

Bárányexport: vagy hatékonyan, vagy hagyjuk abba

A szeptemberben létrehozott Juh és Kecse Szakmaközi Szervezet Antal Gábort választotta kereskedelemért felelős alelnökévé. Interjút kértünk tőle, hogy megtudjuk, miként látja az ágazat helyzetét és jövőjét karácsony előtt, és hogy szerinte mik a kötelező feladatok, ha talpon akarjuk tartani és versenyképessé akarjuk tenni a juhágazatot.

– A Hód-Mezőgazda Zrt. 2017-ben döntött úgy, hogy bekapcsolódunk a bárányexportba. Ebben közrejátszott, hogy volt egy hasznosítatlan állattartó telepünk. Átalakítottuk, és most egyszerre 8500 hízobárányt tudunk tovább tartani. Az volt a fő célunk, hogy ellenőrzött körülmények között nevelt bárányokat értékesíthessünk az igazán igényes felvevőpiacokra. De ennél azért több volt a célunk, mert hosszabb távra tervezünk.

Olyan partnerekkel működünk együtt, akik megértik az általunk megfogalmazott gazdasági célt. Ezek a partnereink saját maguk hizlalnak ellenőrzött körülmények között, mi az értékesítésben veszünk részt. Bár nem túl régen dolgozunk a báránykereskedelemben, azért már jól érezhető a szerepünk, hisz az exportált bárányok több mint 25 százalékát mi szállítjuk külföldre. Ehhez nagyon stabil szakmai kapcsolat és logisztikai háttér szükséges, és nálunk mindkettő adott.

Ahogy létrejött idén a Juh és Kecse Szakmaközi Szervezet – a szakmaközi elismerés folyamatban van –, engem kereskedelmi alelnöknek választottak meg. Az új szerveződés még tavaly kezdődött, amikor többen is azon gondolkoztunk, hogy hogyan lehetne előrevinni a magyar juhágazat ügyét, miként tudnánk az eddiginél eredményesebben segíteni az ágazat szereplőinek. Még csak 4 hónappal ezelőtt alakultunk meg, de a szervezettségünk és a taglétszámunk már most is számottevő. Mindannyian azon dolgozunk a szervezetben, hogy miként lehet valóban jobba és eredményesebbé tenni az ágazatot.

Ha kicsit visszatekintünk, kiderül, hogy a hazai juhászat, azon belül a bárányexport környelmi állapotba került az elmúlt évtizedekben. Az olaszok mint nagy vevők megtalálták a magyarokat, sőt, a jobb minőségű bárányért hajlandók voltak számottevő felárat fizetni. Ez volt a kvótakorszakban, akkor szinte veszekedtek rajta, hogy ki vehet bárányt nálunk. Ez a helyzet azóta folyamatosan romlik, beleértve a tenyésztők helyzetét és a piacot



Antal Gábor agrármérnök 2004 óta a Hód-Mezőgazda Zrt. vezérigazgatója. A Juh és Kecse Ágazatért Egyesület kereskedelemért felelős elnökhelyettesévé 2020. szeptember 9-én választották meg.

is. Itthon megváltoztak a gazdálkodási feltételek, más lett a birtokszerkezet, és a földhasználat is új utakon jár. Mindezek következtében a hazai juhágazat jövedelmezősége folyamatosan csökken. A prémium magyar bárány elkezdett leértékelődni a piacon, mert bizony lemaradásban vagyunk például az állategészségügyben, vagy a prevenciót sem oldjuk meg jól, legalábbis nem úgy, ahogy kellene, ahogyan a versenytársaink csinálják.

Mi ezzel a gonddal a vágóhidakon szembesülünk, amikor a vevő megmutatja, hogy miért jobb például a román exportbárány, mint a miénk.

Sajnos ezt sokan nem veszik komolyan, és emiatt erodálódik a magyar juhtenyésztés. Miközben mi itthon elvitatkoztunk, a románok már léptek, és húshasznú fajtákat vezettek be a tenyésztésbe, amelyek hamarosan erős konkurenciát jelentenek számunkra. Pedig a magyarok adottságai a juhtenyésztés-

ben ma is jók, megvan a tudás, a szakértelem és a hagyomány is. Hozzánk is bekerültek hús típusú fajták külföldről, és a vevők kifejezetten szeretik azt a hús típusú merinót, amit itthon tenyésztünk. A magyar rögön nagyon jól szerepel ez a fajta.

A sikerhez, az eredményességhez elengedhetetlen, hogy tisztában legyünk a vevő igényeivel, és a tenyésztőnek is ismernie kell őket. Mivel a piac adott, a mi tenyésztőinknek el kell fogadnia az igényeit. Ez röviden annyit jelent, hogy jó minőséget állítsunk elő. Ám ez önmagában kevés lesz, nézni kell a hatékonyságot is.

Ezt igyekszünk minél erősebben kommunikálni, mondván, aki megfogadja a piac törvényszerűségeit, az megmarad, aki nem, az hosszabb távon eltűnik a piacról. Meg kell érteni, hogy a vevőnek az az igénye, hogy a legkisebb áron a lehető legjobb minőséget kapja.

Feladatunk tehát, hogy egységes és jó minőségű bárányt tudjunk exportálni, amiért prémium felárat kapunk. Ez még abban az esetben is kötelező számunkra, ha látjuk, hogy az értékesítési prémium egyre csökken. Ennek okai közül az áll az első helyen, hogy országosan romlik a bárány piaci minősége. Ezt nem magunktól találtuk ki, hanem azoktól halljuk, akik hosszú évtizedek óta nálunk vásárolnak bárányt, hogy kivigyék az országból. Kényelmetlen, amikor azzal szembesülünk a vágóhídon, hogy a vágott test minősége bizony gyengébb a vetélytársakénál, vagy ha látjuk, hogy milyen az állat belsőisége. Ez utóbbi nagyon sok mindent elárul, főleg a tartás körülményeiről és az állategészségügyi állapotokról.

Nem elegendő a bárány helyzetével foglalkozni, hiszen ott a vágóbirkák és a gyapjú, amiket egyre nehezebb elhelyezni a piacon. Az eredményes működéshez ezek elhelyezése is stratégiát kell alkotnunk.

Még mindig három jól elkülöníthető tradicionális bárányhús-fogyasztási időszak van, és a mi exportunk is ezekhez kapcsolódik. Az →



→ egyik a húsvét, a másik az olaszoknál ünnepeelt Ferro Augusto, a harmadik a karácsonyi időszak. Ez ma is így létezik, de már erősen érezhető az átalakulás jelei.

Egyéb exportpiacainkon is történtek változások. Az EU-ban már mérhető a muszlim lakosság aránya, és ők elég jelentős bárányfogyasztók. Amikor a keresztény és mohamedán ünnepek egybeesnek, az nagy örömet szerezhet a tenyésztőknek, mert olyankor roppantul megnő a báránykereslet. Ha ezek az ünnepek nem ütköznek egymással, akkor nincs akkora keresleti csúcs, és gyengébb az ár is.

Ma már az is tény, hogy Európában létezik standard juhhús-fogyasztás, mert vannak, akik egész évben keresik a terméket. A piaca-

tozik. A koronavírus hatással volt a fogyasztásra is, kezdenek megváltozni a szokások. A magyar bárányra egykor kifizetett prémium felár ma már a múlté. Tény, hogy a versenytársaink jobb minőséget és kedvezőbb árat kínálnak. Amiatt is változik a helyzet, mert a fogyasztók juhhúsvásárlása a hentesből áttevődött a szupermarketekbe. Ott pedig egyenméretben, egyen-vákuumfóliában, jól mutató külsővel, előhűtve adják a bárányhúst, szinte egész évben. Ezeknek a kereskedőknek sokkal erősebb az érdekvédelemmel szemben, most ezzel is meg kell küzdeni. Aztán a pandémia miatt a vevők egyre inkább odafigyelnek a pénztárcájukra, meggondolják, hogy mit és mennyiért vesznek.

rint már említett árfolyamváltozása, de az is, hogy a bárány élőszülya euróban is drágult. Most azt tapasztaljuk, hogy kevés a bárány, főleg a piacra vihető, mert idén gondok voltak a termékenyítéssel, a termékenyüléssel. Ebben volna mit tennünk, mert nemzetközi összehasonlításban bizony alaposan lemaradtunk az egy anyára jutó szaporulat tekintetében. Személyes véleményem, hogy a báránymint végterméket kéne támogatni, és nem az anyát, mert attól nem lesz több eladható állat, ha az anyát támogatjuk.

A brexit külön téma. Az ír báránynak eddig meghatározó szerepe volt az EU-ban, az árak alakításában is. A minősége ugyan gyengébb, mint a miénk, viszont árban olcsóbbak nálunk. Ez eddig fékezőleg hatott más termelőkre, ám ez most megváltozik, a fékezőerő nem érezhető. Nem tudjuk még, hogy lesz-e vám az ír bárányra vagy nem, de figyelünk kell a folyamatokat, mert kihatnak a gazdálkodásunkra.

Ha az ágazat jövőjét nézzük, akkor néhány fontosabb részletre fel kell készülnünk. Ilyen például, hogy mi lesz akkor, ha az élőállat-szállítást korlátozzák, mert az hatással lesz a mi bárányexportunkra. Az állatvédelem mellett egyre feszesebbé válik az állategészségügy kérdése. Ahol nem létezik a kéknyelv-betegség, ott megtilthatják a bevitelt, de léteznek más betegségek is, amelyek befolyásolják az állatok mozgását. Összességében ez felveti azt a kérdést, hogy az esetleges további korlátozások mellett

meddig fogunk tudni élő báránymint exportálni. Ugyanis, bár van néhány vágóhidunk itthon, de csak kevés, és korlátozás esetén ezek nem tudják felvenni az áruhalapot, sem levágni, sem a piacra elhelyezni. Ebből következik, hogy idejében kell lépünk.

A bárány egyébként jó exporttermékünk, és látnunk kell, hogy még van növekedési potenciál benne, főleg, ha a hatékonyságon javítani tudunk. A szeptember 9-én megalapított Juh és Kecse Szakmaközi Szervezetnek bőven feladata, hogy a tenyésztők, a kereskedők, a vágóhidak és végül, de nem utolsósorban a fogyasztók is jól járjanak a magyar bárányhússal.



ink közül változatlanul Olaszország a legfontosabb, de egyre nagyobb mennyiségben és arányban vásárolnak tőlünk az osztrákok, a németek és a franciák is.

Az idei koronavírus-járvány ebben az ágazatban is okozott fejtörést a hirtelen bezárkózás, a közlekedés leállása miatt, ezek fojtogatták a gazdaságot. A kritikus helyzetben gyorsan intézkedett a magyar kormány és a magyar hatóságok, segítettek. Végeredményben a kiszállítás nem szenvedett csorbát. Hazánk deklarálta, hogy a gazdaságot nem bénítjuk le a vírus miatt, így most logisztikai gondjaink sincsenek.

Ám mindez pillanatnyi állapot, mert előfordulhat, hogy holnapra minden megvál-

Az exportnak kedvez a jelenlegi euró-folyam, de ez ideiglenes dolog. Hozzánk is mindenhol be fog gyűrűzni ennek a hatása, drágul a takarmány. A kukorica és a szója ára az egekben, többe kerül az energia, növekszik a munkabér költsége. Mindezek együttesen megjelennek a bárány önköltségében, azaz drágulni fog. Azzal sem vagyunk kiségitve, ha a bárány jó minőségű, mert emellett az egész folyamatot hatékonyan kell végrehajtani. Be kell látnunk, hogy az extenzíven nevelt bárány már nem versenyképes, sem minőségben, sem hatékonyságban.

A bárányexportpiacon most kedvezőek az árak, de ez, sajnos nem marad így örökre. A jelenlegi helyzetben közrejátszik az eurófo-

