A magyar tejvertikum diagnózisa

Popp József – Potori Norbert – Papp Gergely

Kulcsszavak: Magyarország, tejpiac, tejtermelés, versenyképesség.

ÖSSZEFOGLALÓ MEGÁLLAPÍTÁSOK, KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Magyarország tejtermelése az EU-csatlakozást követően visszaesett. A többnyire alacsony átvételi árak és a szigorúbb minőségi követelmények miatt az elmúlt években sok tejtermelő kiszorult a piacról. A tej- és tejtermékek külkereskedelmében 2004 óta mind volumenben, mind értékben nettó importőri pozícióba kerültünk.

A tejkvóta-rendszer fokozatos kivezetése (a hazai kvóta kihasználtsága alig éri el a 85%-ot) a hazai tejágazatot közvetetten érintheti: a hatékonyabban termelő tagállamok kerülhetnek előnybe a számunkra fontos olaszországi piacon, így értékesítési lehetőségeink szűkülhetnek, a hazai árakra még nagyobb nyomás nehezedhet.

Magyarországon a tejfeldolgozás koncentráltsága a vállalatok nagy száma ellenére viszonylag erős. A tejipar kettős prés alatt áll: a kereskedelem a fogyasztók megnyeréséért leszorítja az átvételi árakat, míg a feldolgozók egymással és az exportpiaccal is versenyeznek az alapanyagért és kapacitásaik jobb kihasználásáért. A magyarországi gyártók a technológiában, a hatékonyságban és a termék-innovációban lemaradtak a versenytársaktól.

A tejtermékek értékesítésében az üzletláncok a domináns szereplők, piaci stratégiájuk egyoldalúan fogyasztó-centrikus, árkövető magatartást folytatnak, kereskedelmi márkás termékeikkel gyengítik a feldolgozók pozícióit. A tej és tejtermékek növekvő behozatala miatt tovább csökkenhet a hazai feldolgozók belpiaci részesedése, ami elkerülhetetlenné teszi a cégek közötti szelekciót és valószínűsíti a külföldi tőke térnyerését.

Magyarországon a fehérjére és zsírra vonatkoztatva viszonylag drágán termelnek tejet. A termelés költségszerkezetében a leggyengébb pont a takarmányköltség, de meghatározóak az állomány-egészségügyi kiadások és a különféle veszteségek is. A szervezettségben és munkatermelékenységben egyértelmű a versenyhátrány, márpedig a versenyképességet már középtávon a relatív költséghatékonyság határozza meg.

Magyarországon a társas gazdaságok a saját földterület hiánya miatt a földtulajdonosoknak kiszolgáltatottak. A fejlesztési támogatások iránt igen csekély az érdeklődés, ugyanis az akut tőkehiány, a drága hitelek, a piaci körülmények és gazdasági kilátások, továbbá a támogatások feltételeként előírt termelési kötelezettség a szereplők jelentős hányadát nem serkenti modernizációra.

BEVEZETÉS

A magyar tejszektor komoly versenyképességi problémákkal küszködött az elmúlt években. A termelés az EU-csatlakozás óta folyamatosan csökkent, a tej- és tejtermék-külkereskedelem egyenlege évről évre romlott, az önellátottság 100% alá süllyedt. Cikkünk – amely *Popp és Potori (2009)* tanulmányából merít – célja, hogy bemutassa, miért rendült meg a magyar tejvertikum versenypozíciója az elmúlt években.

Elemzésünk nem a mezőgazdasági termelés, hanem a vásárló, a fogyasztó, azaz a kereslet oldaláról indul ki, és innen jutunk el a termelésig. Ugyanis a termelés helyzetét nem ítélhetjük meg a rá épülő élelmiszer-ipari és kereskedelmi fázis, valamint a vásárlói/fogyasztói igények ismerete nélkül, hiszen az alkalmazkodás, a megfelelési kényszer éppen a mezőgazdasági termelésben a legnagyobb.

A tejvertikum helyzetének tárgyalása előtt le kell szögezni, hogy a legsúlyosabb gondok nem szektor-specifikusak, hanem részben a makrokörnyezetből erednek (pl. adó- és járulékterhek, bürokrácia, földkérdés, állami szerepvállalás stb.). Ezeket részletesen tárgyalja *Popp et al. (2008)*, bemutatásuk itt nem célunk.

A kutatás keretében felkerestük a termékpálya több fontos szereplőjét (mezőgazdasági termelők, élelmiszer-ipari feldolgozók, kiskereskedelmi láncok, inputellátók, szakmai érdekképviseletek), és szakmai eszmecserék, interjúk keretében igyekeztünk csokorba gyűjteni a problémákat, feltárni a gyakorlati összefüggéseket.[1] A konzultációk során elhangzottak összegzését kiegészítettük a *Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztériumban*, valamint a *Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal* információival, továbbá a *Központi Statisztikai Hivatal* adatbázisából lekérdezhető adatokkal, és végül, de nem utolsósorban az *Agrárgazdasági Kutató Intézet* tudásanyagával.

MAGYARORSZÁG TEJPIACA

A világpiaci árak változása az EU exportlehetőségeinek alakulásán keresztül hat a tej és tejtermékek magyarországi piacára. A Közösség romló export-versenyképességének következményeként erősödik a belső piaci nyomás és éleződik a verseny a tagállamok között (*European Commission, 2009*). A magyar tej- és tejtermékpiac szempontjából meghatározó, hogy a kivitel elsősorban a többi EU-tagállamba és más európai országokba irányul. Magyarország távolabbra (pl. arab országok) jellemzően speciális termékeket, főleg sajtféléket szállít, amelyeknél a minőség és az ismertség fontosabb az árnál.

Jelenleg a Magyarországon megtermelt nyerstej 10-15%-a, a feldolgozásra kerülő tej 20-25%-a (tejegyenértékben kifejezve) kivitelre kerül, ennek ellenére a tej és tejtermékek külkereskedelmi egyenlege negatív (1. ábra), ugyanis a nagy hozzáadott értékű termékek behozatala nőtt. Az export jellemzően nem nagy hozzáadott értékű termékekből áll (eltekintve az egy-egy multinacionális cégcsoport országok közötti munkamegosztásának köszönhető kiszállításoktól), hanem főleg nyers- és fölözött tejből. A *Központi Statisztikai Hivatal* (KSH) adatai szerint az EU-csatlakozás óta a magyar tejexport folyamatosan emelkedett, 2007-ben 274 ezer tonnát, 2008-ban már 313 ezer tonnát tett ki. A legfőbb felvevőpiac Olaszország, de mind több magyar tejet vásárol Románia és Szlovénia is.

Megjegyzendő: a folyadéktej exportra történő szállítását döntően nem a hazai cégek, hanem a külföldi felvásárlók bonyolítják le. Kivételt képeznek a Romániába történő szállítások, mivel az ottani vevők többnyire nem rendelkeznek megfelelő szállítókapacitással.

A nyerstej-export alakulása az egész vertikumra nézve meghatározó. Magyarországon ma a tej felvásárlási árát – a németországi árak közvetett hatása mellett – leginkább az határozza meg, hogy meny-

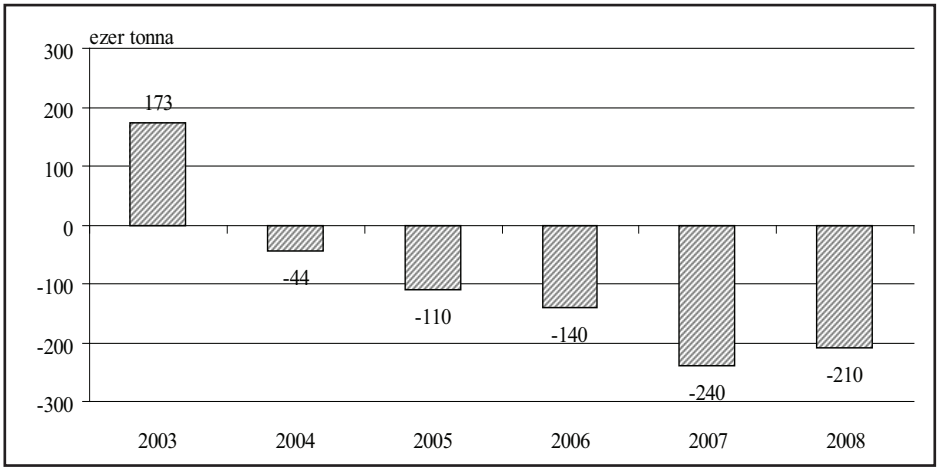
[1] A fejlődést bénító körülmények, az objektív és szubjektív versenyhátrányok feltárása érdekében szlovákiai és lengyelországi termelőket, feldolgozókat és szervezeteket is meglátogattunk. Interjúalanyaink kiválogatásánál tudatosan nem törekedtünk a teljes reprezentativitásra, hiszen versenyesélyeink a jelentősebb piaci szereplők szemszögéből értékelhetők reálisan.

nyiért lehet nyerstejet exportálni Olaszországba. A kivitel dinamikus növekedését mutatja, hogy bár 2000-ben még nem tartoztunk az olaszországi szállítók közé, 2008-ban Magyarország – Németország és Ausztria után – Olaszország harmadik legfontosabb nyerstej-beszerzési forrása lett. A tejtermékexport az EU-csatlakozást követően visszaesett, ezen belül azonban a harmadik országokba irányuló kivitel változatlan maradt. A vállalatok a belföldinél általában csak alacsonyabb áron képesek exportálni. Ilyen üzleteket sokszor azért kötnek, hogy levezessék a termelés és a belső fogyasztás egyenetlenségei révén keletkező időszakos felesleget.

Sok hazai feldolgozó a korábban fontos exporttermékek (tejpor, ömlesztett vaj) gyártásával szinte teljesen leállt, a kapacitások kihasználatlanok vagy leépítésre kerültek.

1. ábra

A tej és tejtermékek tejegyenértékben kifejezett nettó kereskedelmi egyenlege



Forrás: KSH, AKI-PÁIR, valamint az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült számítások

A feldolgozók, főleg a nemzetközi kapcsolatokkal rendelkező cégek időnként kis mennyiségben vásárolnak külföldről is nyerstejet. Az alapanyag-behozatal nagyobb része azonban félkész termék, tejszín, ömlesztett vaj, illetve néhány termék előállításához egyéb adalékanyagok (1. táblázat). Összességében ezekből csupán kis mennyiség érkezik az országba, az importon belül csupán néhány százalékot tesz ki. A behozatalt nem elsősorban az olcsóbb ár motiválja, hanem az, hogy a magyar nyerstej zsírtartalma alacsony, ezért tejzsírhiány van.

1. táblázat

A tej és tejtermékek külkereskedelmének szerkezete (2003-2008)

Megnevezés		2003	2004	2005	2006	2007	2008
Export, ezer t	Tej, tejszín	45 587	49 386	113 806	228 690	274 436	312 966
	Sajt	23 594	19 694	17 485	13 702	11 108	10 796
Import, ezer t	Tej, tejszín	4 003	29 427	72 657	72 816	123 059	99 254
	Tejföl, joghurt	12 070	18 573	24 998	25 690	34 351	33 026
	Vaj	1 663	4 356	3 766	5 243	5 428	4 478
	Sajt	12 719	18 315	22 893	32 668	39 155	34 718

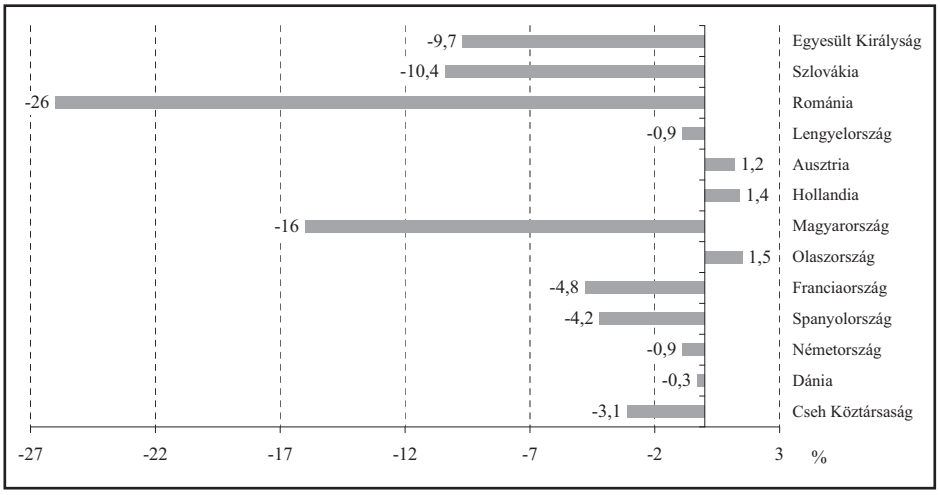
Forrás: KSH, valamint az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült számítások

Az EU-csatlakozás óta a tej és tejtermékek magyarországi piacán a közösségi szabályozás érvényesül. A tejtermelők nemzeti forrásból termeléshez kötött kiegészítő támogatást, tejprémiumot kaptak. E szubvenció 2007-től történelmi bázis (2007. március 31-i tejkvóta) alapján, termeléstől elválasztva kerül kifizetésre. A tejtermelők 2007-ben és 2008-ban történelmi bázisjogosultságonként, vagyis kilogrammonként legfeljebb 8,03 forint támogatásra voltak jogosultak, országos szinten legfeljebb 1,99 millió tonnáig.

Magyarország számára az országos referenciamennyiség (nemzeti kvóta) a 2007/08. kvótaévre 2 019 300 tonna, az országos referencia-zsírtartalom 3,604 tömegszázalék volt. A *Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal* (kifizető ügynökség) adatai szerint a 2007/2008. kvótaév végén a termelők 1 856 014 tonna beszállítási és 53 500 tonna közvetlen értékesítési kvótával rendelkeztek. A beszállítási kvóta-teljesítés 1 666 762 tonnát, a termelők által jelentett közvetlen értékesítési kvóta-teljesítés 52 002 tonnát tett ki. A nemzeti kvóta kihasználtsága alig 85%-os, ezen belül a feldolgozói kvóta kihasználtsága 89,8%-os volt, *vagyis országos szinten nem a kvóta korlátozza a növekedést*. Megemlítendő, hogy a 2008/09. kvótaévben a feldolgozói kvótát a legtöbb EU-tagállam nem tudta teljesen kihasználni (2. ábra).

2. ábra

Néhány EU-tagállam feldolgozói kvóta kihasználtsága 2008/09-ben



Forrás: DG AGRI adatai alapján az AKI Agrárpolitikai Osztályán készült számítások

A tejkvóta fokozatos emelése Magyarországot közvetetten érinti, mivel annak következménye egyes tagállamokban (pl. Németország, Olaszország és Hollandia) több tej és tejtermék előállítása. A kvóta emelése befolyásolhatja a magyar nyerstej-exportot, ezáltal ugyanis a hatékonyabban termelő tagállamok kerülhetnek előnybe az olasz piacon, így a lehetőségek szűkülhetnek, ami még nagyobb nyomást gyakorolhat a felvásárlási árakra Magyarországon. Az bizonyos, hogy az EU tejtermelése tovább koncentrálódik, még inkább teret nyernek a nagy, specializálódott üzemek, vagyis a termelési költségek csökkenni fognak uniós szinten. Hosszabb távon a tejtermelés – a takarmányárak és a klímaváltozás alakulásától függően – a csapadékos, kiváló gyephozammal, vagyis a

tömegtakarmányt olcsón előállító tagállamok felé tolódhat el.

A FOGYASZTÁS

A globális tendenciával ellentétben Magyarországon a tej és tejtermékek fogyasztása igen kismértékben nőtt az elmúlt években, és jóval elmarad az 1990-es évek szintjétől. A KSH adatai szerint az egy főre vetített fogyasztás tejegyenértékben kifejezve mintegy 180 kilogramm volt 2006-ban (az EU-15 átlaga meghaladta a 260 kilogrammot). A fejlettebb tagállamokhoz képest a legnagyobb lemaradás a vaj- és a sajtfogyasztásban tapasztalható. Magyarországon a folyadéktej fogyasztása fejenként 81 kilogrammot tett ki, ezzel szemben az EU-25 átlaga megközelítette a 93 kilogrammot. Magyarországon a folyadéktej fogyasztásának növekedésével aligha számolhatunk, a keresletet esetleg új, innovatív tejtermékek piacra dobása ösztönözheti (*Hockmann – Vőneki, 2007*).

Az elmúlt néhány évben felgyorsulni látszik a sajt- és vajfogyasztás növekedése. Az egy főre vetített sajtfogyasztás (túróval együtt) Magyarországon 10,6 kilogramm volt, 18%-kal több, mint 2004-ben. (Az EU-25 egy főre vetített sajtfogyasztása 18,4 kilogramm volt 2006-ban). A világ egy főre vetített vajfogyasztása 1,3 kilogrammot tett ki 2006-ban, míg az EU-25 esetében ez az érték 4,1 kilogramm körül alakult. Magyarországon az egy főre vetített vajfogyasztás mindössze 1,2 kilogramm volt 2006-ban, jóllehet egyetlen év alatt 33%-kal nőtt. Az állati zsírokkal kapcsolatos negatív megítélés visszaszorulóban van, a kenhető vaj népszerűsége nő a margarin rovására. Egyre népszerűbbek a hosszabb ideig eltartható kényelmi termékek, a magyar fogyasztók is egyre több panírozott sajtot, ízesített vajkrémet stb. vásárolnak. Egyre kedveltebb újdonság a 21 napig eltartható ESL (*extended shelf life*) tej, amelynél a pasztőrözés 130 fokon, rövid ideig (kb. fél másodperc) történik, így a tej íze, eredeti tulajdonságai jobban megőrizhetők.

A tej és tejtermékek fogyasztásának szokásait ma még alapvetően a jövedelem nagysága határozza meg (a világ fejlettebb országaiban a sajtfogyasztás, szegényebb országaiban a folyadéktej fogyasztása nő elsősorban). Magyarországon is főleg a sajt, illetve a tejdesszertek fogyasztásának további emelkedésével lehet számolni. A fogyasztás élénkülésének alapfeltétele azonban a magyar fogyasztók vásárlóerejének erősödése. Mivel a sajtkultúra alacsony szintű (még ma is a félkemény és ömlesztett sajtok a keresettebbek), a sajtpiac tartogat lehetőségeket: különleges termékekkel piaci réseket lehetne kitölteni.

A magyar termékek iránti hűség nem jellemző, a fogyasztók legfeljebb egy-egy „bevált", régi hazai márkához ragaszkodnak, és nyitottak a kereskedelmi láncok által preferált (olcsóbb) importtermékek iránt. Persze van néhány olyan magyar termék, amely ma is annyira népszerű, hogy még az importtermékekre építő diszkontok sem hagyhatják ki a kínálatukból. Ezek jól megkülönböztethető, magas feldolgozottságú és nagy hozzáadott értékű termékek, többnyire joghurtok, szeletes termékek és tejdesszertek. Igazi növekedést csak e hazai produktumok értek el, és a közelmúltban nem jelentek meg új, innovatív magyar termékek a piacon.

A KERESKEDELEM

A tejtermékek árának változása más tagállamokban a közvetlen kereskedelmi kapcsolatok révén erős hatást gyakorol a tejtermékek magyarországi piacára. A kis-

kereskedelmi láncok a más tagállamokból történő beszállításokkal alkalmazkodásra kényszerítik a magyarországi tejipart. A kereskedők a fogyasztók megnyeréséért igyekeznek lenyomni az árakat, és olcsó importtermékekkel növelik vonzerejüket. Becslések szerint a tejfeldolgozók a belföldön előállított termékek 75-80%-át a hazai piacon értékesítik a kiskereskedelmi láncoknak, a maradék exportra kerül. A külföldről származó tej és tejtermékek aránya a fogyasztásban elérheti a 30%-ot (sajtok esetében a 40%-ot is).

A tejtermékpiacon erős a verseny, a feldolgozók egymás alá licitálnak, gyakran kénytelenek az önköltség alatti eladási árba is belemenni. A kiskereskedelmi láncok piaci stratégiája egyoldalúan fogyasztó-centrikus, árkövető magatartást folytatnak, és mivel egyre inkább a regionális beszerzés a jellemző, nincsenek tekintettel a tejtermelés és -feldolgozás lokális adottságaira, összefüggéseire (pl. magas, illetve növekvő termelési költségek).

A kereskedelem saját márkás termékei komoly kihívást jelentenek a feldolgozóknak. Ezek általában a legolcsóbb és nagy volumenben forgalmazott (részben importált) termékek. Gyártásukért erős a verseny, de a gyártók ezek előállításával a gyártói márka arányának csökkenése mellett javíthatják kapacitásaik kihasználását. Tendencia, hogy a kereskedelmi és gyártói márka közötti árrés csökken, és a saját márka is egyre több magasabb minőségi kategóriát céloz meg.

A feldolgozók az üzletláncoktól gyakran naponta kapják a rendeléseket, így akár 24 órán belül szállítaniuk kell. Az átvételi árak az akciós értékesítések gyakorisága miatt sűrűn változnak. A termelést nehéz ütemezni, egyes tejfeldolgozók több megrendelést vállalnak, és más forrásból szerzik be a hiányzó árut, nehogy a nyakukon maradjon a termék. Vannak olyan cégek is, amelyeknél viszonylag állandó a rendelt mennyiség, másoknál akár hússzoros különbség is lehet egyik hétről a másikra. Az árengedményes akcióknál többnyire (de nem mindig) egyeztetnek a feldolgozók és az üzletláncok, általában egy hónappal korábban. Előfordul azonban, hogy egy évre előre szerződésben rögzítik az akciókat. A feldolgozók becslése szerint a tejipar összes termelési értékének kb. 20%-a „akciós" áron kel el.

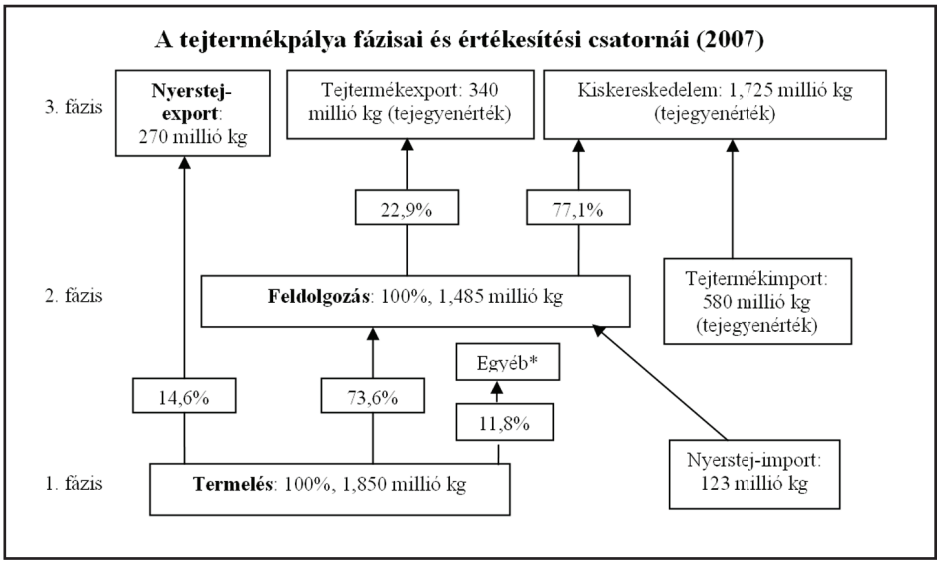
A FELDOLGOZÁS

Magyarországon a tejfeldolgozás az élelmiszer-ipari termelés 12%-át adta 2007-ben. Az *Adó- és Pénzügyi Ellenőrzési Hivatal* adatai szerint 2004 óta összesen mintegy 50 tejfeldolgozással foglalkozó cég működik, számuk gyakorlatilag nem változott. A koncentráció foka a feldolgozó vállalatok nagy száma ellenére viszonylag magas: az AKI és a KSH 2007. évi adatai alapján a legnagyobb cég 30% körüli, az öt legnagyobb feldolgozó 70% körüli, míg a tíz legnagyobb vállalat 80% feletti részarányt képviselt a felvásárlásból. Ezzel a Visegrádi országok között Magyarország az élen áll, az EU-15 tagállamokban azonban ennél jóval erősebb koncentráció jellemzi a tejfeldolgozást.

A feldolgozók a belföldi termelésű nyerstej 74%-át vásárolták fel 2007-ben. Az összes magyarországi termelés 15%-a került exportra. Az importált nyerstej az összes feldolgozott mennyiség 8%-át tette ki (3. ábra). A tej és tejtermékek behozatala tejegyenértékre számítva elérte a 703 millió kilogrammot, messze meghaladta a 610 millió kilogramm körüli exportot.

3. ábra

A tejtermékpálya fázisai és értékesítési csatornái (2007)



Forrás: KSH, valamint az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült számítások

* Közvetlen értékesítés és egyéb nem nyomon követhető tejforgalom.

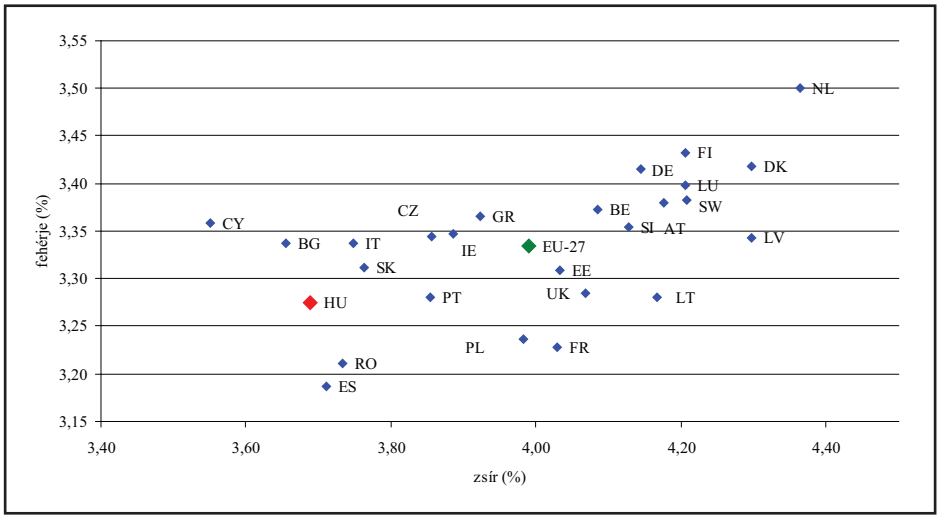
A tejfeldolgozók közül a kisebbek is több tucat, a nagyobbak akár 200 termelőtől vásárolnak fel tejet. A feldolgozók alkupozíciója viszonylag erős, hiszen nagyszámú, szervezetlen, viszonylag kiszolgáltatott termelővel állnak kapcsolatban. A kisebb cégekről általános a vélekedés, hogy partnernek tekintik a termelőket, céljuk a hosszabb távú együttműködés. A felvásárlási árakat közösen alakítják ki, összhangban a piaci árakkal.

A feldolgozók többé-kevésbé egységes szerződéses alapárat alkalmaznak, amely a zsír- és fehérjetartalom függvényében változik, illetve néhány vállalatnál a mennyiség alapján fordulhat elő (maximum 5%-os) differenciálás. Az alapár meghatározásakor a meglátogatott feldolgozók többsége az AKI által rendszeresen gyűjtött és publikált országos átlagárból vagy a terméktanács árstatisztikáiból indul ki. A szektorsemlegesség miatt az AKI árát fogadják el a leggyakrabban, a felvásárlás elsősorban ez alapján folyik. Az árképzéssel kapcsolatban azonban több kritikai megállapítás tehető. Egyrészt a feldolgozók bizonyos mértékig képesek befolyásolni a gyűjtött adatokat, ugyanis a lejelentett ár többnyire nem azonos a prémiumokkal és más kiegészítésekkel, úgymint szaktanácsadási, szállítási költségtérítéssel stb. megfejelt összeggel, amelyet a beszállítók valójában kézhez kapnak. (Ily módon a tejért ténylegesen fizetett ár literre visszaszámolva akár 3-5 forinttal is magasabb lehet a publikáltnál.) Másrészt a publikált ár múltbeli statisztikákon alapul, a lokális adottságokból eredő különbségeket nem tükrözi, ráadásul automatikusan visszahat az árképzésre. Ugyanakkor fontos kiemelni, hogy a növekvő tejtöbblet miatt a feldolgozók egyre nagyobb volument, az összes beszállított tej 10-30%-át a *spot* piacról szerzik be.

A tej gyenge minőségi mutatói, alacsony fehérje- és zsírtartalma (4. ábra) rontják a feldolgozás versenyképességét, költségtöbbletet is jelenthetnek az európai versenytársakkal szemben.

4. ábra

A nyerstej beltartalma az EU tagállamaiban (2008)



Forrás: Eurostat

A tejipar kapacitásainak kihasználtsága az elmúlt néhány évben iparági szinten valamelyest javult, de még mindig igen alacsony – becslések szerint alig 50%. Bezárták a veszteséges vaj- és tejporüzemeket, de időközben számos, a közösségi feltételeknek való megfelelést lehetővé tevő, illetve a gazdaságosabb működést is szem előtt tartó beruházás valósult meg. Nagyok a különbségek az egyes vállalatok, sőt, az egyes üzemek között is. Míg a legversenyképesebb feldolgozók Nyugat-Európában és a környező országokban egyaránt a kapacitások maximális kihasználására, két és három műszakos működtetésére törekednek, addig Magyarországon az egy (esetleg hosszabbított) műszak a jellemző. Sőt, néhol még a heti munkanapok számát is csökkenteni kellett, ami mindenképpen versenyhátrány. Ritka kivétel az a tejfeldolgozó üzem Magyarországon, amelynek kapacitását éjjel-nappal kihasználják. A nemzetközi vállalatokra a többi leányvállalattal való szoros együttműködés jellemző, a nemzetközi munkamegosztás szerepe nő. A hazai feldolgozók között még mindig kevés az együttműködés a racionális munkamegosztás területén, a kapacitások kihasználását növelni lehetne egyes termékek bérmunkában történő termelésével.

Szinte valamennyi feldolgozó növelni akarja árbevételét, de ezt nem felvásárlásokkal, egyesülésekkel képzelik el, hanem a kapacitások jobb kihasználásával. Míg korábban a piaci részarány növelése volt az uralkodó stratégia, mára az eredménynövelés vált a legfőbb célkitűzéssé, pl. profiltisztítás, illetve a kapacitások jobb kihasználása révén. Általános a költségcsökkentésre irányuló törekvés, és emellett a magasabb feldolgozottságú termékek felé tolódik el a gyártás. Ugyanakkor a legtöbb esetben hiányzik a benchmark-elemzés. Ahol ezt megtették, kiderült, hogy Magyarországon sokkal magasabb a fajlagos vízfelhasználás, rosszabb a gépkihasználás és az energiahatékonyság, mint a versenytársaknál. A sajtgyártásnál a szárazanyag-tartalom pontos beállítása nagyon fontos. A melléktermékek, a szennyvíz újrahasznosításával is sokat lehet megtakarítani.

A termékfejlesztés, új kiszerelések, modernebb csomagolás bevezetése a vállalatok céljai közé tartozik. A feldolgozók által készíttetett piackutatások szerint a desszert és a sajt kategóriát érdemes a leginkább erősíteni. Ennek ellenére a *magyarországi vállalatok a termék-innovációban elmaradtak a versenytársaktól*. Ennek több oka ismert. Egyrészt az igazán tőkeerős és modern technológiával rendelkező cégek jelentős arányban külföldi befektetők tulajdonában vannak, multinacionális cégek leányvállalataiként működnek. A valóban innovatív új terméket gyakran az anyavállalat fejleszti és gyártja, a leányvállalatok jobb esetben díj ellenében az eljárást veszik át, gyakrabban a késztermékét közvetlenül importálja a kereskedelem. Másrészt a középvállalatok rendszerint tőkeszegények, kutatásra, fejlesztésre kevés forrásuk marad. A termékpaletta gyakran túlságosan széles, a gyártható mennyiség kevés, ami a fejlesztéseket jelentősen drágítja. Harmadrészt a magyar vásárló igen árérzékeny, a drágább újdonságok iránt kevéssé fogékony.

A magyar tejipar a tömegtermékek (pl. félkemény sajtok) piacán a nagy európai feldolgozókkal nem tud versenyezni. Például a Magyarországon legkeresettebb, tradicionális *Trappista* sajt piaca tragikusnak mondható: a márka nincs levédve, jelenleg bárki gyárthatja, ráadásul a Hollandiában és Németországban előállított *Edami* és *Gauda* típusú sajtok óriási nyomást gyakorolnak a magyar félkemény sajtok piacára.

Míg a nyugat-európai tejfeldolgozásra a magas szintű technológia és szűk termékpaletta jellemző, addig Magyarországon fordított a helyzet. Így a növekvő import hatására tovább csökken a magyarországi feldolgozók piaci részesedése, ami elkerülhetetlenné teszi a cégek közötti szelekciót és valószínűsíti a külföldi tejtermékek további térnyerését.

A kisebb tejfeldolgozók (különösen a tömegtermékeket gyártók) helyzete egyre nehezebb, fokozatosan kiszorulnak a piacról. Ezek elsősorban a nagykereskedőknek és a magyar tulajdonban lévő kiskereskedelmi láncoknak szállítanak. A multinacionális áruházláncok polcaira a csekély volumen miatt egyenként nehezen jutnak el. Ezért számukra a speciális termékek gyártása (pl. laktózmentes vagy biotermékek), a szakboltok jövőbeni – remélt – terjedése kínálhat lehetőséget a túlélésre, illetve az összefogás révén érhetnének el nagyobb volument, vagy azt, hogy a kereskedelem különleges termékeiknek külön pultokat alakítson ki.

A piaci szereplők véleménye: Magyarországon a hatóságok által kreált részletes, de a gyakorlati relevanciát nélkülöző előírások, továbbá a hatóságok nem egységes működési szemlélete olykor tetemes többletköltségeket okoz a tejfeldolgozásban.

A tejiparban a feketegazdaság aránya (a nyerstej közvetlen értékesítése kivételével) a termékpálya szereplőinek becslése szerint 10% körül mozog. Az adóelkerülő piaci szereplők ugyan nem ármeghatározók, alacsonyabb értékesítési áraiknak köszönhetően azonban gyorsan betöltik a piaci réseket.

A TERMELÉS

A magyarországi szarvasmarha-állomány az utóbbi években szinte folyamatosan csökkent: a KSH adatai szerint a 2009. június 1-jén 703 ezres létszám az öt esztendővel korábbitól 3,4%-kal maradt el. A tehénállomány alakulása csökkenő tendenciát mutat: az egyedszám 2004-2009 között 6,4%-kal esett vissza, 2009. június 1-jén 320 ezret tett ki, ebből a tejhasznú állomány 219 ezer (-13,1%), a húshasznú állomány 61 ezer (+56,4%), míg a kettős hasznosítású állomány 40 ezerre (-21,6%) rúgott. A tejelőtehén-állomány mintegy 80%-a található a gazdasági szervezeteknél, és mindössze a maradék 20% egyé-

ni gazdaságokban, s ez az arány az elmúlt években nem változott.

Magyarország tejtermelése az EU-csatlakozás utáni években visszaesett, 2008-ban már csak 1,79 millió litert tett ki. Noha nyerstej-exportunk emelkedett, a kibocsátás további csökkenésének voltunk tanúi 2009-ben is. A hazai tejtermelés középtávú alakulása nagymértékben függ attól, hogy a kvóta fokozatos emelésének, majd megszüntetésének milyen hatása lesz a nyerstej-exportra.

A KSH gazdaságszerkezeti összeírása szerint Magyarországon 20 ezer szarvasmarhát tartó gazdaság működött 2007-ben. Közülük közel 8 ezer foglalkozott tejhasznú tehenek tartásával. Feldolgozásra kerülő tejet összesen mintegy 4 ezren termeltek. A termékpálya termelői fázisában egyetlen jelentős termelői csoport alakult az utóbbi években, az *Alföldi Tej Értékesítő és Beszerző Kft*. A vállalat 2007-ben – 400 millió liter körüli kvótájával – az összes tejfelvásárlásból 31%-kal, míg a tejfeldolgozásból (tejegyenértékben kifejezve) 20%-kal részesedett. A közelmúltban az alacsony árak és a magasabb minőségi követelmények sok termelőt kiszorítottak a piacról, a kisebbek a háztól való értékesítést vagy a termelés feladását, a nagyobbak jellemzően a termelői szervezetekhez (pl. *Alföldi Tej Kft*.) való csatlakozást választották.

Az üzemi struktúrát vizsgálva megállapítható, hogy a magyarországi gazdaságok tejelőtehén-állománya más tagállamokéhoz viszonyítva koncentrált. Míg például Németországban és Dániában a 30-99 közötti egyedszámmal rendelkező üzemek képviselik a többséget, addig Magyarországon a tejelőtehén-állomány döntő része a 100 vagy annál nagyobb állománnyal rendelkező tehenészetekben található. A jövőben a koncentráció további erősödése várható. A nagyobb feldolgozók a jelenleg 100-150 beszállító helyett szívesen lennének csak 20-30 tejtermelővel kapcsolatban.

A hazai tejtermelő gazdaságok alapvetően két – a koncentráltság, alkalmazott technológia és részben a termelési cél tekintetében is – eltérő csoportba sorolhatók. A 20 tehénnél többet tartó gazdaságok közvetlenül tejipari feldolgozásra termelnek. A 20 tehénnél kevesebbet tartó gazdaságoknál számottevő a saját fogyasztás, illetve a közvetlen értékesítés aránya. (Megjegyzendő: a háztól értékesítők nagyobb volument képviselnek, mint a közvetlen értékesítési kvótával rendelkezők.)

A tejtermelés költségének nemzetközi összehasonlítása jól mutatja, hogy Magyarországon a fehérjére és zsírra vonatkoztatva relatíve drágán termelnek tejet. A termelés költségszerkezetében meghatározó a takarmányköltség. Bár e költségelem az üzemek között nagy szóródást mutat, a termelők többsége a takarmányhasznosításban, zöldtakarmány-felhasználásban elmarad a versenytársaktól. További probléma, hogy a viszonylag olcsó cukorrépafeldolgozói és konzervgyári melléktermékekből egyre kisebb a kínálat, ami ugyancsak emeli a takarmányozás költségeit. A munkabérköltség viszonylag magas szintje arra utal, hogy szervezettségben, munkatermelékenységben a magyar tejtermelők versenyhátrányban találhatók.

A tejtermelés költségeiben nem lebecsülendők az állomány-egészségügyi problémákból adódó veszteségek. *Ózsvári (2007)* számításai szerint a szaporodásbiológiai zavarok miatt jelentkező éves veszteség Magyarországon tehenenként kb. 40-80 ezer forintra (145-290 euró) tehető, ami egy telep árbevételének akár 9-11%-ára is rúghat. A két ellés közötti idő hosszúsága miatt kisebb a kibocsátás és lassabb a reprodukció. A másik jelentős állat-egészségügyi probléma, amely komoly veszteségeket okoz, az intenzív mélyalmos tartás miatt gyakori tőgygyulladás.

A tejtermelésben nagy előnyt jelent, ha egy telep maga képes előállítani a szükséges tömegtakarmányt, és így rendelkezik termőfölddel, ahová ki tudja juttatni a keletkező trágyát. Magyarországon a társas gazdaságok a saját földterület hiánya miatt a földtulajdonosok kiszolgáltatottjai, pedig a földhasználat stabilitása igen fontos a hosszú távú beruházási döntéseknél. A problémát súlyosbítja a földtulajdoni viszonyok rendezetlensége, az elaprózódott birtokszerkezet és az osztatlan közös földtulajdon nagy aránya. Megemlítendő, hogy az ország egyes térségeiben a beszállítók jelentős része külföldi (a 400-600 tehenes holland, osztrák, olasz és belga tejtermelők aránya elérheti a 40%-ot is).

A költségek csökkentésében a nyugati országokban fontos szerepet játszanak a termelői együttműködések. Az inputköltségek letörésére azonban a magyar gazdálkodók még kevéssé törekednek, holott Magyarországon is beszerzési társulásokra lenne szükség, hiszen az inputellátók sokkal koncentráltabbak, mint a tejtermelők.

A realizált jövedelem mellett a vidékfejlesztési támogatások a beruházások és fejlesztések legfontosabb forrásai az elkövetkező években. Magyarországon a fejlesztési támogatások iránti érdeklődés azonban elhanyagolható, különösen az állattartók részéről, hiszen az akut tőkehiány, a drága hitelek, a piaci körülmények és gazdasági kilátások, továbbá a támogatások feltételeként előírt termelési kötelezettség a szereplők jelentős hányadát nem serkenti modernizációra.

A gazdálkodók egy részének a tejtermelés mellett a diverzifikáció, a kiegészítő tevékenységek (pl. közvetlen értékesítés vagy tejbolt üzemeltetése, házi sajtkészítés, tájgazdálkodás, vállalati, iskolai kirándulások szervezése stb.) jelenthetik a kiutat. E tevékenységek sikerét azonban a támogatásokon kívül nagyban befolyásolja a területi elhelyezkedés és a vállalkozók személyes kvalitása.

FORRÁSMUNKÁK JEGYZÉKE

(1) AKI PÁIR adatbázis: http://www.aki.gov.hu/ekpolc/index.php – (2) AKI APEH adatbázis: http://www.aki.gov.hu/ekpolc/index.php – (3) DG AGRI: http://europa.eu/rapid/ – (4) European Commission [2009]: Prospects for agricultural markets and income 2008-2015. Brussels: European Commission – (5) Eurostat: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/agriculture/introduction – (6) Hockmann, H. – Vőneki É. (2007): The Case of the Hungarian Milk Chain. Paper prepared for presentation at the104th (joint) EAAE-IAAE Seminar in Budapest, Hungary, September 6-8, 2007 – (7) KSH Stadat adatbázis: http://portal.ksh.hu/portal/ – (8) Ózsvári L. (2007): 'Drága a tehén, ha sánta!' Magyar Mezőgazdaság, vol. 62, no. 29, 38-39. pp. – (9) Popp J. – Potori N. (szerk.) (2009): A főbb állattenyésztési ágazatok helyzete. Agrárgazdasági tanulmányok 2009/3. Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest – (10) Popp J. – Potori N. – Udovecz G. – Csikai M. (szerk.) (2008): A versenyesélyek javításának lehetőségei a magyar élelmiszergazdaságban – Alapanyag-termelő vagy nagyobb hozzáadott-értékű termékeket előállító ország leszünk? Magyar Agrárkamara és Szaktudás Kiadó Ház, Budapest