigyelhető, alacsony fokú horizontális koordináció (kivéve pl. az Alföldi Tej Kft.-t), *valamint a termelők és a feldolgozók közötti alacsony fokú vertikális koordináció* (itt erre ellenpélda a Dalmand és a Sole kapcsolata). A termelők és a feldolgozók, valamint a kereskedők közötti vertikális koordináció a szükséges együttműködés, illetve megfelelő üzletmenet fenntartásának megfelelően (de ennél nem jobban) fejlett. Az alacsony felvásárlási árak az elaprózott termelési szerkezet koncentrációját okozzák, ahogy egyre több gazdaság szelektálódik ki az ágazatból a veszteségessé váló termelés miatt. Azonban ma is kb. 4400 termelő/gazdálkodó folytat közvetlen értékesítést (akár kvóta nélkül is), akiknek az éves tejtermelése a 100 ezer litert sem éri el. Gyenge versenyképességünkben döntőek az üzemi, technológiai hiányosságok és az alacsony termeléskoncentráció. A termelők között erősödő szelekció s koncentráció, párosulva a feldolgozók koncentrációjával (és esetleg a két ágazati szereplő fokozódó kooperációjával), költséghatékonyabb termék-előállításhoz vezet, ami segít ab-

ban, hogy versenyképesebb árú termékekkel jelenhessen meg az ágazat, így megfelelve a kereskedők, a fogyasztók igényeinek, és ezzel is felvéve a versenyt az importőr versenytársak olcsó termékeivel. Bár a fokozódó vállalati koncentráció, a külföldi tőke magas jelenléte a tejágazatunk versenyképességét növeli, de még ez sem elég az erősödő importversennyel és a kiskereskedelem diktáló pozíciójával szemben. A hatékonyságnövelés érdekében a birtokviszonyok rendezése mielőbbi megoldásra vár, hiszen a saját tulajdonú földterületen megtermelt saját takarmány a versenyképes termékelőállítás alapja lehet.

2. KERESLETI ÉS KÍNÁLATI VISZONYOK BEL- ÉS KÜLPIACOKON

A KAP reform átrendezi az ágazatot az EU-ban, ehhez adódik hozzá hazánkban még az EU belső piacára való átállás bizonytalansága, az árigazodás fájdalmas folyamata és a fokozódó verseny támasztotta kényszerű racionalizálás. Az EU tejágazatát érzékenyen érintette a KAP-reform; a vaj intervenciós mennyiségének csökkentése, illetve a tejárcsökkenést előidéző vaj és a sováynytejpor intervenciós árának csökkentése. A nyugateurópai piacokon is tapasztalható tejválság, melyet *a KAP reformot követő árcsökkenés nyomán tönkremenő gazdák tömege* jelez, párosulva a csatlakozás nyomán hazánkban lezajlott kényszerű árigazodással (csökkenéssel), fokozott nyomásnak teszi ki a hazai piaci szereplőket. Az ágazati szabályozás változása a vaj rovására a sajttermelés növekedését és a sajtexport erősödését eredményezheti. A tejágazat számára nem megnyugtató az EU hongkongi WTO tárgyalásokon elhangzott vállalása, miszerint az EU 2013-ig csökkenti vámjait és leépíti exporttámogatásait. A piacra jutást megnehezíti a hazánkban és az EU-ban általános túltermelés, a 100%-ot meghaladó önellátottság.

A hazai tej és tejtermék értékesítésben a sajt, a túró és a fogyasztói tej adja az értékesítés mintegy 82%-át. A savanyított tejkészítmények mintegy 10%-ot képviselnek. 2004-ben a felvásárolt tej mennyisége 1,6 milliárd liter volt. A felvásárolt tej mennyisége mintegy 4%-kal csökkent 2005 első 10 hónapjában 2004 hasonló időszakához képest. A felvásárolt mennyiség csökken, a minőség javul: a felvásárolt tej 98%-a extra minőségű volt 2005-ben és 2004-ben is (7%-os a minőségjavulás 2003-hoz képest). A tej- és tejtermékfogyasztás 2000 óta tartó csökkenése 2003-ban sem torpant meg hazánkban. 2003-ban egy főre vetítve 1,6 literrel mérséklődött az egy évvel korábbihoz képest, és 156,5 litert ért el. Ez az 1995-2000. évek átlagánál 11,6 literrel volt kevesebb. A 2003-as csökkenést a fogyasztói tej fogyasztás-visszaesése okozta, míg a más tejtermékek fogyasztása szerényen nőtt. Ezt a fogyasztói szokások változása, és a tej előző évhez képest 3,2%-os drágulása okozta, miközben a sajtok fogyasztói átlagára csak 1%-kal nőtt. *A hazai tej és tejtermékfogyasztásban igen nagy a lemaradás a nemzetközi szinthez képest.* Míg Magyarországon az egy főre jutó sajtfogyasztás 8,9 kg (az EU módszertana szerint, amiben a friss sajtnak tekintett túró is benne foglaltatik), addig az EU-15-ben 18-19 kg. A vajfogyasztás Magyarországon 1,3 kg/fő volt 2003-ban, az EU-15-ben 4,5 kg körül alakul. Franciaországban 24 kg az egy főre jutó sajtfogyasztás, míg vajból 8 kg-ot fogyasztanak évente! De nemcsak a régi tagországok előzik meg Magyarországot (5. táblázat): Csehország, Lengyelország, Szlovénia sajtfogyasztása 10 kg körül alakul, a vajfogyasztás pedig az első két országnál mintegy 4 kg. A fogyasztás és a termelés 2005-ös hazai és nemzetközi tendenciái

csak szerény optimizmusra adhatnak okot. A 2005-ös fogyasztásbővülést az import növekedése fedezte, míg a hazai felvásárolt tejmennyiség szerényen csökkent is.

5. táblázat

A tej- és tejtermékfogyasztás alakulása a kibővült EU-ban, 2002-ben

(M. e.: kg/fő)

Megnevezés	EU-15	EU-10	Magyarország
Tej- és tejtermékfogyasztás	244,5	186,3	143,1
Vajfogyasztás	4,4	3,7	1,0
Sajtfogyasztás	18,9	10,8	8,9

Forrás: Agrár Európa 2004, KSH, FAO Agrostat 2002 és saját számítás

A külpiaci felesleg s az importnyomás jele, hogy a behozatal hazai fogyasztásból való részesedése a 2003-as 12%-ról mintegy 15%-ra nőtt 2004-ben. 2004-től a tejágazat kereskedelmi szaldója – értékben kifejezve – negatív. *Az import emelkedését elsősorban a sajtszállítások okozták,* a 2004 és 2005. évi import közel felét adva. A tej és tejtermékek kereskedelmének 2000-2005. évek közötti alakulását vizsgálva megállapítható, hogy 2003-ról 2004-re csak szerényen csökkent kivitelünk USD-ben kifejezett értéke, 2005-ben viszont 30%-kal nőtt az export a folyadék tej kivitelének növekedése miatt. Az import 2004-es robbanásszerű bővülése (115%-kal nőtt), s ennek 2005-ben történt szerényebb (36%) folytatódása érdemel figyelmet. A sajtexportban továbbra is a fő piac 2005-ben Szaúd-Arábia, Libanon és más közel-keleti tradicionális célpiacaink, valamint Macedónia és Japán (összesen kb. 70%-os részesedéssel), míg tejexportunk fő célpiaca Olaszország. A Közel-Keletre irányuló kivitelünket ideiglenesen ösztönözheti, ha a Dániában publikált Mohamed karikatúrák miatt felháborodott arab országok fő konkurensünket (Arla) szállításai korlátozására kényszerítik. Az arab országokba szállítók optimizmusát (mely e váratlan piaci rés kihasználásának tartósságára irányul) tükrözi például az is, hogy a Köröstej megvásárolta a Friesland Hajdúböszörményi sajtgyárát, a megnövekedett arab fogyasztói igények kielégítése érdekében. Az optimizmusra okot ad, hogy a 2005 telén tetőző karikatúra-botrány kivitelünkre gyakorolt kedvező hatása még 2006 tavaszán is tartósnak bizonyult, az arab fogyasztók dán sajtokkal szembeni ellenérzése miatt. Kereskedelmünkben kényszerű eltolódás figyelhető meg, ami az északi szomszédaink felől érkező importunk növekedésében, illetve a délre (pl. Olaszország) irányuló exportunk erősödésében jelentkezik.

A 2003-as, 2004-es és 2005-ös változások szerint az alapanyagtejre visszaszámított tej és tejtermék behozatal kevésbé nőtt, mint a tejtermékek feldolgozott formában képviselt tömege szerinti importja, mert a nagyobb folyadéktej igényű termékek (sajt, vaj) szerepe kevésbé emelkedett a relatíve kevesebb folyadéktejet tartalmazó termékekhez képest. 2003-ról 2005-re a tej tonnában kifejezett importja 50 ezer tonnával, 13-szorosára nőtt – értékben 12-szeres volt a növekedés (!) –, míg a sajtbehozatal 51 ezer tonnával, 57%-kal emelkedett. Az exportnál bár mérsékeltebben, de hasonló jelenséggel találkozunk. 2003-ról 2005-re *a kevésbé feldolgozott termékek növekedése dominált az exportban és importban egyaránt. Sajnos összességében az importbővülés jelentősen felülmúlja az exportnövekedést.*

6. táblázat

A fő tejtermékek exportja és importja, 2000-2005

Megnevezés			2000	2002	2003	2004	2005	2005/2000, %
Export	ezer USD	Tej	17 304	17 080	15 657	20 478	46 621	269
		Tejpor, sűrített tej	4 902	12 567	16 645	2 533	2 541	52
		Sajt	40 221	41 347	49 484	50 539	50 875	126
	Ezer tonna	Tej	66,4	60,4	45,6	49,4	105,9	159
		Sajt	1,2	20,2	23,4	19,7	17,1	1425
Import	Ezer USD	Tej	1 016	753	3 384	21 801	41 409	4076
		Tejföl, joghurt	5 743	5 976	10 680	25 564	26 881	468
		Vaj	1 372	1 294	4 304	14 092	13 615	992
		Sajt	22 040	27 885	34 644	63 798	92 051	418
	Ezer tonna	Tej	1,7	1,1	4,0	29,4	54,6	3212
		Tejföl, joghurt	8,4	7,4	12,1	18,5	22,0	262
		Vaj	0,9	0,8	1,6	4,3	3,4	378
		Sajt	11,1	11,3	12,7	18,3	20,0	180

Forrás: KSH és AKI adatbázis alapján saját számítás

Bár sokan a hazai sajtfogyasztás jelentős felfutását várták az utóbbi években, az áttörés – a növekvő import ellenére – még várat magára, már csak azért is, mert a fogyasztásbővülés várhatóan az olcsó tejre koncentrálódik. *A sajt továbbra is az egyik legperspektivikusabb termék.* A nemzetközi trendek (a fejlettebb országok fogyasztási szerkezete alapján) a különleges tejtermékek esetében jósolnak fogyasztásnövekedést. Magasabb hozzáadott értékkel rendelkező termékek például az ízesített tej, a speciális gyümölcsjoghurtok, a krémtúró, az alacsony zsírtartalmú termékek, a speciális adalékanyagokkal dúsított készítmények, desszertkészítmények, különleges sajtok, a vitaminokkal, élőkultúrával dúsított, magasan feldolgozott termékek. A hazai fogyasztás szerény emelkedését a csatlakozással érkező olcsó importtermékek megjelenése és főként a korábbi hazai és a nemzetközi fogyasztási szinttől való jelentős elmaradás indokolhatja, a nemzetközi s a hosszú távú hazai fogyasztási tendenciák nem.[5] Fontos a folyamatos innováció és az új, modern tejtermékekkel való megjelenés a kereslet serkentése érdekében. Az egyébként sem exportorientált tejágazat számára a külpiacok nem jelentenek dinamikusan bővülő elhelyezési lehetőséget.

A mintegy *250 millió literes közvetlen, kvótanélküli tejértékesítés* (melyben már a saját felhasználás is benne van) megszüntetésével, s hivatalos értékesítési csatornákba való terelésével csökkenteni lehetne a vállalatok felesleges kapacitásait, miáltal nőne a tejfeldolgozás, a boltokba kerülő tejtermékek mennyisége. Ennek az elképzelésnek az eredményességét a vásárlók fogyasztásában még szunnyadó kapacitás megbecsülhetősége teszi különösen kétségessé. Vitathatatlan azonban az, hogy szociális és közgazdasági szempontból napjainkban még van létalapja a háztól értékesített tejnek

[5] A GfK szerint a tejtermékek fogyasztása 5%-kal nőtt 2005 első kilenc hónapjában az előző év azonos időszakához viszonyítva, s ebbe az is beletartozik, hogy Közép-Európa országai közül Magyarországon isszák az emberek a legtöbb tejet, jelenleg fejenként évi 78 litert.

(melynek nagy része szürke tej kategóriába tartozik). Egyrészt egyéb megélhetési forrás híján gyakran ez az egyetlen jövedelemszerzési lehetősége a kistermelőknek, másrészt a közvetlen értékesítéssel kiszolgált fogyasztókat (többek között a speciális fogyasztói igények és a fogyasztók elérhetősége miatt) gyakran a nagy feldolgozók, kereskedők nem is tudják kiszolgálni. A háztól való értékesítés fennmaradásának valószínűségét az osztrák példa megerősíti, itt azonban tartós közvetlen értékesítési kvótákkal rendelkeznek a termelők, nálunk viszont nem.

FORRÁSMUNKÁK JEGYZÉKE

(1) APEH adatbázis – (2) Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitier (2005): L'économie laitiére en chiffres: Paris, CNIEL – (3) Dairy Industry news, 2005, www.euromilk.org – (4) Élelmiszer (2005): Növekszik a tejtermékek fogyasztása. Budapest, Élelmiszer, május – (5) Fórián Z. (2005/a): A tejszektor helyzete. Budapest: Mai Piac, január-február – (6) Geszti Sz. – Borbély Cs. (2005): A magyar tejtermelés és tőke termelékenységének parciális elemzése. Budapest, Gazdálkodás XLIX. évf. 4. sz. – (7) Juhász A. (szerk.) – Béládi K. – Kertész G. – Kőnig G. – Kürti A. – Stauder M. (2005): Piaci erőviszonyok alakulása a belföldi élelmiszerpiac szereplői között. Agrárgazdasági tanulmányok, 3. sz. – (8) Kartali J. (szerk.) – Juhász A. – Kőnig G. – Kürti A. – Orbánné N. M. – Stauder M. – Wagner H. (2004): A főbb agrártermékek piacra jutásának feltételei az EU csatlakozás küszöbén II. kötet, Állati termékek. Agrárgazdasági Tanulmányok, AKII (2.), Budapest – (9) Kósa C. (2005): A tejágazat világpiaci helyzete: Budapest. Az Európai Unió Agrárgazdasága, 10. évf. 5. sz. – (10) Kőnig G. (2005): Magyarország Európai Unióval folytatott agrárkereskedelmének alakulása és fejlesztésének lehetőségei. Doktori értekezés, Kaposvári Egyetem – (11) Kőnig G. –Nyárs L. – Papp G. – Vőneki É. (2004): A kritikus ágazatok rövid távú piaci esélyei, a szelekció, a koncentráció és a szerkezetváltás várható alakulása. Kézirat, AKI, 2004. – (12) KSH (2005): Élelmiszermérlegek és tápanyagfogyasztás 2003. KSH, Budapest – (13) Mihálovics A. – Marnitz I. (2005): Csányi Sándor teljes letámadásban? Népszabadság, május 10. – (14) Orbánné Nagy M. (2003): Az élelmiszerfogyasztás és a fogyasztói árak konvergenciája Magyarország és az EU között. Agrárgazdasági Tanulmányok, AKII, 5. sz. – (15) Orbánné Nagy M. (szerk.) – Juhász A. – Kartali J. – Kőnig G. – Stauder M. (2006): Az élelmiszeripar strukturális átalakulása. Agrárgazdasági Tanulmányok, AKI, Budapest – (16) Szabó M. (1999): Vertikális koordináció és integráció az Európai Unió és Magyarország tejgazdaságában. Agrárgazdasági Tanulmányok, AKII, Budapest – (17) Szabó M. (2000): Külföldi érdekeltségű vállalatok a magyar élelmiszeriparban és hatásuk az EU-csatlakozásra. Agrárgazdasági Tanulmányok, AKII, Budapest – (18) Szirmai S. P. (2005a): Óh, Sole Mizo! Budapest, Figyelő, június 8-15. – (19) Szirmai S. P. (2005b): Tejes Káosz. Budapest, Figyelő, márc. 31.-ápr. 6. – (20) Tejipari Hírlap 2005-ös számai, Magyar Tejipari Egyesülés, Budapest – (21) Vágó Sz. (2005): A magyarországi tejpiac várható alakulása: Gazdálkodás, 4. sz.