

A JUHTEJ-TERMELÉS HELYZETE ÉS LEHETŐSÉGEI MAGYARORSZÁGON

Csanádi József

Főiskolai adjunktus, SZTE Szegedi Élelmiszeripari Főiskolai Kar

ÖSSZEFOGLALÓ

A rendszerváltás óta a juhágazat jövedelme folyamatosan csökkent. A gyapjú árbevétele gyakorlatilag nulla, a hús (élőállat és vágott bárány stb.) árbevétele kb. 65 %-át, míg a tej árbevétele az összes bevétel kb. 30-35 %-át teszi ki. A juhtejtermelésével tehát célszerű foglalkozni, a juhászatok zöme ugyanakkor döntően a szaporulat eladásából szeretne megélni. A következő kérdésekre kerestem választ: A juhtej termelés nagyarányú elterjedésének mi a gátja? Hogyan lehet még növelni a juhtejből származó bevételeket? Végre lehet-e hajtani a tejtermelésre történő átállást belátható időn belül, a juhászatok eredményessége érdekében? Egyáltalán szükség van-e a tejtermelés növelésére, van-e bel- és külföldi fogyasztói igény a magyar juhtejtermékek iránt, az uniós csatlakozást is figyelembe véve?

ABSTRACT

The income of sheep sector had permanently decreased from the political transformation in Hungary. The income of wool is negligible practically, the income of meat (livestock and slaughtered lamb, etc.) represents 65%, and the income of milk represents 30-35% of the total income. Therefore I think fit to deal with the sheep milk production in spite of the shepherds want to live on the sale of lambs. I search response the following answers. What is the impediment of the spreading of sheep milk production? How can be increasing the income of from sheep milk? Is it possible to ending the switch over to milk production on behalf on the efficiency of shepherds in short time? Is the increasing of milk production needed? Is there domestic and foreign demand on the Hungarian sheep milk products considering joining the EU?

BEVEZETÉS

Hazánkban a juhtartásnak és ezen belül a juhtej-termelésnek jelentős hagyományai vannak. A gazdaságosság azonban mind a hús, mind a tej esetében erősen függött (függ) az export-lehetőségektől. Az 1980-as de különösen a '90-es évektől kezdve az infláció, a növekvő feldolgozási költségek, energiaárak, a késztermékek kényszerűen magas ára miatt a hazai piac jelentősen beszűkült. Ugyanakkor az exporttámogatások megszűnéséből eredő gazdaságtalan export, a fokozódó tejtermékimport ma már a magyar juhtejgazdaságot alapjaiban veszélyezteti. Napjainkban különösen sajnálatos a kialakult helyzet, hiszen ezek az évek fogják meghatározni a magyar juhágazat lehetőségeit az EU csatlakozás után. Nem segített a néhány éve nagy nehézségek árán kiharcolt juhtej felvásárlási ártámogatás sem, hiszen a gazdaságos juhtenyésztés biztosításához átfogó, nagy volumenű programra van szükség. Átfogó reform végrehajtása, finanszírozása csak úgy várható el, ha a juhtejből készült termékek fogyasztói igényét pontosan ismerjük, megvizsgáljuk a juhászatok bevételi forrásait, és alternatívát biztosítunk a tejtermelés lehetséges fejlesztésére, pl. bebizonyítjuk a tejelő fajták létjogosultságát.

ANYAGOK ÉS MÓDSZEREK

Juhtejtermékek fogyasztási szokásainak vizsgálata.

A juhtejtermékek fogyasztását vizsgáló kutatási módszer a bevásárló-helyi megszólításos kikérdezést volt. Kutatási tervként a magyarázó kutatást választottam, hiszen a piaci állapot okait vagy gyökereit kellett megtalálni. Az adatok gyűjtéséhez a véletlen mintavételt alkalmaztam, önkítöltő kérdőívek felhasználása mellett.

Tejtermelési, beltartalmi, és higiéniai vizsgálatok

Az elegytejekkel kapcsolatos beltartalmi értékeket MilcoScan 134 A/B típusú berendezéssel állapítottuk meg. A tej szomatikus sejszámának megállapítása Fossomatic 90 műszerrel történt. A vizsgálatokat az MTKI pécsi laboratóriumában végeztük.

Tartási körülmények

A vizsgálatba bevont „zombori” cigája állomány egy makó-rákos-i juhászatából származott. Az állomány tartása, takarmányozása döntően legelésre alapozott, extenzív volt. A bárányok zavartalan fejlődése miatt a laktáció 30. napja után kezdtük a mintavételezést, reggeli és esti fejéssel. A bárányok ezután a reggeli mintavétel előtt el voltak választva, a nap további részében együtt voltak az anyákkal. A fejés kézzel történt, a tőgy langyos vizes lemosása és az első tejsugarak külön fejése mellett. A minták a fejést követő 3 órán belül vizsgálatra kerültek.

EREDMÉNYEK

A juhtejtermékek fogyasztási szokásainak jellemzése

A feldolgozott mintaszám 538. A juhtejből készült terméket fogyasztók illetve nem fogyasztók aránya között nincs szignifikáns eltérés. A fogyasztók 49,07%-ka, minden második magyar ember szívesen fogyaszt juhtejterméket, ez jelzi a juh tejtermékek kedvező megítélését. Reális cél lenne, hogy 10 emberből legalább 7-8 fogyasszon valamilyen rendszerességgel juh tejterméket.

A fogyasztók döntő többsége, 67,5%-ka a juhtejtermékek különleges ízét, aromáját értékeli a legtovábbra. Az tény, hogy a juhtejtermékek energia tartalma magasabb, mint más tejtermékeké, de nem biztos, hogy a fogyasztóknak ezekből a termékekből kellene fedezni a napi energia szükségletüket. A juhtejből készült termékeket előnyös táplálkozás-élettani hatás miatt fogyasztók aránya 11,4%. Ezen válaszadók bizonyára ismerik a juhtej, tehéntejnél kedvezőbb összetételét. 8,2%-nyian megszokásból fogyasztják a juhtej-termékeket. A válaszadók e csoportjába tartozók 83%-ka a 46 évesnél idősebb korosztályhoz tartozik. Ez is alátámasztja, hogy a szokások, a hagyományok jelentősen befolyásolhatják az élelmiszerek fogyasztását.

A nem fogyasztók döntően két okot jelöltek meg A terméket nem szeretők aránya 40,3%, tehát a megkérdezettek 20,4 %-a valószínűleg nem is fog fogyasztani juhtejterméket. A juhtejtermékeket nem ismerők csoportja (38,1%), az összes válaszadó 16,4%-ka, akik tehát potenciális fogyasztók. A fejlesztés további logikus lépése az import visszaszorítása a hazai termék javára. Itt meg lehet jegyezni, hogy az egész magyar juhtej feldolgozó ipar résztvevői elhanyagolják vagy csak minimálisan használják ki a marketing adta lehetőségeket hazai piacuk növelése érdekében noha ennek nagysága megegyezik az exportpiac nagyságrendjével.

Az élelmiszerek fogyasztását napjainkban is erősen befolyásolják a jövedelmi viszonyok, ami tehéntejből készült termékeknél drágább juh tejtermékekre fokozottan igaz lehet. A 30-50000 Ft/hónap/család jövedelemmel rendelkezők 56%-ka számára nem megfizethetők ezek a termékek. A felmérésben résztvevőknél a család átlagos létszáma 3,7 fő, így az előbbi kategóriába tartozóknál, az egy főre eső jövedelem havonta 8100-13500 Ft között van. Ebből a jövedelemből valóban nehéz lenne kigazdálkodni, a magas árszínvonalú juhtejtermékeket. A havi 40500 Ft fölötti egy főre eső nettó jövedelmű csoport fogyasztását a termék ára nem befolyásolja, tehát itt lehet meghúzni azt a jövedelemhatárt, ami már biztosan nem befolyásolja a fogyasztást, azzal a kitételrel, hogy a jövedelemre adott válaszokat mindig „speciálisan” kell megítélni. Az alacsony jövedelmű hetente fogyasztóknál a többség (29,52%) szívesen fogyasztana juhtejterméket gyakrabban, ha lenne rá lehetősége. Ugyanebben a jövedelmi csoportban lévők „ritkábban mint havonta” fogyasztói részének fele nem tudott állást foglalni abban, hogy fogyasztana-e szívesen juhtejterméket, ami részben érthető, hiszen a fogyasztások közötti túl hosszú idő elfeledtetí a termékről alkotott véleményt.

A fogyasztás gyakoriságának vizsgálatánál, amint az várható volt, a naponta fogyasztók aránya elhanyagolható. Jó közelítéssel a hetente, a havonta és a ritkábban fogyasztók aránya egyforma. A hetente (27,1%), és a havonta (34,6%) fogyasztók (összesen 61,7%) arányát, számát kellene növelni, mert ezek a fogyasztók szerepelnek döntően a piac keresleti oldalán.

A lakóhely fogyasztásra gyakorolt befolyását vizsgálva azt tapasztaltam, hogy a legjelentősebb eltérés a havi gyakorisággal fogyasztók között van. A falun élők 39,7%-a, míg a városban élők 31,4%-a tartozik ebbe a kategóriába. A másik három gyakorisági csoportba tartozóknál a városban élők szerepelnek nagyobb arányban, habár a különbség csekély.

A juhtejtermékek minőségét, érzékszervi tulajdonságait is fontos jellemezni ill. ismerni ahhoz, hogy pontos képet kapjunk a fogyasztásról, nem fogyasztásról és annak okairól. A juhtej íze és szaga teltebb, aromásabb, színe sárgább, élvezeti értéke nagyobb, mint a tehéntejé, ebből következik, hogy a késztermékek is aromásabbak és élvezeti értékük jobb, mint az átlagos tehéntejből készült tejterméké. A válaszadók legnagyobb része (47,1%) szerint a termékek érzékszervileg a megszokottól eltérőek, érdekesek. A 43,9%-ban azt a választ jelölték meg, hogy ezen termékeknek a tulajdonságai jellegzetesek, kellemesek és különlegesek. Ez a két eredmény nem meglepő, mivel az emberek olyan ételeket szoktak elfogyasztani amelyek számukra valamilyen pozitív élvezeti értéket jelentenek. Növekedő tendencia látható a 14-18 éves korosztálytól haladva a 46-55 éves korosztályig, azaz egyre többen fogyasztanak juhtejtermékeket. Ennek az is lehet oka, hogy a mai középkorúak fiatal korára esett a „juhtejsúcs” (1970-ben 22,9 millió liter juhtejet vásároltak fel) így jobban hozzászokhattak a juhtejtermékekhez. Előbb egyenletesen növekszik az életkor előrehaladtával a fogyasztók aránya (39%, 46%, 49%, 63%, 76%), majd az 56-65 éves korosztálytól csökkenő tendenciát figyelhetünk meg, ám még itt többségben vannak (60%) a fogyasztók. A csökkenés legvalószínűbb oka, hogy az emberek itt érik el a nyugdíj korhatárt, így csökken jövedelmük, ami befolyásolja az élelmiszerfogyasztás szerkezetét is.

A juhtej-termékeket ismerők aránya minden korosztályban legalább a 75%-ot eléri. Ez a magas arány, különösen a fiatalabb korcsoportoknál, az előzetes várakozáshoz képest meglepő. Kiemelkedő, 100%-os ismertséget tapasztaltunk az 56-65 éveseknél, ezért szomorú, hogy ebben a körben már jelentősen csökken a fogyasztók aránya.

A juhászat árbevételei

A „szokványos” juhászatok bevétele napjainkban a húsból (élőállat) és a tejből származik. A magyar juhhús (bárány) döntően exportra kerül, ám a húsexportra jellemző a piacnak való kiszolgáltatottság, a nyomott árak A jövedelmező export lehetőségét tovább rontja, hogy a magyar fésűsmerinó húsának minősége lényegesen elmarad az EU piacon forgalmazásra kerülő egyéb fajtákétól (JÁVOR, A., KUKOVICS, S., NÁBRÁDI, A.1999, KUKOVICS. S, JÁVOR A. 2001,.

A juhászat árbevételének megoszlása

Év	Hús %	Tej %	Gyapjú %	Selejt anya %	Egyéb %
1993	56,15	30,78	7,1	0,27	5,7
1994	54,68	30,98	4,01	4,9	5,43
1995	51,72	32,63	3,02	7,07	5,56
1996	53,49	29,55	4,04	6,38	6,54
1997	47,97	33,84	4,22	7,43	6,54
1998	55,8	26,01	2,76	8,89	6,54
átlag	53,30	30,63	4,19	5,82	6,05

A tapasztalatok azt mutatják, hogy a tejtermelés növelésével, a növekvő költségek ellenére, növelhető a tejből származó árbevétel. Annál inkább is célszerű a tejtermelés növelése, mert a magyar juh tejtermékeknek jelentős és általában biztos külföldi piacuk van, ezért a megtermelt termékek döntő részét külföldön értékesítjük. E mellett a belföldi piacon megjelenő termékekre is jelentős igény mutatkozik, hiszen juhtejtermékekből jelentős, az exporthoz hasonló nagyságrendű importot bonyolítunk le, valamint a juhtejtermékek hazai fogyasztói megítélése igen kedvező. (Csanádi 2001) Mivel az anyánkénti évi két bárány elérése során jelentős tejet lehet kifejni a tejelő fajták esetén, így a juhászat árbevétele elvileg elérheti, sőt meghaladhatja a húsból származó bevételt (KUKOVICS, S., NAGY, Z. 1999). Ehhez azonban tejelő fajták illetve tejelő keresztezések szükségesek. A tejből származó bevétel aránya kb. jelenleg 30-35 %-ra tervezhető a fejéssel komolyabban foglalkozó juhászatok esetében.

Tejelő és hármashasznosítású fajta tejtermelési mutatói

A tejtermelés növelését tejelő fajtákkal kell elérni, mert ezek genetikai képességei azt lehetővé teszik, szemben a hús, vagy gyapjú hasznosítású fajtákkal. Az őshonos cigája fajtán mutatom be a tejtermelésben elérhető különbségeket.

A legtöbb tejet kb. 1 hónapig, április második felétől május végéig adják az anyák. Ez az időszak a laktáció 45-60. napja közé tehető. Ebben az időszakban a legkevesebb napi tejmenyiség 0,6 liter, míg a legtöbb 1,5 liter volt. A kisebb értékekben az eltérő genetikai képességek és a fiatalabb kor is szerepet játszhattak, ill. játszottak.

1. táblázat Cigája tejének átlagos fehérje- és zsírtartalma, a laktációs fehérje és zsírtartalom

Genotípus	Fehérjetartalom %	Zsírtartalom %	Tejtermelés lit/laktáció
Merinó	6,59	7,11	49,51
Cigája	5,54	6,87	98,22

	Fehérjetermelés kg	Zsírtartalom kg
Merinó	3,26	3,52

Cigája	5,44	6,74
	Cigája a Merinónál „x” többet termel	
	1,6	1,9

Cigája extenzív tartása esetén, 170 napos laktációban mintegy 88 liter anyánkénti tejtermelést lehet becsülni, ami napi 0,51 liternek felel meg. Ez a ma egyeduralkodó magyar fésüsmerinó termelését, képességeit jelentősen meghaladja és a bárányok korai elválasztásával, valamint intenzív tartás mellett még lényegesen növelhető. A tejtermelés növelése persze más fajtákkal is elérhető. Hazánkban erre különösen alkalmasnak mutatkoznak a keletfríz, pleveni, brit tejlő fajták is.

KÖVETKEZTETÉSEK

A magyar juh és juhtermék kereskedelem évtizedek óta hagyományos termékeit, az élőbárányt és a tejtermékeket értékesíti külföldön. Sajnos a feltételek gyakran változnak, ezért a nehezen kiszámítható körülmények közepette a bevételek gyakran elmaradnak a várakozástól (lásd konkurens országok). Elég nehéz versenyezni pl. az EU-s támogatásokat élvező juhászatokkal. Mégis, a magyar tejtermékek piaca viszonylag stabil, és a belföldi kereslet is jelentősnek mondható. A vizsgálatok eredményei azt mutatják, hogy a tejtermelés növelése jövedelmezővé teheti a juhászokat. A tejtermelés mennyiségi fejleszté két módon oldható meg: a fejt anyajuhok számának növelésével, ill. nagyobb egyedenkénti tejtermeléssel. Ehhez célszerű a genetikailag megfelelő fajták nagyarányú termelésbe vonása keresztezések útján. Ezt ideális esetben úgy kell megoldani, hogy a megfelelő (évenkénti 1-2 bárány) szaporulat és a hús jobb minősége is elérhető legyen. Mérvadó források szerint a hústermelésből származó jövedelem 80 %-ban fedezhetné az anyajuhok tartás költségeit és a juhászatok igazi jövedelmét, nyereségét, a tejből származó bevétel adhatja. A termelés költségei évi 15-20.000 Ft/anya összegre becsülhetők, míg a tejből származó bevétel 88 liter éves tejhozam mellett kb. 12.000 Ft (140 Ft/liter) tenne ki önmagában. Az ideális eredmény eléréséhez egyszerre van szükség a fajta-átalakító keresztezésre, az állományok koncentrációjára (kisebb fajlagos költségek), megfelelő fejési, tejkezelési színvonal kialakítására és erősödő marketing munkára a magyar juhtejtermékek szélesebb körű külföldi és hazai megismertetése céljából.

FELHASZNÁLT IRODALOM

1. Jávor, A., Kukovics, S., Nábrádi, A.(1999): A juhászat gazdasági helyzete és minőségi fejlesztése. Magyar Juhászat + Kecsketenyésztés, 8. évf. (4). p. 10-11.
2. Kukovics S. Nagy Z. (1999): A juhtej nem mint melléktermék. Magyar Juhászat + Kecsketenyésztés, 8.évf. (7.) p. 4-7.
3. Kukovics. S, Jávor A. (2001): A juhágazat és a gazdaságosság. Magyar Juhászat + Kecsketenyésztés, 10.évf. 2001/4. p. 3-4.
4. Csanádi J., Ménesi T., Marton E. (2001): A juhtej összetételének és minőségének vizsgálata a magyar Dél-alföldi régióban. Tejgazdaság Vol.:1/2001 p.21-27