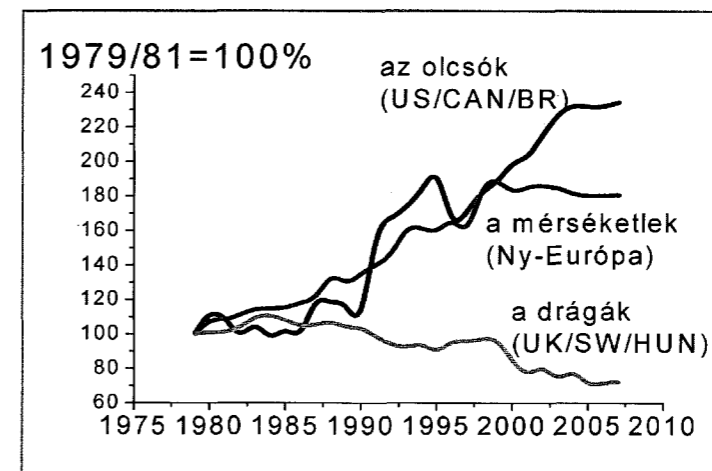


gazdálkodás

AGRÁRKONOMIAI TUDOMÁNYOS FOLYÓIRAT
SCIENTIFIC JOURNAL ON AGRICULTURAL ECONOMICS

SERTÉSHÚSTERMELÉS ÉS AZ ÖNKÖLTSÉG KAPCSOLATA



Forrás: Lakner, 2008

A TARTALOMBÓL

Klimaváltozás és a hazai
agrárgazdaság

A globális válság és a
magyarországi agrár-
gazdaság

Az agrárstratégia alapjai

Vita az élelmiszer-gazda-
sági stratégiáról

Alkalmazott agrárinno-
vációs és önköltsé-
gcsökkentési
módszertanok

Honföldünk az öko-
logiai gazdálkodásban

Az agrárgazdaság telér-
teléltése

Gafionexport és a folya-
m behozás

A sertéságazat verseny-
képességének javí-
tása

www.gazdalkodas.hu

2009. 2.

53. évfolyam

A gazdálkodás

SZERKESZTŐBIZOTTSÁGA

SZERDAHELYI PÉTER
a Szerkesztőbizottság elnöke,
ny. h. államtitkár, Budapest

BUZÁS GYULA
ny. egyetemi tanár, Keszthely

FEHÉR ALAJOS
egyetemi magántanár, Kompolt

FÜLÖP ZSUZSANNA
vezető főtanácsos, FVM, Budapest

FORGÁCS CSABA
egyetemi docens, Budapest

HELGERTNÉ SZABÓ ILONA
egyetemi docens, Gyöngyös

KAPRONCZAI ISTVÁN
főigazgató-helyettes, Budapest

KISS JUDIT
tudományos főmunkatárs, Budapest

MAGDA SÁNDOR
egyetemi tanár, rektor, Gyöngyös

CSETE LÁSZLÓ
főszerkesztő, c. egyetemi tanár,
Budapest

MARKOVSZKY GYÖRGY
vezérigazgató, c. egyetemi docens, Veszprém

MÁHR ANDRÁS
szakállamtitkár, FVM, Budapest

NEMESSÁLYI ZSOLT
egyetemi tanár, Debrecen

SZÉKELY CSABA
egyetemi tanár, dékán, Sopron

TAKÁCSNÉ GYÖRGY KATALIN
egyetemi docens, Gödöllő

TENK ANTAL
professor emeritus, Mosonmagyaróvár

UDOVECZ GÁBOR
főigazgató, Budapest

JUNIOR BIZOTTSÁGA

BAINÉ SZABÓ BERNADETT
egyetemi adjunktus, Debrecen

GESZTI SZILÁRD
egyetemi adjunktus, Kaposvár

SZÉLES ZSUZSANNA
egyetemi adjunktus, Gödöllő

VINCZE JUDIT
egyetemi tanársegéd, Mosonmagyaróvár

TUDOMÁNYOS TANÁCSADÓ TESTÜLETE

CSÁKI CSABA
egyetemi tanár, akadémikus, Budapest

CSIKAI MIKLÓS
vezérigazgató, Szentés

HARNOS ZSOLT
egyetemi tanár, akadémikus,
az MTA Agrártudományok Osztálya,
Budapest

KOZMA ANDRÁS
egyetemi tanár, Debrecen

MÁRTON JÁNOS
tiszteltbéli elnök, ny. főigazgató, Budapest

ROMÁNY PÁL
professor emeritus, Budapest

SZÉLES GYULA
professor emeritus, Kaposvár

SZÜCS ISTVÁN
egyetemi tanár, intézetigazgató, Gödöllő

TARTALOM

Gráf József: Klímaváltozás és a hazai agrárgazdaság106

TANULMÁNY

Magda Sándor – Magda Róbert: A globális gazdasági válság
és a magyarországi agrárgazdaság kilátásai 112

Buday-Sántha Attila: Új agrárstratégia alapjai 121

Dorgai László – Udovecz Gábor: A közvetlen agrártámogatások feltételezett
csökkentésének becsült hatásai Magyarországon128

Papp Gergely: Az alagút bejárata és a hazai agrárstratégia kritikus kérdései138

Simon Szilvia: A globalizáció és a konszolidációs számvitel alkalmazása
a magyar élelmiszer-gazdaságban145

Alvincz József – Koltai Judit Petra: Az ökológiai gazdálkodás hatékonysági
kérdései156

VITA

Romány Pál: Felértékelni az agrárgazdaságot?168

Szilvássy Zoltán: Folyami hajózás és a magyarországi gabonaexport 173

SZEMLE

Bartha Andrea: A sertéságazat versenyképességének javítása 178

Troján Szabolcs – Tenk Antal: A hazai mezőgazdasági együttműködésekről
a *gazdálkodás* folyóiratban II.....188

KRÓNIKA

Herdon Miklós: A Magyar Agrárinformatikai Szövetség 10 éve
az agrárgazdaság szolgálatában I.194

Vincze Judit: Gratulálunk Tenk Antal professor emeritusnak199

Summary 200

Contents 206

A sertéságazat versenyképességének javítása

BARTHA ANDREA

Kulcsszavak: sertésbőr-kereskedelelem, fogyasztói szokások, versenyképesség, hatékonyság.

ÖSSZEFOGLALÓ MEGÁLLAPÍTÁSOK, KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

A 90-es évek elejére a sertésállomány 6 millióra esett vissza, és azóta folyamatos a csökkenés, a KSH adatai szerint a sertéslétszám 2008 augusztusában 3,7 millió Magyarországon. Az alapanyag hiánya és az olcsóbb külföldi áru importra készíti a feldolgozóipart, legtöbb esetben szállítási költséggel együtt is olcsóbban hozzák be az alapanyagot, leginkább Lengyelországból. Hazánkban a termelők magas önköltségen termelnek, akár 80-90 forint eltérés is lehet az egyes termelők között. A legolcsóbb előállítás költségen termelő USA, Kanada és Brazília fokozatosan teret nyer azokon a piacokon, ahová eddig Dánia, Hollandia és Németország is szállított. Ez azt jelenti, hogy ezen országok magasabb áraik miatt kiszorultak ezekről a piacokról (Korea, Japán) és az EU-n belül értékesítik termékeiket. Így hazánkban a fent említett uniós országokkal kell felvennie a versenyt.

Az ágazati versenyképesség kérdésében elengedhetetlen a termékpálya összes résztvevőjének a vizsgálata, a termelés, feldolgozás, kereskedelem és fogyasztás elemzése. Termelői szinten fontos a hatékony termelés, az önköltségek csökkentése a megfelelő genetikai, takarmányozási és tartástechnológiai segítségével. A helyzetük megerősítése érdekében egyre inkább a termelői szerveződések jelentőségének növelése látszik jó megoldásnak. A húsipar és a vágóhidak esetében szükség van a specializációra, a vágás és a darabolás különválasztására. Folyamatosan nyomon szükséges követni a piac változását, hiszen versenyelőnyt szerezhet az a termelő, aki hamarabb képes reagálni. A koncentráció fontossága hangsúlyos ebben a vertikumszakaszban is. Az érdeklépviselet fontos a kereskedőkkel való tárgyalásokban is.

A kereskedelemben és a fogyasztásban a marketing nagyobb figyelmet érdemel. A fogyasztók informálásával azok tudatos vásárlókká válhatnak, mert a fogyasztói igényeket nemcsak kielégíteni lehet, hanem azokat generálni is célszerű.¹

BEVEZETÉS

A Debreceni Egyetem Agrárgazdasági és Vidékfejlesztési Kar és az Agrárgazdasági Kutató Intézet főszerkesztésében, valamint a Kaposvári Egyetem, illetve a Hússzövetség együttműködésével 2008. december 4-5-én „A sertéságazat verseny-

képességének javítása” címmel interaktív konferencia került megszervezésre. A rendezvényen a termékpálya fontosabb szereplői előadás keretében mutatták be az ágazat aktuális helyzetét és problémáit. A téma iránt mutatott érdeklődés nagy volt, 150 regisztrált résztvevő jelent meg az eseményen.

¹ Összeállítva a „A sertéságazat versenyképességének javítása” konferencián elhangzottak alapján (Debrecen, 2008. december).

AKTUÁLIS HELYZETKÉP A SERTÉSÁGAZATRÓL

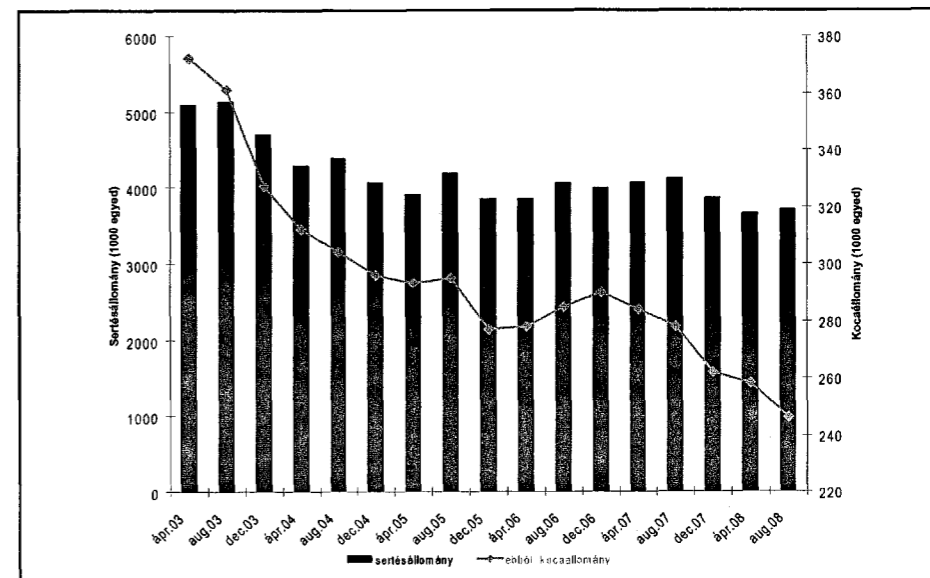
Magyarországon a 80-as években az átlag sertéslétszám 8 millió darab volt. A sertésállomány 55%-át kisüzemekben, úgynevezett háztáji gazdaságokban, míg 45%-át nagyüzemekben tartották. A rendszerváltás idejére az állomány 6 millióra esett vissza, és azóta is folyama-

tos a csökkenés, 2008 augusztusában 3,7 millió a KSH által közzétett sertéslétszám Magyarországon.

Az állomány megoszlásában is változás figyelhető meg, mivel az egyéni gazdaságokban radikálisan csökkent a sertésállomány nagysága, így a gazdasági szervezetek által birtokolt sertéslétszám 60% fölé emelkedett.

I. ábra

Sertésállomány alakulása hazánkban (2003-2008)



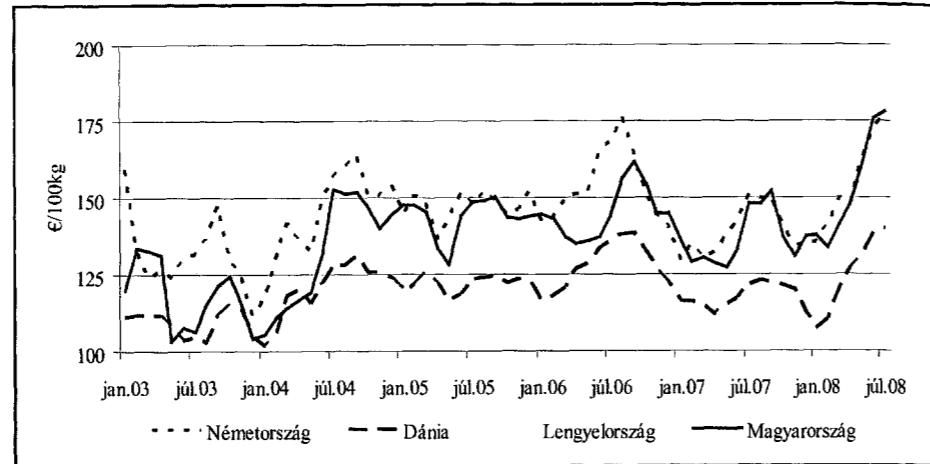
Forrás: KSH, 2008

Az 1. ábra jól szemlélteti az állatlétszám drasztikus csökkenését, melynek legfőbb okai a tökehiányban és a piaci lehetőségek szűkülésében keresendők. Mára a sertéstermelés az önelátás fokát sem éri el, nettó importőrre vált az ország. Az alapanyag hiánya, az olcsóbb külföldi áru importra készíti a feldolgozóipart, legtöbb esetben szállítási költséggel együtt is olcsóbban hozzák be az alapanyagot, leginkább Lengyelországból.

A 2. ábra szerint jelentős árkülönbség van a vizsgált országok között. Németország árai a legmagasabbak, míg Dániában lehet a legolcsóbban felvásárolni az alapanyagot. A lengyel és magyar árok között számottevő a különbség, ami lehetővé teszi az olcsóbb importot a feldolgozóipar és a kereskedelem számára. A világpiaci ár meghatározásában nem az EU árai a mérvadóak, megközelítőleg 50-60 forinttal termel drágábban, mint az USA (Udovecz, 2008).

A sertésfű felvásárlási ár nemzetközi összehasonlítása

2. ábra



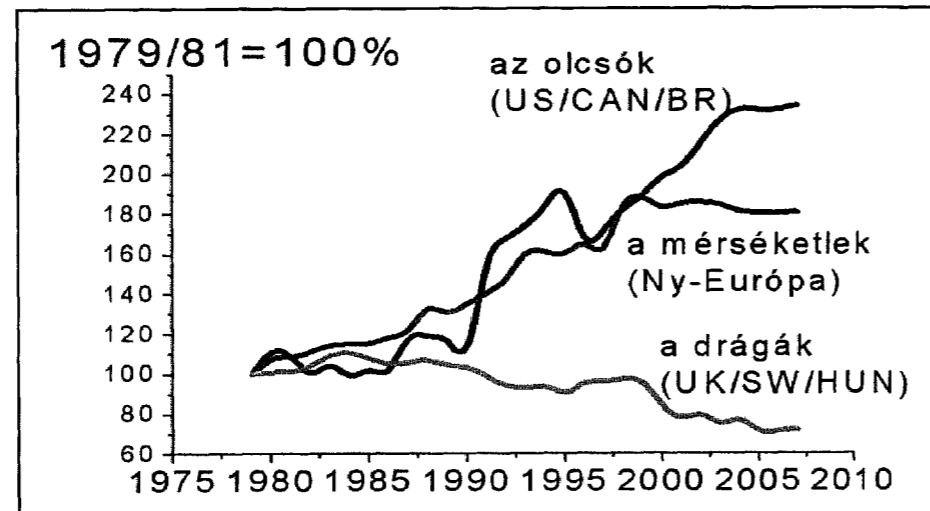
Forrás: AKI PÁIR

Hazánkban a magas önköltségen való termelésnek számos makro- és mikro-gazdasági oka van. Akár 80-90 forint eltérés is lehet az egyes termelők előállítási költségei között. Ebből egy példa: a felvásárlási ár és az önköltség között elő-

fordulhat 60 forintos különbség is, ami ellehetetleníti a termelést. Folyamatosan veszteség mellett termelnek, ami a termelés felhagyásához, illetve a sertésállomány folyamatos leépüléséhez vezet.

Sertésfűtermelés és az önköltség kapcsolata

3. ábra



Forrás: Lakner, 2008

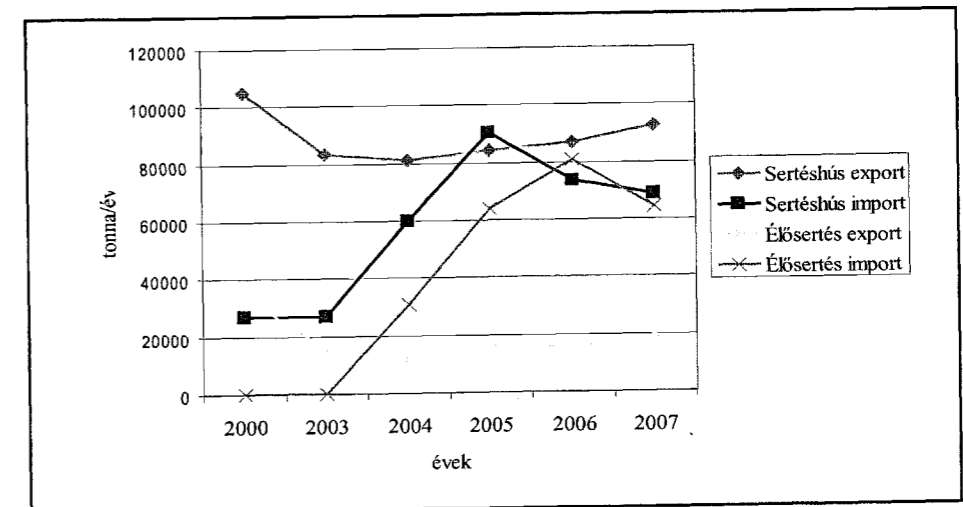
A 3. ábrán látható, hogy a tartósan magas áron előállító országok termelése folyamatosan csökken – köztük hazánké is –, míg azok, akik az önköltség tekintetében is versenyképesen tudnak termelni, folyamatosan növelik a termelés mennyiségét. Ezzel piacot és teret nyernek mind a belső fogyasztás, mind az export tekintetében. A legjobb áron termelő USA, Kanada és Brazília fokozatosan megveti a lábát azokon a piacokon, ahová eddig Dánia, Hollandia és Németország szállított. Ez azt jelenti, hogy ezen országok magasabb áraik miatt kiszorulnak ezekről a piacokról (Korea, Japán), és az EU-n belül értékesítik termékeiket. Így hazánkban e fent említett uniós országok-

kal kell felvennie a versenyt. Láttuk az előző ábrákon, hogy árak tekintetében hazánk az egyik legdrágábban termelő ország a vizsgáltak között, ilyen feltételekkel nagyon nehéz lesz versenyezni (Popp, 2008).

A 4. ábrán az export és import alakulását vizsgálhatjuk meg. Az eredmények jól mutatják, hogy mind az élősertés, mind a sertésfű importja megnövekedett, főként az EU-csatlakozás idején. 2006 után némi javulás mutatkozott, de mai napig jelentős az importnövekedés aránya az exportéval szemben. Magyarország az Unióhoz való csatlakozás előnyeit és piacszerzési lehetőségeit nem használta ki, ellenben új piacot teremtett az EU-s felesleg levezetéséhez.

4. ábra

Élősertés és sertésfű export-import



Forrás: AKI adatok alapján, saját szerkesztés

AZ ALAPANYAG-TERMELÉS HELYZETE

Az ágazati versenyképesség kérdésében elengedhetetlen a termékpálya összes résztvevőjének az elemzése, ezért az alapanyag-előállítás, a termelés szintjén is érdemes vizsgálni. A szakemberek között folyamatosan vita tárgyát képezi a genetika kérdése. Legnagyobb probléma, hogy a magyar

termelők nem használják ki a törzstenyészetek munkáját. Megpróbálják az olcsóbb megoldást választani, és a saját hízóállományaikból kiválogatni a tenyészállatokat. Ez a megoldás hosszú távon biztos, hogy nem kifizetődő, hiszen ezek az állatok nem fogják azokat a mutatókat elérni, mint egy törzstenyészetből származó tenyészállat. Másrészt az is gondot jelent, hogy ha meg is vásárolnák a csúcsgenetikát, nem biztos, hogy olyan

technológiai körülményeket teremtenek a tenyészállatoknak, hogy azok maximumon teljesítsenek. Minden hibridnek más a takarmányozás- és tartástechnológiai igénye, így nem lehet együtt kezelni őket (Fekete, 2008).

Az 1. táblázat tükrözi, hogy a hazai tenyészalapanyag is versenyben áll más or-

szágok genetikai potenciáljával. Ha a magyar termelők is belátnák ezt, és javulna a kapcsolat a tenyésztők és termelők között, több szerződéses kapcsolat alakulna ki, akkor az árak is kedvezőbbek lennének, így elérhetővé válna a jó minőségű genetica a termelők széles körének.

1. táblázat

Magyar hibridek természetes mutatói

Genotípus	Vizsgált állatok száma (kiesés)	Súlygyarapodás hizlalás alatt	Takarmányértékesítés	Értékes húsrészek	EUROP minősítés	Index
		(g)	(g)	(%)	%	
Hódhib	64 (3)	906	2439	51,2	58,4	150
Pannonhibrid	64 (3)	930	2347	53,3	60,9	159
Rattlerow-Seghers	64 (1)	900	2489	49,1	57,1	140
Topigs	64 (0)	978	2486	49,3	57,8	149
Középtiszai	64 (2)	971	2333	50,3	58,1	150
Összesen /átlag	320 (9)	936	2418	50,6	58,4	150

Forrás: Fekete, 2008

2. táblázat

Természetes mutatók összehasonlítása a vizsgált országokban

Megnevezés	Dánia	Németország	Magyarország átlagos	Brazília
Vágósertés, koca/év	24,9	20,8	16,8	22,2
Elhullás a malacnevelőben, %	5,0	3,0	5,0	2,0
Elhullás a hizlalásban, %	4,0	4,0	7,0	2,0
Takarmányfelhasználás a hizlalásban, kg/kg	2,69	2,96	3,70	2,93
Napi testtömeg-gyarapodás, g/nap	835,0	708,0	659,0	588,0
Vágáskori élőtest-tömeg, kg	102,0	118,2	109,4	109,0
Vágott melegsúly, kg	77,9	93,7	90,2	83,0

Forrás: Hollósy, 2008

A legnagyobb tartalék a kocáról leválasztott sertések számában, illetve a takarmányhasznosulásban van a versenytárs országokhoz hasonlítva. A takarmányhasznosítás kényes kérdés, mivel a költségek legnagyobb részét a takarmányon keresztül az anyagköltség képezi (2. táblázat).

A termelési mutatókból és eredményekből egyértelműen azt a következtetést lehet levonni, hogy hazánkban csak a minőségi termelésben van esélye talpon maradni, és semmiképpen a mennyiségi előállításban.

Egyik lehetséges alternatíva a funkcionális takarmányozás. A funkcionális takarmányozás célja más, mint a funkcionális élelmiszereké, mert nem elsősorban az állatok egészségét, hanem azok termelését akarja módosítani. Cél: funkcionális élelmiszerek előállítása. Ilyen lehetne például az „omega-3 sertés”, amelynek többszörös az alfa-linolensav a zsírszámban, illetve „szelénben gazdag sertés”, amelynek 64%-kal több szelén van a húzában, mint az átlagos sertésben (Gundel, 2008).

Nagyobb hangsúlyt kaphat a mangalica sertés is ebben a kérdésben. Köztudott ugyan, hogy a mangalica termelési eredményei messze elmaradnak a versenyképestől, ebben az esetben nem is a hatékony termelés a fontos, hanem a hagyomány és a kuriózum.

A termelésen és eredményeken túl itt kell megemlíteni a termelők és termelés koordinálását. Nagyon fontos kérdés az alkupozíció és az érdekérvényesítés. Egyik lehetséges megoldás a termelői szerveződésekbe való csoportosulás. Erre példa az *Alföldi Sertés Értékesítő és Beszerző Szövetkezet*. 2003 februárjában 26 tag alapította, ma már 55 tag alkotja a Szövetkezetet, és közel 400 000 db sertést értékesít. Végső cél 1 000 000 darab vágósertés integrálása.

A magyar sertésértékesítés 40-45%-át ők végzik, ami csökkentette a termelők kiszolgáltatottságát, valamint az árak hekti-

kussága mérséklődött. A vágóhidak felismerték a szövetkezésben rejlő előnyöket, ezzel tervezhetővé vált a termelés, relatíve nagy mennyiséget kapnak egy eladótól, így csökkent a szétaprózottság. A BÉSZEK, TCS-k egyfajta védőernyőt vonnak tagjaik fölé, ezzel javul a fizetési fegyelem. A legfontosabb, hogy a termelők felismerték, hogy együtt is lehet dolgozni, a továbblépésnél ez lehet a döntő momentum (Marczin, 2008).

A FELDOLGOZÓIPAR HELYZETE

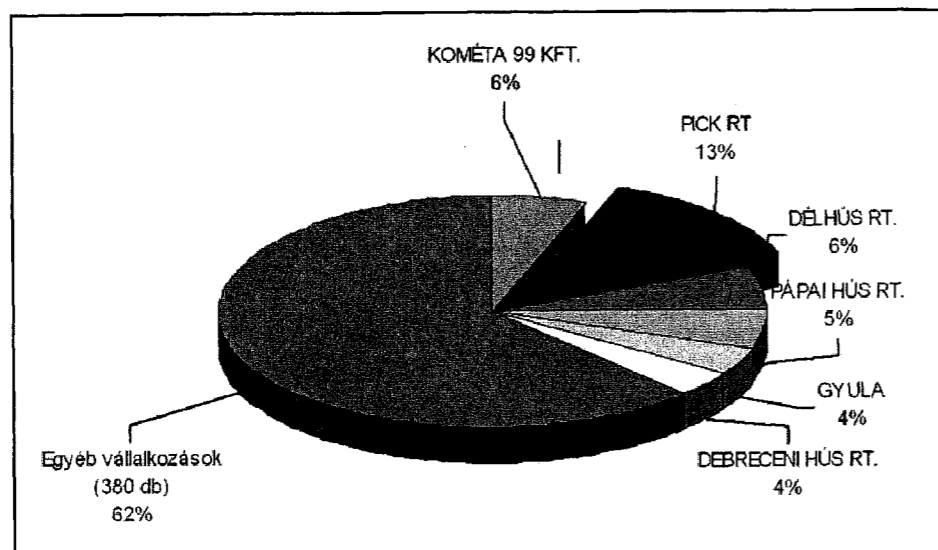
Versenyképes termelés nem működhet versenyképes feldolgozóipar nélkül, és ugyanez fordítva is igaz, miszerint versenyképes feldolgozás sem létezik versenyképes alapanyag-előállítás nélkül.

Az 5. ábra szemlélteti az ágazat összetételét. Látható, hogy a feldolgozóipar esetében sem beszélhetünk koncentrációról. Hasonló a probléma, mint a termelők esetében: túl sok szereplő van, és a legritkább esetben beszélhetünk méretgazdaságos termelésről.

A gyenge versenyképesség egyik oka a fekete- és szürkegazdaságban keresendő. A feldolgozóiparban csúcsosodik ki ennek a jelentősége, hiszen becslések szerint a vertikumban 30-40%-ra tehető a fekete-gazdaság aránya. Ez többnyire feketevágásokat és áfa nélküli értékesítést jelent. Az ágazat szereplői a makrogazdasági jellemzők miatt választják ezt az utat, hiszen a szomszéd országokhoz képest példátlanul magas hazánkban a közterhek aránya. A magas adózási terhek, hatósági díjak, a járulékfizetés, a tőke magas kamata, a bürokrácia mind-mind megnehezíti a termelést. Tény, hogy az ágazat szereplői úgy próbálják a versenyképességet javítani, hogy ezeket a terheket megpróbálják minimalizálni. Ami az ágazat egyik szereplőjének a versenyképesség javítását jelenti ilyen szabálytalanságok és visszaélések mellett, az a tisztességesen termelőknél egyre inkább mélyülő versenyhátrányt eredményez.

5. ábra

A hazai feldolgozóipar összetétele



Forrás: Hollósy, 2008

A dekoncentráció mellett meg kell említeni a vertikum specializációjának hiányát is. A vágás, darabolás és készítménygyártás Magyarországon nem válik szét. A termelés hatékonyságát egyértelműen befolyásolja a széttöredezettség. A vágóhidak esetében a működő széles profil helyett koncentrálni kellene a feladatok és nem utolsósorban a tőkét. Ha csak egy tevékenységre állnának be, akkor a tőkét arra az egy helyre lehetne összpontosítani. Megkönnyítené az információáramlást, gyorsabb reagálást biztosítana a piac változásaira. Könnyebben lehetne fejleszteni, és így redukálni lehetne a lemaradásukat a piacon.

A magyar fogyasztói társadalomra jellemző, hogy közömbös a termék származása iránt, és igényeik régióként is eltérőek. Ezeket fel kell mérni és úgy ütemezni a termelést, hogy az eladható árut termeljen. A feldolgozók ki vannak szolgáltatva a kereslet változásának. Számos esetben vágnak azért sertést, mert

a szállítási kötelezettséget teljesíteni kell egyes kereskedelmi láncok felé, de adott esetben az csak karajra, vagy combra vonatkozik. A többi testtájjal nem tudnak mit kezdeni, tárolni kell, és fagyaszta már nem értékesíthető a piac felé, csak készítményként. A testtáji arányok eltolódása egyre nagyobb jelentőséggel bír, mivel csökkentheti a jövedelmezőséget. Ez nem csak a hazai termelésben jelent gondot, hanem a külföldről érkező olcsóbb import esetében is ez a helyzet. Adott országokban kielégítik a piac által diktált keresletet magas profit mellett, és a kevésbé keresett – sokszor értéktelenebb – testrészeket alacsonyabb áron, akár haszon nélkül is exportálják azokba az országokba, ahol el lehet adni. A belső, hazai piacon már megszerzték a profitot az ott értékesített termékekből, az export csak a felesleg levezetése. Ez a felesleg jelenik meg olcsó áron hazánkban is, ezzel nehezítve a magyar termelők és a húsipar helyzetét.

A KERESKEDELEM ÉS FOGYASZTÁS HELYZETE

A kiskereskedelmet mindig feketebárányként emlegetik a tárgyalt témák között. A tisztánlátás érdekében el kell ismerni, hogy a kereskedelmi láncok is ki vannak téve a fogyasztó folyamatosan változó igényének. Ugyanazt a keresletet fogja a húsipar felé támasztani, amit a fogyasztó igényel a piacon. És mi is az? Alapvető igény, hogy biztosítva legyen a boltok polcain a friss, egyöntetű, mindig ugyanazt a minőséget nyújtó áru. Mindezt pedig folyamatos szállítás mellett, mert a vásárló nem szeret várni, visszamenni érte meg főleg nem, inkább megveszi máshol. Ha a folyamatos szállítás nem biztosított, vásárlót veszíthet a kereskedő. Ebből kiindulva reális elvárás a szállító felé, hogy mindig teljesíteni tudja a szállítási kötelezettségeit. Sok esetben ezt nem tudják biztosítani a magyar beszállítók, ezért szerződik a kereskedő a már ismert és jól bevált, sokszor külföldi szállítóval. Másik nagy gond a fizetési határidők hosszúsága és be nem tartása, ami folyamatos likviditási problémákhoz vezet a termelőnél és feldolgozónál egyaránt. Ezekre a problémákra is megoldás lehet a koncentráció a vertikumban.

A magyar fogyasztói társadalom különösen árérzékeny, nem lojális sem a termékek gyártóihoz, sem pedig a kereskedelmi láncokhoz. Többnyire ott vásárol, ahol számára a legkedvezőbb feltételeket találja. Vásárlásaikat az akciós újságok fellapozása előzi meg, és követik az akciós termékeket boltról boltra. Ez a fogyasztói magatartás indukálta azt a helyzetet, hogy a kiskereskedelmi láncok beszerzéseikben a lehető legalacsonyabb árakat keresik. Sok esetben olyan elvárásokat támasztanak a húsipar felé, ami csak a termékek minőségének súlyos romlásával tartható.

Ez a magatartás kelt vitát a kereskedelem, az élelmiszer-biztonság és a humánegészségügy között. Hogyan lehet megta-

lálni az egyensúlyt a kereskedelem rövid távú céljai – alacsony ár kialakítása, fogyasztó megtartása, profit elérése – és az élelmiszeripar hosszú távú tervei között? A szakma számos esetben kiemelte, hogy a magyar húsipar csak a minőségi termelésben lehet versenyképes és nem a mennyiségi előállításban. Ilyen trendek mellett nem lehet ezt kivitelezni. Ezen esetekben jelenthet megoldást az Élelmiszerkönyv és az Etikai kódex. Betartásukra és használatukra egyaránt nagyobb figyelmet kellene fordítani.

Ha a fogyasztás és a vásárlási szokások alakulását nézzük, akkor meg kell állapítani, hogy a közhangulat korántsem kedvez most a sertéshús fogyasztásának. Nő a természetes eredetű termékek népszerűsége, emellett fokozódik az egészséges táplálkozásra való törekvés. A főzési szokások is változnak, előtérbe kerül a kis időráfordítással elkészíthető „kényelmi” termékek értékesítése, a vásárlásra fordított idő mérséklődik, az egy helyen egy hétre való vásárlás nyer teret. A hazai realitás része, hogy a felnőtt korú lakosság negyede nem tud főzni, a megfelelő konyhatechnikai ismeretekkel bírók sem szeretnek sok időt tölteni a konyhában. A mai fogyasztók ezen jellemzői, és a médiából feléjük közvetített téves információ vezetett ahhoz a tényhez, hogy a baromfi-hús-fogyasztás jelentősen megemelkedett a sertéshús fogyasztásával szemben. A sertéshús fogyasztásáról legtöbb esetben a vásárlónak az egészségtelen, zsírban gazdag táplálkozás és az elhízás jut eszébe, míg a baromfi-hús fehérjében gazdag, egészséges és fogyókúrás táplálékká lépett elő. Az elmúlt években a baromfi-hús imázsát nagyon jól felépítették, és tudatos reklám- és marketingstratégiával elérték azt is, hogy ne csak a nőket vonzza, hanem a férfítársadalom körében is elfogadott, sőt kedvelt ételle váljon. Nagy segítséget jelentett ebben a reklám-campok megfelelő kiválasztása, úgy mint *Fekete László és Lagzi Lajcsi* (Sza-

kály, 2008). A sertéshús esetében is a *Magyar Minőségi Sertés Hús Márka* kialakítása lehetne az első lépés a fogyasztók visszahódításáért.

A vásárló nem hűségese a gyártóhoz, csak a jó ár és íz fontos. Ezért a piaci ár alatt mozgó új áru azonnal át tudja venni a többi hasonló terméktől a forgalmat. Mindez pedig lehetőséget biztosít a kereskedőnek a beszállítók cserélgetésére. Ezen fogyasztói igények hatására változott a kereskedelem igénye is. Csökken a félsertéssel foglalkozó kereskedők száma, ellenben növekszik a darabolt áruk vásárlási igénye.

A legtöbb kereskedő a friss húst kiemelten kezeli, mivel a napi vásárlókat kívánja becsalogatni (Aradi, 2008). Folyamatos akciókkal tartják fenn a vásárlók érdeklődését. Ezen akciók hosszabban hathatnak a piacra, mint amennyi ideig tartanak, így mesterségesen tartják alacsonyan az árakat és kényeztetik el a vásárlókat. A normál árhoz képest az akciós termék sokkal olcsóbb, a különbség meghaladhatja a 15%-ot. Így a fogyasztó hozzászokik a nyomott árakhoz és nem is hajlandó drágábban megvásárolni a terméket, inkább megvárja a következő akciót.

A kereskedők között is verseny folyik a fogyasztóért, a folyamatos harc és árverseny a minőség rovására megy. Mesterségesen tüntetik el azt a fogyasztói réteget, amelynek igénye lenne a magasabb minőségi paraméterekkel rendelkező termékek iránt. Ebben a kereskedők közti versenyben egyre nagyobb teret nyernek a sajátmárkás termékek. Jelentőségük a jövőben fokozódik, mivel egy alacsonyabb árkategóriájú termékről van szó, ezért az árérzékeny fogyasztók között nagy sikerre számíthatnak (Antal, 2008).

A megvizsgált sertéságazat összes szereplőjére jellemző az integráció hiánya és az egymástól való függés. Tudomásul kell venni, hogy versenyképességről csak ága-

zati szinten lehet beszélni, nem elég, ha csak egy vertikumban teszünk rendet.

Kölcsönös egymásra épülés van az egész ágazatban, ezért elengedhetetlen, hogy minden részét megvizsgáljuk és javítsunk hibáján. Ezen gondok feltérképezésére és megoldására szervezték a konferenciát az ágazat szereplői, ami mindenképpen hasznos és eredményes volt, mert a résztvevők megismertethették, megoszthatták egymással álláspontjaikat. Sok esetben találtak az érdekek egymással, de legalább annyiszor voltak különbségek is. Számos megoldás és ötlet született a válságból való kilábalásra, már csak arra van szükség, hogy a konferencián szakmai körökben megfogalmazásra került problémák és azok megoldásai a közigazgatás nyelvére fordítva, törvényben vagy egy stratégia kialakításában jelenjenek és valósuljanak meg.

JAVASLATOK

A sertéstartók termelői csoportjainak, integrációinak folyamatos erősítése szükséges, a támogatások felhasználásainak folyamatos ellenőrzései a célok megvalósításának tükrében történjenek. Szaknácádói hálózat kiépítése és működtetése csak felelősségbiztosítás mellett fogadható el (Lapis, 2008). A termelők szakmai képzésének támogatására szükség van, évenkénti továbbképzések szervezése indokolt, hogy lépést tartsanak a piaci és technológiai fejlődéssel. Szerződéses kapcsolatok kialakítása a vágó-darabolókkal, feldolgozókkal. *Magyar Minőségi Sertés Hús Márka* kialakítása fontos és hasznos lenne a fogyasztói társadalom informálásához és az azonosítás megkönnyítéséhez. Érdekeltté tenni a kereskedőket a hazai áruk kínálatában. Minden marketingeszközt – köztük az élelmiszer-biztonsági kérdéseket is – felhasználva növelni kell a belső fogyasztást, mely bázisának magyar termékeknek kell lennie (Sákán, 2008).

FORRÁSMUNKÁK JEGYZÉKE

- (1) Antal G. (2008): Mit tehet a VHT a sertéságazat versenyképességéért? Konferencia előadás, A sertéságazat versenyképességének javítása című konferencia, Debrecen – (2) Aradi I. (2008): A húsfeldolgozás és az élelmiszer-kereskedelem kapcsolatrendszere és kilátásai. Konferencia előadás, A sertéságazat versenyképességének javítása című konferencia, Debrecen – (3) Fekete B. (2008): A MÁSZ szerepe a versenyképes sertéságazatban. Konferencia előadás, A sertéságazat versenyképességének javítása című konferencia, Debrecen – (4) Gundel J. (2008): A funkcionális takarmányozás lehetőségei a sertéstartásban. Konferencia előadás, A sertéságazat versenyképességének javítása című konferencia, Debrecen – (5) Hollósy T. (2008): A húsfeldolgozás helyzete, igényei és kilátásai a KOMÉTA 99 Zrt tapasztalatai alapján. Konferencia előadás, A sertéságazat versenyképességének javítása című konferencia, Debrecen – (6) Lakner Z. (2008): A hatékonyság növelésének lehetőségei a sertéságazatban. Konferencia előadás, A sertéságazat versenyképességének javítása című konferencia, Debrecen – (7) Lapis M. (2008): Konferencia hozzászólás – (8) Marczin Zs. – Balogh P. (2008): A termelői csoportok szerepe a sertésvertikumban. Konferencia előadás, A sertéságazat versenyképességének javítása című konferencia, Debrecen – (9) Popp J. (2008): A sertéshús-feldolgozás versenyképessége Magyarországon. Konferencia előadás, A sertéságazat versenyképességének javítása című konferencia, Debrecen – (10) Udovecz G. (2008): A sertéságazat versenyképessége Magyarországon. Konferencia előadás, A sertéságazat versenyképességének javítása című konferencia, Debrecen