

Animal welfare, etológia és tartástechnológia



Animal welfare, ethology and housing systems

Volume 5

Issue 4

Különszám

Gödöllő
2009



A MAGYAR TEJVERTIKUM VERSENYKÉPESSÉGE

Papp Gergely

Agrárgazdasági Kutató Intézet, Agrárpolitikai Kutatások Osztálya

1093 Budapest Zsil u. 3-5

papp.gergely@aki.gov.hu

Összefoglalás

A magyar tejszektor komoly versenyképességi problémákkal küszködött az elmúlt években. A termelés folyamatosan csökkent, a tej- és tejtermék külkereskedelem egyenlege évről évre romlott, az önellátottság 100% alá süllyedt. A nemzeti kvóta (2,019 ezer tonna) kihasználtsága alig 85%, ezen belül a feldolgozó kvóta kihasználtsága nem éri el a 90%-ot.

Az elemzés új szemléletben tárja fel a termékpályát. A vásárló/fogyasztó, azaz a kereslet oldaláról közelítettünk és jutottunk el a mezőgazdasági termelésig. Az állandóan változó tulajdonosi kör, a csekély termelékenység és az alacsony koncentrációból fakadó gyenge érdekérvényesítő képesség is oka az tejágazat gyenge teljesítményének. Mindemellett a termelőknek és feldolgozóknak társadalmi, gazdasági, földrajzi versenyhátrányokkal is szembe kell nézniük. Általánosságban elmondható, hogy az exportra szánt termékek alacsony hozzáadott értékkel hagyják el hazánkat, ezzel szemben az import többsége feldolgozott vagy tovább-feldolgozott, magasabb értéket képviselő termékek formájában jelenik meg a hazai polcokon, ezzel jelentős versenyhelyzetet teremtve a hazai termékeknek így a hazai termelőknek, feldolgozóknak és beszállítóknak egyaránt.

Kulcsszavak: tej, export, import, kereskedelem, tejkvóta

Competitiveness of the Hungarian dairy chain

Abstract

In the past years the Hungarian milk sector has had serious problems. Following the EU accession, domestic milk production has also declined. The utilisation of the national milk quota hardly reaches 85%. The cattle stock in Hungary has almost continuously decreased in recent years: it totalled 701 thousand heads on 1 December 2008, 3% less than the five years ago. In comparison to the EU average, the cow stock per dairy farm in Hungary is high, production is more concentrated. In the cost structure, feed costs constitute the weakest point in the country. Though there are great differences among the dairy



farms, the majority of the raisers fall behind the competitors as regards the efficiency of feed utilisation and green fodder use. As from 2004, Hungary has become a net importer both in volume and in value of the foreign trade of milk and dairy products. The share of imported dairy products in final consumption is estimated at 30 to 35%. Despite the large number of processors, concentration in the dairy industry is relatively high. The utilisation of capacity has slightly improved during the last few years on average, but continues to be very low (just around 50%, according to estimates). In order to better utilise their capacities, processors should co-operate with each other; the lack of such co-operation is one of the factors weakening their competitiveness.

Keywords: milk, export, import, trade, milk quota

Bevezetés

Az elemzés célja, hogy bemutassa, miért rendült meg a magyar tejvertikum versenypozíciója az elmúlt években. A kutatás keretében felkerestük a termékpálya több fontos szereplőjét (mezőgazdasági termelők, élelmiszeripari feldolgozók, kiskereskedelmi láncok, inputellátók, szakmai érdekképviseltek) és szakmai eszmecserék, interjúk keretében igyekeztünk csokorba gyűjteni a problémákat, feltárni a gyakorlati összefüggéseket¹.

A tejvertikum helyzetének tárgyalása előtt le kell szögezni, hogy a legsúlyosabb gondok nem szektor-specifikusak, hanem részben a makro-környezetből erednek (pl. adó- és járulékkerhek, bürokrácia, földkérdés, állami szerepvállalás stb.) Ezeket részletesen tárgyalja *Popp et al.* (2008), bemutatásuk itt nem célunk. Cikkünk *Popp és Potori* (2009) tanulmányából merít.

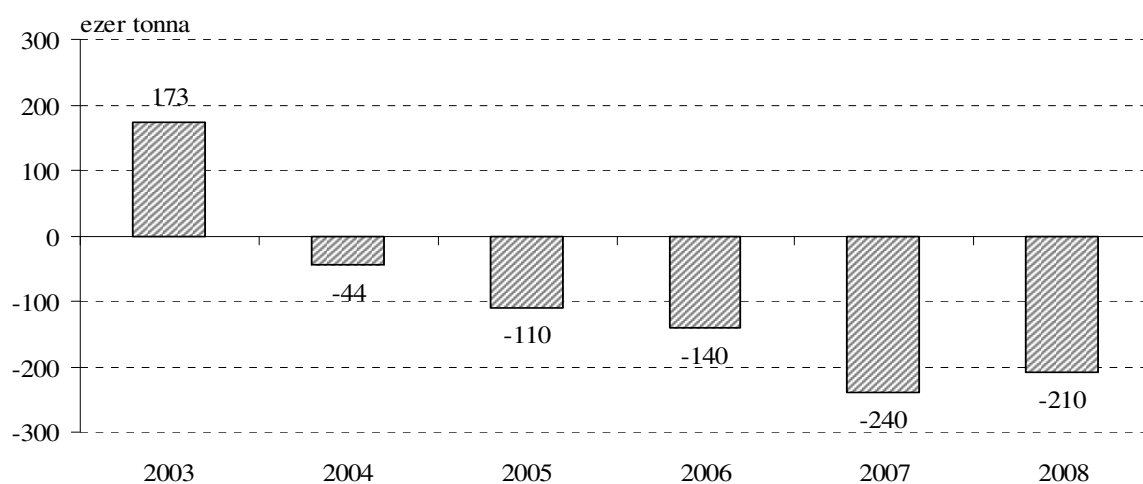
Magyarország tejiaca

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. 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.

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.

Jelenleg a Magyarországon megtermelt nyerstej 10-15%-a, a feldolgozásra kerülő tejnek 20-25%-a (tejegyenértékben kifejezve) kivitelre kerül, ennek ellenére a tej és tejtermékek külkereskedelmi egyenlege negatív, ugyanis a nagy hozzáadott-értékű termékek behozatala nőtt (1. ábra). Sajnos, az export jellemzően nem nagy hozzáadott-értékű termékekből áll (eltekintve az egy-egy multinacionális cégcsoport országok közötti munkamegosztásának köszönhető kiszállításoktól), hanem főleg nyers- és főlözött tejből. A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) adatai szerint az EU-csatlakozás óta a magyar tejexport folyamatosan nőtt, 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.

1. ábra: A tej és tejtermékek tejegyenértékben kifejezett nettó kereskedelmi egyenlege



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

Figure 1: Net commercial balance of the milk and milk products by milk equivalent

A nyerstejexport alakulása az egész vertikumra nézve meghatározó. Magyarországon ma a tej felvásárlási árát – a németországi árak közvetett hatása mellett – leginkább az határozza meg, hogy mennyiért lehet nyerstejet exportálni Olaszországba. A kivitel dinamikus növekedését mutatja, hogy bár 2000-ben még nem tartoztunk az olaszországi szállítók közé, 2008-ban Magyarország Olaszország harmadik legfontosabb nyerstej-beszerzési forrása lett. A tejtermékexport az EU-csatlakozást követően visszaesett, a harmadik országokba irányuló kivitel azonban változatlan maradt. A belföldinél általában csak alacsonyabb áron képesek exportálni a vállalatok. A veszteséges exportot sokszor azért tartják fenn, hogy levezessék a termelés és a belső fogyasztás egyenetlenségei révén keletkező időszakos felesleget. A feldolgozók időnként kis mennyiségben vásárolnak külföldről is nyerstejet. Az alapanyag-behozatal nagyobb része azonban félkész termék, tejszín, ömlesztett vaj, illetve néhány termék előállításához egyéb adalékanyagok. 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 tejszírhány van.

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-ei tejkvóta) alapján, termeléstől elválasztva kerül kifizetésre. A tejtermelők 2007-ben és 2008-ban történelmi bázisjogosultságokként, 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.

A tejkvóta fokozatos emelése Magyarországot közvetetten érinti, mivel annak következménye egyes tagállamokban (pl. Németország, Olaszország és Hollandia) több tej és tejtermék előállítására. A kvóta emelése befolyásolhatja a magyar nyerstejexportot, 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 koncentrálnak, még inkább teret nyernek a nagy, specializálódott üzemek, vagyis a termelési költségek csökkenni fognak uniós szinten. Hosszabb távon a tejtermelés a csapadékos, kiváló gyephez, vagyis a tömegtakarmányt olcsón előállító tagállamok felé tolódhat el.

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 tejejegyértékben kifejezve 177,4 liter volt 2006-ban (az EU-15 átlaga meghaladta a 253 litert). A fejlettebb tagállamokhoz képest a legnagyobb lemaradás a vaj- és a sajt fogyasztás esetében 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. Az elmúlt egy-két évben felgyorsulni látszik a sajt- és vajfogyasztás növekedése. Az egy főre vetített sajt fogyasztás (túróval együtt)



Magyarországon 10,6 kilogramm volt, 18%-kal több mint 2004-ben. (Az EU-25 egy főre vetített sajt fogyasztása 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 kg 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 pasztörözés 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 sajt fogyasztás, 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 sajt kultúra alacsony szintű, a sajtpiac még tartogat lehetőségeket.

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) import termékek 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.

Kereskedelem

A tejtermékek árának változása más tagállamokban a közvetlen kereskedelmi kapcsolatok révén erős hatást gyakorol a tejtermékek magyarországi piacára. A kiskereskedelmi láncok a más tagállamokból történő beszállításokkal alkalmazkodásra kényszerítik a magyarországi tejpárt. 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 belföldi piacon értékesítik a kiskereskedelmi láncoknak, a maradék exportra kerül. A külföldről származó tej- és tejtermékek aránya a fogyasztásban elérheti a 30%-ot (sajtok esetében az 40%-ot is).

Erős a verseny a tejtermék piacon, egymás alá licitálnak a feldolgozók, 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).

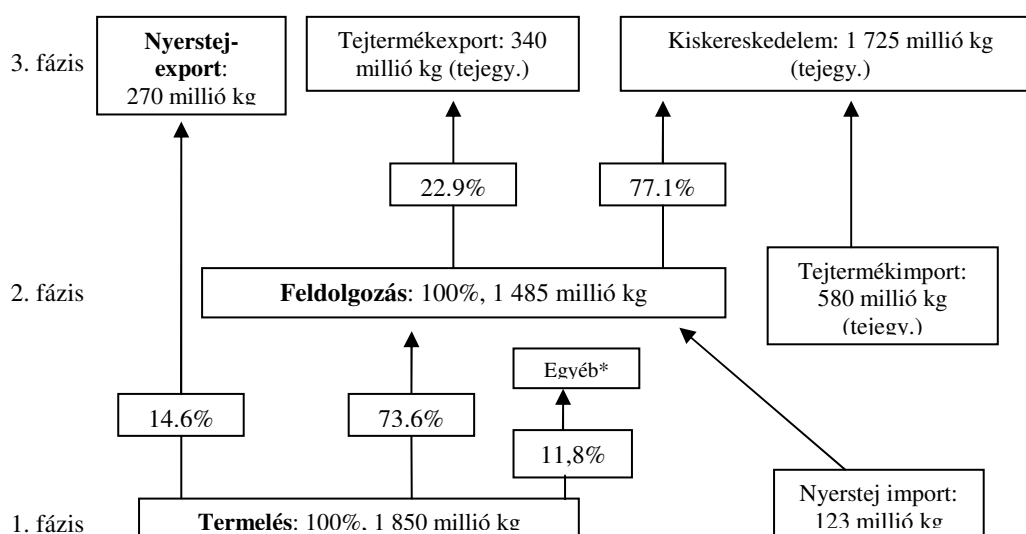
A kereskedelem saját márkás termékei komoly kihívást jelentenek a feldolgozóknak. Ezek általában a legolcsóbb és nagy volumenben forgalmazott (részben importált) termékek. Gyártásukért erős a verseny, de a gyártók ezek előállításával javíthatják kapacitásaik kihasználását. Tendencia, hogy a kereskedelmi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

Feldolgozás

Magyarországon a tejfeldolgozás az élelmiszeripari termelés 12%-át adta 2007-ben. Az Adó- és Pénzügyi Ellenőrzési Hivatal adatai szerint 2004 óta összesen mintegy 50 tejfeldolgozóval 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. 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 (2. ábra). A tej és tejtermékek behozatala tejegyenértékre számítva elérte a 703 millió kilogrammot, és meghaladta a 610 millió kilogramm körüli exportot.

2. ábra: A tejtermékpálya fázisai és értékesítési csatornái (2007)



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

* Közvetlen értékesítés és egyéb nem nyomom követhető tejforgalom.

Figure 2: Phases and sales chains of the milk product line (2007)



A tejfeldolgozók közül a kisebbek is több tucatot, a nagyobbak akár 200 termelőtől vásárolnak feltejet. A feldolgozók alkupozíciója viszonylag erős, hiszen nagyszámú, szervezetlen, viszonylag kiszolgáltatott termelővel állnak kapcsolatban. A kisebb cégekről általánosan 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 alapra 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 árat fogadják el a leggyakrabban, a felvásárlás elsősorban ez alapján folyik. Az árképzéssel kapcsolatban azonban több kritikai megállapítás tehető. Pl. 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. megnövelt 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.) Ugyanakkor fontos kiemelni, hogy a növekvő tejtöbblet miatt a feldolgozók egyre nagyobb volumenű, az összes beszállított tej 10-30%-át a spot piacról szerzik be.

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 működtetésre törekednek, addig Magyarországon az egy (esetleg hosszabbított) műszak jellemző. Sőt, néhol még a heti munkanapok számát is csökkenteni kellett, ami mindenképpen versenyhátrány. Ritka kivétel az a tejfeldolgozó üzem Magyarországon, amelynek kapacitásait éjjel-nappal kihasználják. A nemzetközi vállalatokra a többi leányvállalattal való szorosabb 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 bér munkában 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.

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 helyzete egyre nehezebb, fokozatosan kiszorulnak a piacról. A multinacionális áruházláncok polcaira a csekély volumen miatt nehezen jutnak el. Ezért számukra a speciális termékek gyártása (pl. laktózmentes vagy biotermékek) kínálhat lehetőséget a túlélésre.

Termelés

A magyarországi szarvasmarha-állomány az utóbbi években szinte folyamatosan fogyott: 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. Magyarország tejtermelése az EU-csatlakozás utáni években folyamatosan csökkent, 2007-ben már csak 1,85 millió tonnát tett ki. A tej felvásárlása 2008-ban tovább mérséklődött, és bár a nyerstej-export emelkedett, a kibocsátás további visszaesésének vagyunk tanúi 2009-ben is. A magyarországi tejtermelés középtávú alakulása nagymértékben függ attól, hogy a kvóta fokozatos emelésének, majd megszüntetésének milyen hatása lesz a nyerstej-exportra.

A 2007. évi Gazdaság Szerkezeti Összeírás 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.*, amely 2007-ben 400 millió liter éves kvótájával az összes tejfelvásárlás 31%-át adta, a feldolgozott tej arányában tejegyenértékben kifejezve pedig 20%-os piaci részesedéssel bírt. Az üzemi struktúrát vizsgálva megállapítható, hogy a magyarországi gazdaságok tejelő-tehénállománya más tagállamokéhoz viszonyítva koncentrált. Míg például Németországban és Dániában a 30-99 közötti egyedszámmal rendelkező üzemek képviselik a többséget, addig a Magyarországon a tejelő-tehénállomány 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 tejtermelés költségének nemzetközi összehasonlítása jól mutatja, hogy Magyarországon a fehértjére és zsírra vonatkoztatva relatíve drágán termelnek tejet. A termelés költségszerkezetében a leggyengébb pont a takarmányköltség. Bár e költségelem az üzemek között nagy szóródást mutat, a termelők többsége a takarmányhasznosítás, zöldtakarmány-felhasználás terén elmarad a versenytársaktól. További probléma, hogy a viszonylag olcsó cukorrépa-feldolgozó és konzervgyári melléktermékekből egyre kisebb a kínálat, ami ugyancsak emeli a takarmányozás költségeit. A munkabéreköltség viszonylag magas szintje arra utal, hogy a szervezettség, munkatermelékenység terén a magyar tejtermelők versenyhátrányban vannak. A tejtermelés költségeiben meghatározóak 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.

A költségek csökkentésében a nyugati országokban fontos szerepet játszanak a termelői együttműködések. Az inputköltségek letörésére azonban a magyar gazdálkodók még kevésbé 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 iránt érdeklődés azonban elhanyagolható mértékű, 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 serkentik modernizációra. A gazdálkodók egy részének a tejtermelés mellett a diverzifikáció, a kiegészítő tevékenységek (pl. közvetlen értékesítés vagy tejbolt üzemeltetése, házi sajt készítés, 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.

Irodalomjegyzék

Európai Bizottság (2009a): Prospects for agricultural markets and income 2008-2015. Brussels: European Commission.

Európai Bizottság (2009b): Prospects EU interim forecasts for 2009-2010: sharp downturn in growth. Interim Forecast January 2009. Brussels: European Commission, DG Economic and Financial Affairs.

Ózsvári L. (2007): 'Drága a tehén, ha sánta!', Magyar Mezőgazdaság, vol. 62, no. 29, pp. 38-39.

Popp J. and Potori N. (eds.) (2009): A főbb állattenyésztési ágazatok helyzete. Agrárgazdasági tanulmányok 2009/3. szám. Budapest: Agrárgazdasági Kutató Intézet.



Popp J., Potori N., Udovecz G. and Csikai M. (eds.) (2008): A versenyelőnyek javításának lehetőségei a magyar élelmiszergazdaságban – Alapanyag-termelő vagy nagyobb hozzáadott-értékű termékeket előállító ország leszünk? Budapest: Magyar Agrárkamara és Szaktudás Kiadó Ház.

Varga T., Tunyoginé Nechay V., Mizik T. (2007): A mezőgazdasági árképzés elméleti alapjai és hazai gyakorlata. Agrárgazdasági Kutató Intézet. Agrárgazdasági Tanulmányok. 2007/2