



A magyar szürke szarvasmarha tartásának ökonómiai és környezet-gazdálkodási elemzése

Kárpáti B.I., Sarudi Cs., Csorbai A., Marton I.

Kaposvári Egyetem, Állattudományi Kar, Ökonómiai és Szervezési Intézet
Agrárgazdaságtani és Marketing Tanszék, Kaposvár, 7400 Guba Sándor u. 40.

ÖSSZEFOGLALÁS

Jelenleg a magyar szürke szarvasmarha hazai tehénállománya 4500-4800 körül van, melynek több mint felét különböző természetvédelmi szervezetek, hatóságok tenyésztik. Kutatásunk során termelői oldalról felmértük a piaci helyzetet, meghatároztuk a szóba jöhető értékesítési csatornákat és integrációs lehetőségeket, horizontális, illetve vertikális szinten. A fajta piaca jelenleg nem stabil, a szakágazat keresi az értékesítési lehetőségeket. Ábrázoltuk a lehetséges integrációs irányokat, csomópontokat, az állományadatokat és az infrastrukturális színvonalat, illetve a földrajzi elhelyezkedést figyelembe véve a várható EU régióat. A felmérés eredményét SWOT analízisben összesítettük. Vizsgáltuk továbbá a jelenlegi pályázati trendeket és egyéb anyagi forrás lehetőségeket, a tiszta vérű, valamint a keresztezett állományok gazdasági előnyeit, hátrányait. Következtetéseket vontunk le az EU csatlakozás utáni húsmarha állományok várható alakulásáról és azok piaci helyzetéről. Szükséges lenne a magyar szürke szarvasmarha tartását az ökológiailag érzékeny területeken tudatosan gazdaságosabbá tenni. A speciális magyar termékekre nagyobb figyelmet kellene fordítani. Ha mi nem vállalkozunk ennek a hungarikumnak a jelenleginél sokkal szélesebb körű elterjesztését, a külföldi nagytőke előbb vagy utóbb megteszi az ebben rejlő profitlehetőségek miatt.

(Kulcsszavak: magyar szürke szarvasmarha, extenzív hasznosítás, ökonómia, piac, integráció)

ABSTRACT

The economic and environmenteconomic analysis of the Hungarian Grey cattle

B.I. Kárpáti, Cs. Sarudi, A. Csorbai, I. Marton

University of Kaposvár, Faculty of Animal Science, Institute of Economics and Finance
Department of Regional Economics and Finance, Kaposvár, H-7400 Guba Sándor u. 40.

The present livestock of the Hungarian Grey cattle of the country is approximately between 4500 and 4800, 50 percent of which is under the authority of nature conservation. Nature conservation does not view the Hungarian Grey cow primarily as a product aiming at profit production, but rather finds its interest in the cow's habitat conserving and regenerating role, therefore its primarily goal is the increase of the number of the live-stock and not marketing. In the research we assessed the current state of the market from the breeder's point of view and defined the possible marketing channels and the integration possibilities at both the horizontal and vertical level. We summarised the breed's present marketing state in a SWOT analysis. We presented the possible integrational directions and conjunctions in respect to the data of livestock,

present infrastructural level as well as geographic locations, according to the possible EU distributions of regions. Due to the above mentioned reasons it would be necessary to give back the high importance of the Hungarian Grey cow. Special Hungarian products should gain greather attention. If it is not Hungary who takes advantage of this special hungarikum „product”, foreign big capital will sooner or later. Hungarian agriculture cannot afford this.

(Keywords: Hungarian Grey cattle, extensive breeding, economics, market, integration)

BEVEZETÉS

A természetben 10-15 év nagyon rövid idő, mégis hazánkban környezetvédelmi és természetvédelmi szempontból sok minden történt ebben az időszakban. A meglévőn kívül létrejött még hat nemzeti park, így sok az olyan terület – nagy hányaduk gyepterületek, melyeken már most is magyar szürke gulyák legelnek – amely igényli a természetvédelmi kezelést. Ezek a megfelelő igazgatóságokhoz kerültek. Sarród mellett több olyan terület van, melyben akkor, amikor az első állatokat meghozták, még szántóföldi növénytermesztés folyt vagy ezüsthéja, beerdősülni kezdő, elhanyagolt gyomos legelők voltak (Dér, 2001). Tíz év alatt a rendszeres legeltetés jótékony hatásának köszönhetően, újra megjelentek a védett és fokozottan védett növények, állatok. A legelőken, kaszálókon ismét megtalálhatók az olyan növényfajok, amelyeket ott kipusztultnak vélték a szakemberek. Ilyen például a pókbangó (*Ophrys sphecodes* L.), a füles kozsbor (*Orchis mascula*), a bíboros kozsbor (*Orchis naria*) vagy a különböző árvalányhaj félék (*Stipa* spp.). Ezek a növények természetes alkotói a különböző pusztafüves legelőknek és a szíki élőhelyeknek, illetve egyéb növénytakaságoknak (Bíró, 1928). A védett növények mellett a legelőkre visszajöttek a védett állatok is. Megjelent rövid idő alatt a székcicsér (*Glareola pratincola*), a széki lile (*Charadrius alexandrinus*) és a daru (*Grus grus*). Feltűnt az ürge (*Citellus citellus*), majd ragadozója a parlagi sas (*Aquila heliaca*) és vetélytársa a kerecsensólyom (*Falco cherrug*) is.

Jelenleg a magyar szürke szarvasmarha hazai tehénállománya 4500-4800 körüli, melynek több mint fele különböző természetvédelmi szervezetek, nemzeti parkok kezelésében található. Itt elsősorban „nem profit előállító terméknek tekintik” hanem élőhely fenntartó és regeneráló szerepe a fontos. Így az elsődleges cél a létszámnövelés és nem az értékesítés. Ezért éves szinten 20-30%-os állománynövekedéssel számolhatunk.

A kutatás során egyrészt a hazai szürke marha tartásának helyzetelemzését végeztük el, másrészt az alábbi kérdésekre kerestünk választ:

- van-e reális lehetőség a jelenlegi körülmények között a fajta gazdaságos tartására, ha igen, akkor milyen rendszerben?
- a természetvédelmi kezelést hogyan lehet összekapcsolni a gazdaságossággal?

Ez az állatfajta már nem csak az állattenyésztési kultúrának a része és a nemzeti parkok egyik turisztikai nevezetessége, látványossága, hanem – az állománymutatók alapján –, gazdasági jelentősége van sőt még nagyobb is lehetne, megfelelően szervezett és irányított integrációban.

Ezt a pozíciót azonban a természetvédelmi lehetőségeket és érdekeket szem előtt tartva kell elérni. Az agrárium kapcsolata a környezettel nem új keletű, viszont a természetvédelem és a mezőgazdasági termelés összekapcsolása egyre nagyobb jelentőséget kell, hogy kapjon, a mai környezet-károsító világunkban. Mindezt

marketinggel is össze kell kapcsolni ahhoz, hogy a fogyasztói társadalommal el lehessen fogadtatni. Nagy jelentősége van a hagyományos fajtáknak, mivel ezek olyan legelőn tartott állatok, amelyek a nemzeti parkok által kezelt területek biológiai egyensúlyának fenntartására is hatással vannak, s turisztikai szerepük is fontos. A mai piacorientált világban kénytelenek vagyunk gazdaságosságról is beszélni, hiszen hosszútávon előtérbe kell, hogy kerüljön az értékesítés. Napjainkban az értékesítés országos szinten nem megoldott, s így a szürke marhából nyerhető termékek árában nem jelentkezik azok különlegessége, „hungarikum” mivolta. Kutatásunk során felmértük a jelenlegi piaci helyzetet termelői oldalról. Meghatároztuk az esetleges értékesítési csatornákat és integrációs lehetőségeket, horizontális, illetve vertikális szinten. A fajta jelenlegi piaci helyzetét SWOT analízisben összesítettük. Térképre vittük fel a lehetséges integrációs irányokat, csomópontokat, az állományadatokat, a jelenlegi infrastruktúrális színvonalat, illetve földrajzi elhelyezkedést tekintve a várható EU régióknak megfelelően. Vizsgáltuk továbbá a jelenlegi pályázati trendeket és egyéb anyagi forráslehetőségeket, a tiszta vért, valamint a keresztezett állományok gazdasági előnyeit, illetve hátrányait. Következtetéseket vontunk le az EU csatlakozás utáni húsmarha állományok várható alakulásáról és azok jövőbeni piaci helyzetéről.

ANYAG ÉS MÓDSZER

A magyar szürke szarvasmarha jelenlegi elterjedése és főbb állományadatai, illetve tenyésztőinek szervezettségi szintjei

A szakágazatról az információkat kérdőíves megkérdezés, mélyinterjú, illetve az utóbbival párhuzamosan projektív technikák segítségével gyűjtöttük.

30 kérdőív került kitöltésre és 11 mélyinterjú készült. Ez a szám alacsonynak tűnhet, mivel az összes regisztrált tenyésztő száma 151 volt a kutatás évében (MSZTE, 2003). Az összes tehénlétszám – 48000 (MSZTE, 2003) – 71,2%-a a megkérdezett tenyésztők állományában található. Így gazdasági és piaci jelentőségük alapján az ágazat az ő véleményükkel jellemezhető.

A Magyar Szürke Szarvasmarhát Tenyésztők Egyesülete (MSZTE)

A tenyésztőket a Magyar Szürke Szarvasmarhát Tenyésztők Egyesülete fogja össze, amely 1991 tavaszán az orosházi fajtatenyésztői találkozón alakult (Bodó, 1994). Az egyesület tenyésztési programot dolgozott ki az OMMI irányításával. Fő szempontként az őshonos magyar szürke marha fajta fenntartását, jelölte meg.

Az MSZTE legfontosabb feladata az állomány nyilvántartása, törzskönyvezése. A számítógépes rendszer az adatokat az 1950-es évektől tartalmazza. Az adatfeldolgozás kiter a tenyésztési adatok rögzítésén túl a borjúnevelő képesség értékelésére is.

Az egyesület nagy súlyt helyez az apaállat utánpótlásra. Két helyen történik a növendékbikák felnevelése: Hortobágyon és Apajpusztán. Fontos, hogy a fajta igénytelen mivoltának megfelelően nyáron csak a legelőn nevelődjenek a bikák. Összel, két és fél éves korban kerül sor minősítésükre és értékesítésükre.

Az egyesület feladata továbbá a szaktanácsadás az egyesületi tagok részére, a tenyésztés, a tartástechnológia stb. területen.

A vezetőség szorgalmazza az állami támogatás mértékének növelését és arányos elosztását. A fajta értékeinek bemutatásával az értékesítés és a húsfeldolgozás új útjait keresi. Archivumában összegyűjt minden értékes dokumentumot a fajtáról. Feladata a tenyésztési és a tartási technológia fejlesztése, kutatása.

A Magyar Szürke Szarvasmarhát Kedvelők Baráti Köre

A Kiskunsági Nemzeti Park húszéves fennállása alkalmával, 1995. június 4-én Bugacpusztán megalakult a Magyar Szürke Szarvasmarhát Kedvelők Baráti Köre. A baráti kör célja a magyar szürke marha megőrzésének segítése, jó tulajdonságainak népszerűsítése. A baráti kör lehetővé teszi, hogy a szürke marhával nem rendelkező, de azt kedvelő és érdekében bármi módon tenni tudó természetes és jogi személyek egyesületi pártoló tagként szavazatukkal eldöntsék, hogy a baráti kör tagdíjából, adományokból és támogatásokból származó pénzüsszeget hogyan használják fel legeredményesebben a fajta érdekében. A Magyar Szürke Szarvasmarhát Tenyésztők Egyesülete együttműködik a baráti körrel, figyelembe veszi és felhasználja javaslatait.

A Hortobágyi KHT által vezetett integráció

A Hortobágyi Természetvédelmi és Génmegőrző KHT 2001. tavaszán szürke marha tenyésztő magánszeméllyel, gazdasági társaságokkal (összesen hét) kötött együttműködési megállapodást a tevékenység folytatására. Az integráltak által tartott magyar szürke tehénlétszám 300, a tenyészetek nagysága 30-80 egyed között változik. Az integráció nyitott a bővítésre, sőt szorgalmazza azt.

Információk begyűjtése az ágazat tenyésztőitől

A tenyésztő egyesület által rendezett bikavásárokat használtuk fel adatgyűjtésre. Ezek kiváló alkalmat biztosítanak a tenyésztőknek szakmai beszélgetésekre. Két ilyen lehetőséget használtunk fel adatgyűjtésre. Az információkat az alábbi három marketing kutatási eszközzel gyűjtöttük.

Kérdőíves megkérdezés

A kiválasztott tenyésztőkkel kitöltettünk egy 22 kérdésből álló kérdőívet *1. melléklet*. Mivel ez nagyon rugalmas primer kutatási módszer, a felmérés során könnyen alkalmaztuk. Kutatási területünk jellegéből és a megkérdezettek személyéből adódóan nem minden esetben tartottuk célszerűnek a szoros értelemben vett egyszerű eldöntendő kérdéseket. Ezért gyakran a tenyésztőnek lehetőséget biztosítottunk gondolatainak bővebb kifejtésére. Így a nyitott és zárt kérdések keveredtek egymással. A kitöltött kérdőíveket elemeztük és feldolgoztuk. Nem minden érdekelt gazdálkodó szerepelt kutatási alanyként. Csak a nagyobb állománnyal rendelkezők kaptak kérdőívet. A megkérdezettek tulajdonában van az országos állomány közel 70%-a, ezért véleményük meghatározónak tekinthető egy esetleges értékesítési rendszerben.

A szürke marha tenyésztőkkel készített mélyinterjúk

A mélyinterjú strukturálatlan, kötetlen, közvetlen primer információ gyűjtő marketingkutatási módszer. Ennek lényege, hogy előre felépített kérdezési tematikával a kutatást végző személy az interjúra kiválasztott személlyel (esetünkben a tenyésztőkkel) az adott kérdést „megvitatja”. Azért nem lehet csak a kérdőíves megkérdezésre hagyatkozni, mert előfordulhat, hogy nem megfelelő komolysággal és odafigyeléssel töltik ki. A megkérdezetteknek meg kell világítani a kérdés lényegét a helyes kitöltés érdekében. Fontos az érthetőség is mert az esetleges félreértés rossz válaszhoz, ezáltal hibás eredményhez vezethet. A technika helyes alkalmazása révén elérhetjük célunkat, azaz megismerhetjük a személyes motivációkat, véleményeket. Az interjú alanyok a kérdőívet is kitöltőkön kívül azok voltak, akik az árverésen mint vevők aktívan résztvettek.

A vásárlóknál célszerűnek tartottuk az anyagi forrás, illetve a választás okának kipuhatolását. Volt olyan tenyésztő, aki pályázati pénzt használt, azonban a saját tőke volt túlsúlyban. A mélyinterjú azért is célravezető mert lehetőséget teremt a tenyésztők problémáinak jobb megismerésére. Így a kérdőíveken begyűjtött információk kívül sok egyéb „töredék” motivációt, személyes véleményt is megismertünk.

Projektív technikák

Ebben az esetben, a mélyinterjúhoz hasonlóan strukturálatlan, kötetlen marketingkutatási módszerről beszélünk. Ugyancsak a személyes vélemény, motiváció a lényeg, de nem közvetlen rákérdezéssel érjük el célunkat. Míg a fenti két módszernél a megkérdezettnek saját magát kell „jellemeznie”, döntéseit magyaráznia, addig a projektív technika alkalmazása során egy harmadik személy (esetünkben tenyésztő társ) viselkedését kell elemeznie, illetve magatartását értelmeznie. A módszer helyes alkalmazásakor, ismét a megkérdezett tenyésztő véleményére, illetve a motiváltság irányára következtethetünk. Ezt a technikát különösen az „üzleti titokként” kezelendő – ár-költség, értékesítési érdek stb. – bizalmas információ beszerzésére tudtuk jól alkalmazni.

Mind a mélyinterjú, mind a projektív technikai kérdések alkalmazásakor „bizalmas” viszony alakul ki a megkérdezettek és a felmérést végző személy között. Ezt azért fontos, mert az esetleges későbbi kutatások során már más hozzáállás várható a tenyésztőktől. A kérdőívek kitöltésekor az esetleges üzleti titokként kezelt kérdésekre korrektebb válasz várható.

Az egész országot lefedő integráció felvázolása

A mélyinterjúk során egyértelművé vált a tenyésztők országos integrálásának igénye. Ez szükséges mind horizontális, mind vertikális szinten. Horizontális az integráció, ha a gazdálkodók tervszerű együttműködését egy termelési szinten – például borjú nevelés, hizlalás – szervezzük és hangoljuk össze. Vertikális integrációban az előzővel ellentétben nem egy, hanem több termelési folyamatot végző gazdasági elemet tervszerűen hangolunk össze. Így a hozzáadott érték nagyobb mértékben növelhető. Ami a szürke marha tenyésztők esetében feltétlen szükséges lenne.

EREDMÉNY ÉS ÉRTÉKELÉS

A kérdőívek és a mélyinterjúk kérdéseire kapott válaszok és elemzésük

Az elemzést az 1. mellékletben bemutatott kérdőív adatainak felhasználásával végeztük. Azokat a kérdéseket, amelyek megválaszolása a tenyésztőknek nehézséget okozott, illetve a válaszokban ellentmondásos nézeteket lehetett felfedezni, részletesebben elemeztük. A kisebb állatlétszámmal rendelkező tenyésztőknek más az értékesítési érdeke – az áru milyenségét tekintve –, mint a nagyobb állománnyal rendelkezőké. Ez az érdekellentét a kérdések elemzése során megfigyelhető volt.

A kérdőív 1. kérdése az állományméretre vonatkozik. Egyértelműsége miatt nem volt probléma a kitöltésével. A keresztezett állományokat tekintve csak egy tenyésztőnél van nagyobb létszám. Szomor Dezső (tenyésztési szám: 5) apaji állományában van 400 F₁-es tehén, illetve 60 F₁-es üsző, melyeket 90%-ban charolaisvel 10%-ban pedig limusinnal és magyartarkával kereszteztek. R₁ generáció is van charolais bikáktól.

A borjak választási súlyára vonatkozó 2. kérdésre kapott válaszok alapján elmondható, hogy az átlagos testtömeg 180 kg és 200 kg között alakult. Akadt azonban 240 kg-os választási tömeg de volt 150 kg-os is. A súly takarmányozás függő volt, illetve tartástechnológiából eredő eltéréseket figyeltünk meg.

A 3. kérdés a takarmányozásra vonatkozott. A nyári takarmányozás egységes a tartástechnológiából adódóan. Az anya tején kívül csak a legelt fű a borjú takarmánya. A nyalósót mint kiegészítőt általában mindenütt megkapják az állatok. A téli takarmányozásnál viszont jelentős eltérések figyelhetők meg. Míg egyes termelőknél, mint például a Hortobágyi KHT-nál és a Pro Vértes Természetvédelmi Közalapítványnál semmilyen kiegészítő takarmányozás nincs – csak a nyáron gyűjtött széna esetleg takarmányszalma van, de az sem jelentős mennyiségben –, addig jó néhány tenyésztőnél ennek az ellenkezőjét tapasztaljuk. Több tenyésztőben találkoztunk saját termelésű bio minősítésű vegyes abrakokkal. Ennek fő alkotói különböző gabonafélék, úgymint a búza, a triticale, az árpa, a zab és a rozs. Előfordul azonban a kukorica, répa, napraforgó is. Átlagosan 2-3 kg a takarmányadag borjanként. Van azonban olyan tenyésztő is, aki vásárolt abrakból is takarmányoz. (Leggyakoribb a répaszelet, illetve a szemes kukorica.) Figyelemre méltó a Fertő Hanság Nemzeti Park téli takarmányainak sokszínűsége. Felsorolásszerűen a következőket etetik: takarmány szalma, kukorica szilázs, fű szenázs, répaszelet, szemes kukorica, illetve kukoricadara. Ezek közül csak a szemes kukorica, továbbá az ebből készített dara és természetesen a répaszelet a vásárolt. A takarmány szalma a közeli gazdák földjeiről kapható „ingyen”, csak bálázni kell és behordani. A répaszelet a közeli petőházi cukorgyárból szerezhető be, így a szállítási költség minimális. Ipari melléktermékek etetésekor azonban a bio minősítéssel problémák merülhetnek fel.

A választást követő évben mindenképpen érdemes kiegészítő abrakot etetni a borjakkal, mert így a tél kevésbé viseli meg őket. Ezért a következő évet jobb kondícióban kezdik, így nagyobb tömeggyarapodás várható.

Az 4. kérdés fontos sarokpontnak tekinthető. Ennek alapján a tenyésztők két táborra bonthatók. Az egyik azokból áll, akiknek elsődleges célja az állomány-növelés, a másik pedig az értékesítésre súlyoz. Ezek a tenyésztők is elsődlegesen bikákat, illetve tinókat értékesítenek, a tehenek és üszők áruba bocsátása nem, vagy csak ritkán fordul elő. Igazolódni látszik a régi mondás, miszerint: *„Magyar ember földet és anyaállatot nem ad el!”* Alapvetően meghatározza a csoport szerinti hovatartozást az anyagi, illetve a tulajdonjogi háttér. A nemzeti park igazgatóságok, illetve természetvédelmi alapítványok, szervezetek – kevés kivétellel – az állomány-növelésre törekvők táborához tartoznak. A kivételek közül meg kell említeni a Hortobágyi KHT-t és a Fertő Hanság Nemzeti Parkot. Az előbbi, mint integrátor aktív szervezője az értékesítésnek, az utóbbi viszont – mivel más lehetőség jelenleg nincs – helyi értékesítési csatornák kiépítésén dolgozik. Az értékesítést pártolók többsége viszont magángazda, akiknek ha nem is jelentős, de legalább a költségek kompenzálására elegendő bevétel érdekében szükségszerű „termékként” kezelni a vágóállatokat. Az egyik tenyésztő szerint: *„A szürke marhát tartók zöme nincs gazdasági kényszer alatt, s ez nekünk, akik esetleg ebből élünk kedvezőtlen!”* (Szomor, 2003)

Az értékesítés – ha van – csak részben szervezett. A már említett hortobágyi integráció tagjain kívül csak eseti, illetve helyi értékesítésről számolhatunk be. A piac ezáltal túlságosan szegmentálttá válik. Az egyes tenyésztők általában féltik – mondhatni üzleti titokként kezelik – az értékesítési csatornáikat. Ezeknek felfedésében nagy szerepe volt a korábban részletezett projektív technikai kérdéseknek. A kapott válaszok alapján kitűnik, hogy fontos felvevő piac lehetne a tökehús piac, a vendéglátóipar, illetve a bébi ételek alapanyag piaca.

A hortobágyi integráció például vendéglátó egységeknek, szállodáknak és bio-üzleteknek szállít. Beszállítói kapcsolatban áll ezen kívül a PICK Szeged Rt.-vel és a

HIPP Kft.-vel. Mindkettő a jelentős felvevőpiachoz tartozik. Hozzájuk csak bio minősítéssel rendelkező áru szállítható.

Az integráción kívüli tenyésztők általában szintén éttermeknek, szállodáknak értékesítik a vágóállatokat. Vannak azonban olyan törekvések, melyek a helyi frekvenciát húsboltokban való értékesítést szorgalmazzák.

Az értékesítési problémákra egyedül az országos lefedettségű integráció lenne a megoldás.

Az értékesítések gyakorisága, időpontja (5. kérdés) döntően évente egyszer jellemző, ősszel, novemberben. A PICK Szeged Rt. azonban kéthavonta vásárol vágóállatokat. A vendéglátóiparnak és húsboltoknak történő értékesítés viszont igény szerinti.

Az átlagos felvásárlási ár (6. kérdés) függ a korcsoporttól, az értékesítési piac jellegétől és az értékesítés időpontjától. Jó támpontot kapunk az árra vonatkozóan, ha a hús konvencionális napi árához 30%-os felárat számolunk. A konkrét árak felfedése nagyon nehéz a tenyésztőknél, hiszen ezt az adatot túlértékelik, és nagyon bizalmasan kezelik. Feleslegesen, hiszen „egy hajóban eveznek” a többi tenyésztőtársukkal. Arról nem is szólva, hogy jelenleg nem jellemzők a nagy értékesítési tételek. Ezért nem érdemes messze szállítani a vágóállatokat, hiszen ez nagyon költséges. Az árat tekintve ismét csak az integráció jelenthetne megoldást, hiszen hatalmas eltérések vannak az árakban. Élőtömegben az ár 250 Ft/kg-tól egészen 360 Ft/kg-ig lehetséges. Közvetlen vendéglátóipari, illetve tökéhűsként való értékesítéskor viszont 400-450 Ft is elérhető. Itt mutatkozik meg ennek a piaci csatornának az előnye a többivel szemben. A jelenlegi alacsony árak helyes értékesítési stratégiával növelhetők lennének.

A 7. kérdés meglepően nagy problémát jelentett. A választott borjú önköltségének kiszámítása helyenként az egyik legnehezebb kérdés. A tenyésztők többsége elsődlegesen nem közzgazdasági szemléletű ember, így bizonyos fogalomzavarokat lehetett felfedezni. Voltak teljesen szélsőséges esetek is, ahol például semmilyen költséget nem „terheltek” a borjúkra, azaz egy borjúnak az önköltsége szerintük nulla, mivel egész évben az anyja alatt van, s így „nem kerül semmibe”. Akadtak viszont olyan tenyésztők, kik szinte irreálisan magas költséggel terheltek a szaporulatot, mondván: „ez az egyetlen termék, ennek kell viselnie a költségeket”. Könnyen észrevehető, hogy mindkét eljárás hibás.

A vágóhíd és az odaszállítás kérdéskörét (8., 9., 10. kérdés) összevonva elemeztük. Az állatokat általában a vevők által megjelölt vágóhídra szállítják bérvágásra. Ilyen vágóhíd működik például Szeged, Gyöngyös, Mátészalka, Sopron és Sárvár városban. A vágás után minden egyedén elvégzik a prion-tesztet, amely után BSE mentességet igazoló dokumentumot állítanak ki. Általánosságban megállapítható, hogy a nagy vágóhidak meghatározó problémája a túlméretezett vágókapacitás, és emiatt a kihasználtság alacsony volta. Ugyanakkor sok a kisméretű vágóhíd, amelyek tömegével akkor épültek amikor az EU-ban a húsipar koncentrációja már javában folyt. Az üzemméretek optimalizálásával kapcsolatban kutatásunk során nem találkoztunk olyan tervvel amely megvalósult volna, vagy irányelvvel a szaktárca részéről. A jelenleg pályázható SAPARD programban olvashatók utalások de egyértelmű hazai kezdeményezést nem találtunk. A nagy vágóhidak kihasználtságának javítására például a kis kapacitásúak átalakítása feldolgozó üzemekké, járható útnak tűnik. Ugyanakkor a bio terméknek minősülő marhákat vágó, daraboló és csomagoló kisüzemek – korlátozott számban – versenyképesek lehetnek. Ezek különleges igényeket elégíthetnének ki, integrálódva tenyésztő szervezetekbe vagy márkázott programokba.

A szállítási távolságban is megmutatkozik az országos integráltság hiánya. Azok a tenyésztők, akik önmaguknak is próbálnak értékesítési csatornákat keresni, átlagosan 100 kilométeren belül találnak vágóhidat maguknak, s aállítás költsége is sokszor megoszlik a felvásárló és a termelő között. Esetenként 100%-ban a felvásárló fizeti, de ennek az ellentétére is találunk példát. Vannak azonban olyan tenyésztők akik bár tagjai a hortobágyi integrációnak, és aállítás költségek megoszlanak, mégis 300-400 kilométerre kell, hogy elszállítsák vágóállataikat. Meg kell említenünk azt is, hogy ezek a termelők átlagos állománylétszáma 40-50 tehén, tehát a költségek kevesebb vágóállatra oszlanak el. Ez a probléma országos – minimálisan horizontális – integrációval enyhíthető, ill. megoldható lenne.

Gondot jelent a vágás során az állatok vadsága, a vágóhídi dolgozók hozzá nem értése ehhez a fajtahoz, illetve a nem megszokott szarvméretek. Egy-két negatív tapasztalat után sok vágóhíd nem vállal több szürke marha vágást.

A 11. kérdésre kapott válaszok alapján kitűnik, hogy a tökehúson és a kikészített marhafejen (trófeán), illetve bőrön kívül jelenleg más piacész termékkel, általában nem rendelkeznek a feldolgozók. Ha mégis, értékesítése alkalomszerű, nem szervezett. Azok a gazdálkodók akik a HIPP Kft.-vel, illetve a PICK Szeged Rt.-vel vannak kapcsolatban, rendelkeznek olyan termékkel melyet a felvásárló feldolgozott és jelenleg is forgalomban van. Ilyen a bio szalámi és a bébiételek. Csomagolt fagyasztott nemes húsrészek is vannak, amelyeket a vendéglátóiparnak lehet értékesíteni.

Találkoztunk azonban olyan tenyésztővel, aki felnevelt tenyészűszoit szeretné értékesíteni. Ez azonban még nem gyakori, mivel a legtöbb tenyésztő az állománynövelésben érdekelt.

A 12. és a 13. kérdést összevonva elemeztük. Az egész országot lefedő integrációra van szükség és igény. Ahhoz, hogy a megfelelő piacot megtaláljuk, illetve kielégítsük, szükségészű az integráció mind horizontális, mind vertikális szinten. Felmérésünk eredményeként azt is megállapítottuk, hogy az integrátor szerepe nem csak kizárólagosan az értékesítés terén lenne jelentős, hanem a szakmai irányítás is elősegítené a gazdaságos tenyésztést, tartást stb. Az integrálást három lépésben lehetne kivitelezni.

–Integrált felvásárlás

A tenyésztők közösségén belül kell, hogy történjen. A külső felvásárló érdeke ugyanis az, hogy minél nagyobb árrésszel dolgozzon. Mivel az értékesítési ár viszonylag rugalmas – jó menedzsmenttel lényegesen emelhető – mégis a tenyésztők kárára történne az árrés növelése. Az ár kialakításakor a bio, az egészséges és a hasonló fogalmak pozitívan hatnak, főleg ha ezeket vizsgálatokkal is alátámasztjuk (márkázás, védjegy, eredetjelzés). Ezeknek a jellemzőknek főleg az értékesítéskor van jelentőségük, hiszen árnövelő tényezők. A Bio Kontrol Hungária KHT-n keresztül egyszerűen megoldható a minősítés, védjegyezés kérdése. Sajat logó, illetve termékcsopót, név kiépítése jó marketinggel megalapozható lenne.

–Feldolgozás

A hozzáadott érték növeli az értékesítési árat. Ezt legegyszerűbben központi vágóhidakon lehetne megoldani. Itt a vágást és a csomagolást bér munkával lehetne megvalósítani. A versenyképes termelési és feldolgozó üzemi szerkezet szervezésen összefügg. Célszerű lenne speciális áruk bevezetése és árusítása (füstölt szalámi, füstölt nyelv stb.)

–Értékesítés integrálása

Az értékesítés csak gyengén szervezett, részben a már említett és jelenleg is működő integráción keresztül, de elaprózott. A tenyésztők többsége ott értékesít, ahol tud.

Egymástól természetesen féltik ezeket a szinte egyedinek nevezhető „mikropiacokat”. Így a „sok bába között elvész a gyerek” elv érvényesül és a termelők kiszolgáltatottak. Szervezett, összefogott (integrált) értékesítéskor speciális jól fizető piacokat lehetne találni. Színvonalas menedzsmenttel elérhető a termék jó áron való értékesítése. Az ország nagyobb városaiban, azok jól menő éttermeiben eddig még feltáratlan piacok rejlenek. Ezekkel kötött egyedi megállapodások (pl. étlapon kiemeltség stb.) révén valószínűleg jól fizető piachoz lehetne jutni. A fogyasztói igények változása azt jelzi, hogy előtérbe kerülnek az extenzív módon előállított termékcsoporthoz. Mivel az állatok semmilyen tápot nem kapnak, ezért nem áll fenn annak a veszélye, hogy esetleg BSE fertőzés lép fel az állományban. A környezet-tudatosság növekedése is az extenzív termékek piacát helyezi előtérbe. A hazai igényeken túl itt figyelembe kell venni a külföldi fogyasztói csoportok igényeit is. Németországban nem egy olyan szupermarket van, amelyben több mint 900 négyzetméter területen csak bio terméket árúsítanak. Az ilyen áruházakban, ahol csak borból 30-40 féle van, tejtermékből pedig 100-nál is több, elképzelhetetlen, hogy ne legyen igény tetszetős és egészséges „bio-hungarikum” termékekre. Természetesen nem elsősorban a külföldi piacokat kell kiszemelnünk. A szürke marha vágóállatoknak elsődlegesen belföldön kell megtalálni a piacát, illetve nem szabad elfeledkeznünk a turizmuson keresztül „hasban való exportálás”-ról sem.

A fajta esztétikus látványa mindenképpen csalogató hatású. Az „ibuszgulyák” (ahogy azt a tenyésztők egymás között nevezik) marketing szempontból éttermek, turisztikai központok környékén jelentősek lehetnek. Érdemes lenne olyan üzletek üzemeltetése, melyekben a különböző füstölt áruktól kezdve a kikészített bőrökön át, a szarutermékek értékesítése is történne. Itt lehetőség lenne különböző nemzeti parkok és azok kiadványainak terítésére, természetvédelmi programok reklámozására. Az ország lakosságának körében ügyis népszerűsíteni kellene a környezetvédelmi programokat, rendezvényeket, táborokat. Ezekkel az „írodákkal” jól együtt tudna működni az ágazat.

Nem szabad elfeledkeznünk arról, hogy a gyermek életét a gyermekkori élmények mennyire meghatározzák. A köz-nevelésnek ezen a terén valljuk be, van mit fejlődnünk. Egy szürke bikának a látványa biztosan jobban megmarad az emlékezetben, mint egy „unalmas” környezetóra.

Az 1. ábrán az egész országot lefedő integrációs hálózat látható. A szerteágazó vonalakkal a begyűjtési, illetve kapcsolattartási irányokat jelöltük. Szükségesnek tartjuk azt, hogy a tenyésztők egymással is kapcsolatban legyenek, de az ábra túlszűfoltóságának elkerülése érdekében ezt nem jelöltük. Fontos ezeknek az információs csatornáknak a megléte, a könnyebb szervezhetőség és irányítás miatt azok összekötése. Ez a horizontális együttműködés elengedhetetlen a mai gazdasági helyzetben. A tenyésztők egymást jobban ismerve közös pályázati stratégiákat is készíthetnek. A takarmányozási, az egészségügyi, a tenyésztési és az egyéb kérdésekben is a szorosabb kapcsolattartás indokolt. A megjelölt integrációs csomópontok olyan szakemberek alkalmazását is meg tudják oldani, akiknek finanszírozása az egyes tenyésztők számára kivitelezhetetlen, meglétük azonban mindenképpen eredményes és szükséges lenne a szakágazat számára. A vékony vonal a belföldi, a vastag a külföldi értékesítési irányokat jelöli. Ezek egységesítése fontos, volumen, ár és logisztikai szempontból. Jelenleg kifizetődően szervezett felvásárlás és értékesítés nincs, bár tervek vannak ezzel kapcsolatban.

Felmerülhet a kérdés, hogy miért Sarród, Apaj és Hortobágy települést jelöltük ki csomópontnak. Apaj és Hortobágy szerepe már most is jelentős a tenyésztők munkájában. Mindkettőt jól ismerik mivel rendszeresen itt tartják a hagyományos bikavásárokat és mindkét helyen van bikannevelés. Sarródon a piac közelsége jelentős, illetve itt is tervezik bikannevelő állomás létesítését. Jól megközelíthetők és az ott

található állománylétszám is indokolja a sarokpontként való kijelölést. Az értékesítési irányok meghatározásakor a frekvenciát volt a mérvadó. A belföldi értékesítéskor a turisták által sűrűn látogatott helyekre kell összpontosítani. Nem szabad csak és kizárólag a külföldi turizmusra figyelni, hiszen a „hungarikum”-ot először a hazai vásárlókkal kell megismertetni, ennek kiépítése kezdetben lényegesebb mint a külföldié.

1. ábra

Lehetséges integrációs hálózat a földrajzi elhelyezkedés, az állományméret és a várható régió kialakítás függvényében

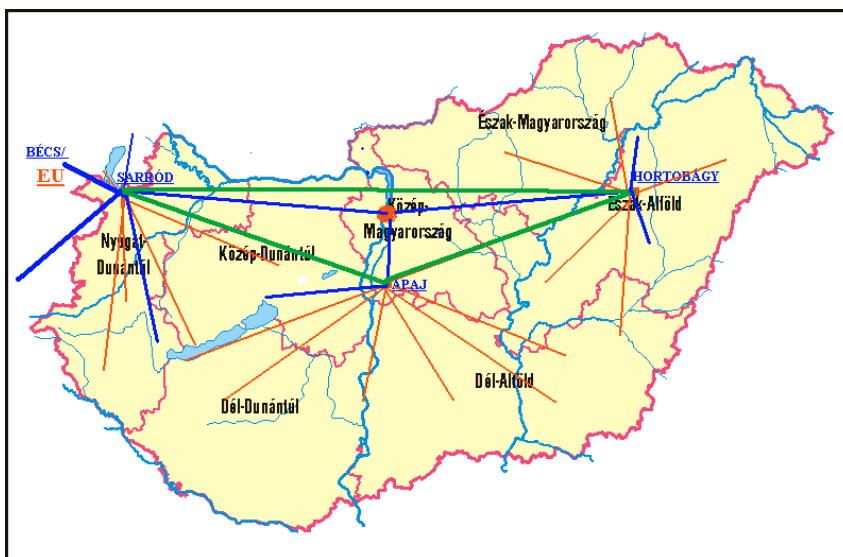


Figure 1: The Hungarian gray cattle livestock's integration net

A pályázatokra irányuló kérdéseket (14., 15., 16. kérdés) szintén összevontan elemeztük. Minden tenyésztő hasznosít pályázati forrást. A pályázatok döntő többségét az FVM által kiírt tenderekkel kapcsolatban készítik, szinte mindegyiket sikeresen. 2002-2003-ban közel 30 pályázati felhívás jelent meg erre a fajtára vonatkozóan (*Agrártámogatások* 2002, 2003; *Ángyán*, 2002). Fontos, hogy az EU-s támogatási lehetőségekkel is éljünk.

A helyesen felépített pályázati stratégiával jelentős támogatásra lehet szert tenni. Ezen a téren a szürke marha tenyésztők helyzeti előnyben vannak a többi húsmarha tartóval szemben, hiszen a fajta prioritást élvez a szaktárcák, illetve azok intézményei részéről. A pályázatokot tekintve fontos, hogy a horizontális integráció egységes pályázati stratégiára ad lehetőséget, illetve a készítés költségei megoszlanak.

A 17. kérdésben az értékesítendő áru tervezett feldolgozottsági szintjére kérdeztünk rá. A válaszok alapján a jelenlegi „kényszerpályás” és a jövőbeni nyitottabb értékesítési irányt lehet meghatározni. A tökehiány miatt a gazdák kénytelenek tökehúsként értékesíteni a vágóállatokat. A jövőbeni integrációban viszont szívesen választanák a tovább feldolgozott termékek értékesítésének lehetőségét. Ehhez elsősorban a horizontális integráció utáni vertikális integrációra van szükség. Kutatásunk során felmértük a jelenlegi értékesítési csatornákat.

Alapvetően három fő értékesítési piac működik, illetve lenne bővíthető.

Bio gyermektápszerek

Ez a piac jelenleg is működik a HIP bébiételek révén. Jó márkával és megbízhatósági mutatókkal rendelkező cégek képesek csak ezen a speciális piacon megmaradni. Érdekük (esetünkben a HIPP Kft.-nek), hogy garantált minőséggel jelenjenek meg. Mivel a szürke marha húsanak bio minősége dokumentummal igazolható, ez biztos és a jövőben is működőképes piacnak tekinthető.

Húsipari piac (bio szték, hungarikum szalámi, tökehús stb.)

A húsboltokon keresztül értékesítés már napjainkban is létezik, több termelő adja el így vágóállatait. A probléma jelenleg a termékmennyiség, illetve az értékesítés szervezatlenségéből adódik. A gazdák nem tudnak minden héten adott mennyiséget szállítani. Így terméküket a többi „kommersz” hússal együtt értékesítik, a vevők figyelmének különösebb felkeltése nélkül. Ha meg lehetne oldani, hogy a termék származási helyét, illetve pozitív tulajdonságait feltüntessék, jelentős felár lenne elérhető. Tapasztalatok szerint az emelt árat a fogyasztók meg is fizetik. Próbálkozások ugyan vannak a megkülönböztetésre és így a magasabb fogyasztói ár kieszközlésére, de csak igény indukálódott, amit az utánpótlás mennyiségi problémájából adódóan nem tudtak kielégíteni. Emiatt csak problémát eredményezett a boltosoknak, akik többször már nem figyelmeztették vásárlóikat a termék különlegességére.

Kérdésként felmerül az áru integrációban történő további feldolgozása. A hozzáadott érték növelésének lehetősége, ami a feldolgozottsági szinttel egyenes arányban nő, ezzel együtt magasabb ár elérését tenné lehetővé. A hortobágyi integrációban a PICK Szeged Rt., az Apaj környéki tenyésztőknek pedig a Vámosiné 98 Kereskedelmi Bt. végezte a hús további feldolgozását. Így jóval magasabb áron tudták értékesíteni, mint a tökehúst. Ha a termékek megjelenése is piacképes, jól szervezett marketingmunkával profitáló piacot biztosíthatnak. Ahhoz, hogy ezek a termékek a boltokban megvásárolhatók legyenek – ezáltal a termelőknek nyereséges üzletet jelentsenek – alapfeltétel a vertikális integráció.

Éttermi húsfogyasztás

Egyre jobban jelentkezik az igény a tetszetős, részletező étlapok iránt. Ezeken röviden bemutatásra kerül az adott étel, annak összetevői és eredetük. Ha a szürke marha húsból készült ételnél kiemelik annak bio voltát – tetszetősen megfogalmazva –, valószínűleg kipróbálják a vendégek e ridegen tartott fajta húsból készült ételeket. A vendéglőben étkező fogyasztó eleve nagyobb bizalommal tekint az itt értékesített húsokra. Célszerű figyelembe venni azt is, hogy viszonylag kis mennyiségekről beszélhetünk. A húsipar szinte kizárólag a nemes húsrészek értékesítésére kínál lehetőséget. A vendéglátóiparnak történő közvetlen eladás alkalmas lehet a termékút leegyszerűsítésére, ugyanakkor jelentősebb mennyiség kizárólag az éttermi láncokban értékesíthető.

Hangsúlyt kell fektetni a korszerű konyhatechnikára! A szarvasmarha húsa száraz, faggyúmentes emiatt felhasználás előtt pácolni kell!

A 18-as és a 19-es kérdés szintén összefügg. A tenyésztők körében nincs egységes vélemény. Vannak, akik csak a tisztavérben való tenyésztésnek és tartásnak a hívei, de akadnak többen is, akik szívesen próbálkoznának keresztezéssel. Ezzel kapcsolatban már több kísérlet is történt. Ezek eredményei azt igazolják, hogy – pl. fehér-kékbelga fajtával vagy chrolais-vel – lényegesen jobb vágóértéket érhetünk el úgy, hogy a tartás jelentősen nem drágul, illetve a vágott áru jellegzetes íze, zamata megmarad. Az ellés lefolyása minden esetben sima, a borjú a culard jelleget is örökli. Bölcsey és munkatársai (2001) által végzett apaji kísérlet ezt teljes mértékben alátámasztja. „A magyar szürke fajta

kombinációs képessége jelen kísérletben mind hizlalhatóság mind vágóértékben kiváló eredményre vezetett, mivel a végtermék, vizsgált paramétereiben, közel egyenrangú a korszerűnek számon tartott terminál fajtákkal, a keresztezés hatásának tulajdonítható különbségek a legtöbb vizsgált tulajdonságban szokatlanul nagyok.” A testüregi faggyú csökkent, a termelt hús 46,4%-kal nőtt, a színhús 75,6% volt (a magyar szürke kontrol csoporté 71%). „Az eredmények összességében felértékelik a primitív fajtaként számon tartott magyar szürke fajta gazdasági jelentőségét, mivel a túlzásba nem vitt haszonállat előállító keresztezés, a géntartalékok megőrzésével sem ellentétes.”

A fentiek alapján érdemes lenne végiggondolni azt a tenyésztési irányt, miszerint a jelenlegi állományból magállományt, azaz géntartalékot tartunk fenn a nemzeti parkokban, míg a többi tehenet fehér-kékbelga, vagy charolais bikákkal termékenyítjük, majd az F₁-eket értékesítjük.

A 20-as kérdéssel az értékesítés helyi szervezetségére, illetve a gazdasági szemléletre kérdeztünk rá. Mivel az értékesítés – egy-két kivételtől eltekintve – alkalmoszerű, így nem található külön ezzel a céllal foglalkoztatott szakember a gazdaságokban.

A 21. kérdésre kapott válaszok rámutatnak arra, hogy a tenyésztők jelenleg a már említett „kényszerpályán” mozognak, de nyitottak minden megoldásra a magasabb értékesítési ár és a jobb profitlehetőséget illetően. Integrációra utaló törekvések is leszűrhetők, de nincs egységes irányítás, s ennek hiánya érezhető.

A kérdőív 22. kérdése, az utolsó, volt a legnyitottabb. Ebben, a témával kapcsolatos egyéni véleményekre, ötletekre voltunk kíváncsiak. A tenyésztők bizakodók, örömmel üdvözölték a gazdaságosságra törekvő kutatási munkát. Az integráció lehetőségét keresik és érdekegyeztetések után szívesen csatlakoznának hozzá.

A SWOT analízis lényegesebb elemeinek részletezése

A felmérés eredményét SWOT analízisben összesítettük az 1. táblázatban.

Az erősségek közül a leglényegesebbek az alábbiak:

- *a könnyű ellés* nagyon fontos tulajdonság, hiszen nem kell attól félni, hogy a szaporulat amiatt csökkenne, mert az ellés elhúzódik. Kutatásunk szerint ennél a fajtánál az ellés eddig szinte minden esetben könnyű, és gyors lefolyású volt. Az ellésre felkészült tehen általában eltávolodik kicsit a gulyától, megelli, majd megtisztítja borját, végül kis idő elteltével visszajön. Jó anyák a szürke tehenek, borjaikat vigyázzák és féltik. Keresztezés esetén sem szokott nehéz ellés bekövetkezni.
- *egyedi jellege* a legfontosabb erőssége a fajtának, amelyet a többi fajtaival szemben élvez. Ez mind a szaktárca, mind az EU részéről megfigyelhető a pályázati lehetőségek számában és keretösszegében. Fontos tényezőnek tekinthetjük azért is, mert ennek eredményeképpen a jövőben várható a fajtának az országos húsmarha állományon belüli részarány növekedése.
- *a hungarikum mivolta* szintén nagyon jelentős. Ez egyrészt a szürke marha húsának piaci előnyét jelenti, amely egyben marketingpolitikai előny is. A látványosság, a tradicionális kötődés, a kultúrába és a történelembe beilleszthetőség mind olyan marketingfogás, melyet a többi fajta nem tud felmutatni.
- *a BSE mentességet* is erősségnek kell tekinteni. Az egész húsmarha ágazatot sújtó BSE „örület” a szürke marhából készült termékekre nem vonatkozik, hiszen könnyen bizonyítható az egyedek eredete – évekre visszamenőleg –, illetve az, hogy az állatot soha semmilyen állati eredetű terméket tartalmazó abrakkal nem takarmányozták

(FM rendelet, 1997). A fogyasztók egyébként is nagyobb bizalommal közelítenek az olyan termékhez, amely egy nemzeti park területéről származik, garantáltan BSE veszély mentes környezetből, ami biztosíték arra nézve, hogy lappangó BSE nem lehet az állományban.

- *a természetvédelemmel való kapcsolata* a már kifejtett prioritásból, illetve történelmi és kulturális okokból ered. A nemzeti parkok és egyéb természetvédelmi szervezetek előszeretettel tartják ezt a fajtát területeiken, sőt aktívan elősegítik az állománynövekedést. Más marha fajtáról ez nem mondható el.
- *a szélsőségesen extenzívén, szinte vad állatokként tarthatóság* a fajta ellenálló képességéből, illetve tűrőképességéből ered. Más fajtáknál el sem lehetne képzelni azt, hogy – ha a környezet közbiztonsága engedi – „távcsövön keresztül őrizzük” a gulyákat. Az immunitásuk erősségéből eredően az állatok különösebb orvosi kezelést nem igényelnek, szinte egész évben magukra hagyottan lehetnek a legelőkön. Így a járulékos költségek lényegesen csökkennek, illetve csökkenthetők.

Gyengeségeknek tekinthetők a következők:

- *a testsúly-gyarapodási erély* tisztavérben elmarad a jelenlegi standard húsfajtáktól, de ez a hátrány már az F₁ generációban lényegesen javul. Nem szabad elfelejtenünk a szintén tradicionális primitív olasz maremman vagy a romagnola fajtát, mely lényegesen jobban megbecsült hazájában.
- *a jelenlegi állományméret* az aktuális piacon indukált igény kielégítése szempontjából számít gyengeségnek. Ez a probléma várhatóan pár év alatt megoldódik, hiszen a tenyésztők jelentős hányada nincs „gazdasági nyomás” alatt. Így nem kénytelen minden évben a szaporulat jelentős hányadának értékesítésére.
- *az integráltsági szint* – mint az ágazat gyengesége – nagy hiányosságnak tartható. Ha rövid időn belül nem történnek előrelépések ezen a téren akkor az EU csatlakozás után nagy gondban lesznek a tenyésztők. Ezt a kutatást azért végeztük, hogy felhívjuk a figyelmet erre a létező, súlyos, de orvosolható problémára.
- *az információhiány* szintén ellentétet kiváltó probléma. Hogy is várhatjuk el azoktól a termelőktől az ökonómiai szemléletet, akik nem ismerik a lehetőségeiket, a képességeiket és az adottságaikat?

Az ágazat lehetőségei közül a legjelentősebbek az alábbiak:

- *a bio minősítést igénylő piacok* egyértelműen a jövő nagy lehetőségei ezeknek a termékeknek. Az EU országokban egyre jobban észrevehető a bio állati termékek jelenléte az áruházakban. Ezt a lehetőséget, ha elmulasztja az ágazat és nem „lovagolja meg”, biztos profitot jelentő piacot szalaszthat el.
- *a turizmus* látványigényét marketing szempontból tartom elsősorban jelentősnek. Már most is láthatunk néhány étterem környékén „kirakat-állatokat”, „ibuszgulyákat”. Ezeknek megléte és jelenléte az értékesítés szempontjából fontos. Gyakorlatilag reklámként is felfogható.
- *a melléktermékek* kérdését is itt kell tárgyalni. Összehasonlítva más húsmarhák termékkörét a szürke marha termékeivel, itt van egy olyan „melléktermék” kör, amely más fajtáknál biológiai okokból nincsen meg. Értve alatta a szarvakat, a kikészített bőrt, illetve a kitömött fejet. Ezen „termékek” értéke még nehezen meghatározható, hiszen jelenleg értékesítésük – érthetetlen okokból – sajnos ugyancsak nem szervezett, illetve nem jellemző. Már az 1980-as évek elején is komoly bevételt jelentett a szarutermekek értékesítése (Bodó és Reményik, 1986).
- *az EU-s kvótakihasználtságot* szeretném megemlíteni, végül de nem utolsósorban. A fajta hungarikum mivolta olyan „kapaszkodója” az ágazatnak, amellyel kicsit a

„kvótán kívülre is mozoghatunk”, hiszen támogatottan túlléphető a keret ezzel a fajtával. Bár jelenleg nem áll fent a húsmarha kvóta telítettsége.

Az ágazat *fenyegetettségei* közül a következők a leglényegesebbek:

- *ha a tenyésztők nem fognak össze*, és nem teremtik meg az országos felvásárlási és értékesítési integráció lehetőségét – személyes ellentétek és érdekeltségek miatt –, rövid időn belül tudatosulni fog a gondolat, hogy a szürke marha tartása csak egy hóbort, hobby, illetve a nemzeti parkok látványossága. Sajnos már most is sokan ezt a véleményt vallják. Csak a tenyésztőkön múlik megragadják-e a lehetőségeiket!
- *a jelkép, szimbólum* jelentősége rendkívül fontos. Kutatásaink során találkoztunk olyan olasz bio-termék katalógussal, aminek az elejére, mint jelkép egy maremann tehén kép volt nyomtatva. Ez az ugyancsak podóliai fajtakörbe tartozó szarvasmarha a laikusok számára megtévesztően hasonlít a magyar szürkére. Az EU-ban mint jelképet meg kell tartanunk a magyar szürkét, hiszen nem mindegy melyik országra asszociálnak a külföldiek, ha egy képet látnak erről a nemes állatról!

1. táblázat

A SWOT analízis eredményei

Erősségek – Ellenálló immunrendszer – Könnyű ellés (keresztzéseiben is) – Állami támogatások, “védelem”, prioritás, Hungarikum mivolt – Extrém extenzivitás, extenzív tarthatóság (ezt az EU is támogatja) – Párhuzam a természetvédelemmel – Értékes melléktermékek (trófea)	Gyengeségek – Testsúlygyarapodási erély – Jelenlegi állományméret – Jelenlegi piaci szegmentáltság – Jelenlegi integráltsági szint – Információ hiány a termelési oldalon a fogyasztói oldalról, illetve a tenyésztőknek saját magukról
Lehetőségek – BIO minősített piacok – Turizmus – Horizontális és vertikális integráció – Melléktermék értékesítés – Növekvő környezettudatosság a fogyasztók részéről – Állománynövelés – Kvótakihasználtság, annak támogatott túllépése	Fenyegetettségek – Nagy mennyiségű olcsó import megjelenése a piacon – Feldolgozó ipar stagnálása, negatív irányú változások (érdektelenség, vágásmegtagadás) – A tenyésztők személyes ellentéteiből adódóan az integrációs törekvések elhalása – Mint jelképet elveszíthetjük

Table 1: The SWOT analysis

KÖVETKEZTETÉSEK

Az árutermelés érdekében érdemes lenne végiggondolni azt a tenyésztési irányt, miszerint a jelenlegi állományból törzsállományt tartunk fenn tisztavérben a nemzeti parkokban, míg a többi tehenet fehér-kékbelga, illetve charolais bikákkal termékenyítjük, majd az F₁-eket értékesítjük.

Az értékesítésnek mindenképpen szervezett formában kellene történnie, (erre már vannak javaslatok a tenyésztők részéről). Az országos lefedettségű horizontális, majd az arra ráépülő vertikális integráció lenne a legmegfelelőbb szervezeti rendszer.

Célszerű lenne az ágazatnak az aktuális NAKP-ban aktívan részt venni, s szerves részévé válni, illetve a különböző EU támogatásokat egységesen megpályázni.

Az EU csatlakozás során a húsmarha tenyésztők 117.000-es (hústehén), ill. 95.000-es (nagy súlyú hizóbika) kvótára számíthatnak. Jelenleg 20-22 ezer húsmarha van az országban. Várhatóan az állománylétszám növekedni fog, a kérdés csak az, hogy az egymáshoz viszonyított arányuk hogyan változik. Jelenleg az országos húshasznú tehénállomány 20%-a magyar szürke. Mivel az állománynak több mint 50%-a különböző nemzeti parkok, természetvédelmi szervezetek kezelésében található, valószínűleg ennek a fajtának a részaránya is nőni fog, az egyéb fajták tenyésztőit sújtó „gazdasági nyomás” miatt. Ez gazdasági és pénzügyi okokból következik, hiszen ez a fajta a többihez képest előnyben van, támogatási, illetve a fajta egyediségéből adódó prioritásából.

Szükséges lenne a magyar szürke szarvasmarha tartását az ökológiailag érzékeny területeken tudatosan gazdaságosabbá tenni, nem csak „néprajzunk elemeként” kezelni.

Az agráriumra az EU csatlakozást követő várható „nyomások” hatása miatt, a speciális magyar termékekre nagyobb figyelmet kell fordítani. Szép példát ad számunkra az olasz romagnola fajta, hogy miképpen lehet a mi szintén tradicionális alapokkal rendelkező szürke marha fajtánkat hasznosítani nagyszámban, a modern kereskedelmi viszonyok között. Ha mi nem vállaljuk ennek a „terméknek” a felfuttatását, a külföldi nagytőke előbb vagy utóbb megteszi az ebben rejlő profitlehetőségek miatt. Ezt a magyar agrárium nem engedheti meg!

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Kutatásunk során nyújtott segítségéért köszönetünket fejezzük ki Gera Istvánnak a Magyar Szürke Szarvasmarhát Tenyésztők Egyesülete titkárnak, Boda Mihálynak a Hortobágyi Természetvédelmi és Génmegőrző KHT gazdasági igazgatóhelyettesének, Dr. Kárpáti Lászlónak a Fertő Hanság Nemzeti Park igazgatójának.

IRODALOM

Agrártámogatások 2002, 2003 FVM kiadvány. Budapest.

Ángyán J. (2002). Nemzeti Agrár-környezetvédelmi Program a környezetkímélő, a természet védelmét és a táj megőrzését szolgáló mezőgazdasági termelési módszerek támogatására. SZIE-TK, Budapest.

Bíró J. (1928). A legelőgazda könyve. Magyar. Királyi. Földművelésügyi miniszteri kiadványa. Budapest.

Bodó I. (1994). A magyar szürke szarvasmarha. A Magyar Szürke Szarvasmarhát Tenyésztők Egyesülete. Budapest.

Bodó I., Reményik K.A. (1986). Adatok a magyar szürke szarvasmarha fej- és szarvalakulásának megítéléséhez. In Csató L. szerk. Őshonos és honosult háziállatfajtáink genetikai sajátosságai. Mezőgazdasági Főiskola Kaposvár. 30-45.

Bölcskey K., Bárány I., Berta E., Bíró G., Bodó I., Bozó S., Györkös I., Lugasi A., Süth M., Székely K. P., Szita G., Sárdi J. (2001). A magyar szürke haszonállat-előállító keresztezései. Állattenyésztés és Takarmányozás, 1. 45-57. Állattenyésztési és Takarmányozási Kutatóintézet, Herceghalom.

- Dér F., Marton I. (2001). A gyephasznosítás kérdései. In: Nagy G., Pető K., Vinczeffy I. szerk. Gyepgazdálkodásunk helyzete és kilátási. Debrecen. 269-274.
- FM rendelet 41/1997 (V.28.) Az Állat-egészségügyi Szabályzat kiadásáról: Szarvasmarhák szivacsos agyvelőbántalmai.
- Szomor D. (2003). Szóbeli közlés, Apaj.

Levelezési cím (*corresponding author*):

Kárpáti Béla Imre

Kaposvári Egyetem, Állattudományi Kar, Ökonómiai és Szervezési Intézet
7401 Kaposvár, Pf. 16.

University of Kaposvár, Faculty of Animal Sciences, Institute of Economics and Finance

H-7401 Kaposvár, P.O.Box 16.

Tel.: + 36-82-314-155, Fax: + 36-82-320-175

e-mail: karpbel@freemail.hu

1. melléklet

Név:.....

Cím:

Tenyésztési szám:

1. Állományméret:

-tisztavérű tehén:

-tisztavérű vemhes üsző:

-tisztavérű üsző:

-tisztavérű bika:

Egyéb fajta:

F₁ tehén:

F₁ vemhes üsző:

F₁ üsző:

F₁ bikaborjú:

2. Átlagos borjú választási súly:

tisztavérű:

F₁:

3. A borjak takarmányozása csak legelőre alapozott?

Igen

Nem

Ha nem, egyéb takarmány és annak költsége?

(Vásárolt?

Nem vásárolt?)

4. Van –e vágómarha értékesítés?

Igen

Nem

Ha van hová?

5. Milyen időpontokban van az értékesítés?

6. Átlagos árfolyam?

7. Választott borjú önköltsége?

8. Hová szállítják értékesítéskor az állatokat?

9. Ez kb. hány km út?

10. Kit terhel a szállítási költség?

Felvásárlót

Saját költség

11. Van-e jelenleg is forgalomban lévő terméke, ha igen, mi az?

12. Szükségnek látja-e a horizontális integrációt a vágómarha értékesítés terén?

Igen

Nem

13. Szükségnek látja-e a vertikális integrációt a feldolgozásban és az értékesítésben?

Igen

Nem

14. Hasznosít-e pályázati pénzeket?

Igen

Nem

15. Hány pályázatot adott be és hova a szürke marha állománnyal kapcsolatban?

16. Melyik pályázata nyert?

17. Tőke (vörös) vagy tovább feldolgozott húsként értékesítene szívesebben és miért?

18. Összességében piacképesnek tartja-e a szürke marha tartását tisztavérben? (Ha igen miért?)

19. Keresztelve egyéb húsfajtákkal piacképesebbnek tartja-e a szürke marhát? (Ha igen miért, ha nem, miért?)

20. Van-e a vállalatánál foglalkoztatott, akinek konkrét feladata a vágóállat értékesítése, vagy az értékesítés alkalmoszerű, nem szervezett?

21. Kérem szíveskedjék végül pár mondatban összefoglalni és indokolni: milyen módon gondolja megoldani a vágóállatok értékesítését?

22. Kérem szíveskedjék megjegyzését leírni – ha van – a A magyar szürke szarvasmarha tartásának ökonómiai és környezet-gazdálkodási elemzésével kapcsolatban

Figure 1: Questionary