



SZAKDOLGOZAT

Berecz Adrienn

**GÖDÖLLŐ
2024.**

**MAGYAR AGRÁR- ÉS ÉLETTUDOMÁNYI EGYETEM
GÖDÖLLŐI CAMPUS
VIDÉKFEJLESZTÉS ÉS FENNTARTHATÓ GAZDASÁG
INTÉZET**

Egy családi tejfeldolgozó gazdasági életképessége

Készítette:

BERECZ ADRIENN

III. évfolyam

Vidékfejlesztési agrármérnök szak

Konzulens:

DR. BORBÉLY CSABA

Egyetemi docens

Szakfelelős:

DR. KÁPOSZTA JÓZSEF

Egyetemi tanár

2024.

1. TARTALOM

1.	TARTALOM.....	3
2.	BEVEZETÉS	5
3.	SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS	7
3.1	A tejiparról általánosságban	7
3.2	A világ tejtermelése	7
3.3	Az Európai Unió helyzete és termelésének megoszlása.....	8
3.3.1	Gazdaságok jelenléte Európában	8
3.3.2	Tejtermelés mértéke	9
3.3.3	Import alakulása	10
3.3.4	Export alakulása	10
3.4	Magyarországi tejtermelés helyzete	10
3.4.1	Hazai tejelő gazdaságok jelenléte	10
3.4.2	Magyarországi szarvasmarha állomány	11
3.4.3	Tejtermelés és felvásárlás alakulása.....	11
3.4.4	Tejtermékek fogyasztása	13
3.4.5	Termékkategóriák fogyasztási gyakorisága	13
3.4.6	Tejtermékek beszerzési csatornái.....	14
3.4.7	Figyelembe vett szempontok a vásárlás során	15
3.4.8	Háztartások sajtvásárlásra fordított összege.....	15
3.5	Rövid ellátási lánc	16
3.5.1	Fogalma és általános jellemzői.....	16
3.5.2	Fogyasztók megoszlása a tejpiacon.....	17
3.5.3	Termelők viszonyulása az új piaci	17
3.6	A helyi termék meghatározása	17
3.7	Miért választják a fogyasztók a helyi termékeket és a rövid ellátási láncot?	17
4.	ANYAG ÉS MÓDSZER.....	19
4.1	Szekunder források	19
4.2	Primer források	19
4.2.1	Mélyinterjú a gazdaság vezetőjével	19
4.2.2	SWOT-analízis	20
4.2.3	Pénzügyi és termelési adatok gyűjtése	20
5.	EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK	21
5.1	A Maszlik Családi Gazdaság bemutatása	21

5.2	A tejfeldolgozó üzem bemutatása.....	22
5.2.1	A tejfeldolgozó üzem megépítése	22
5.2.2	Termékpaletta bemutatása.....	23
5.3	Bevételek alakulása	24
5.4	Megjelenő költségek a gazdaságban.....	25
5.5	Termékek értékesítésének alakulása 2022-ben.....	27
5.5.1	A tej értékesítésének trendjei és alakulása	28
5.5.2	Feldolgozott termékek értékesítése	29
5.6	Termékek értékesítésének alakulása 2023-ban.....	30
5.6.1	A tej értékesítésének trendjei és alakulása	31
5.6.2	Feldolgozott termékek értékesítése	32
5.7	Termékek értékesítésének összehasonlítása	33
5.8	Termelési fejlesztések és technológiai előre lépések	33
5.9	A fogyasztói kereslet növekedése 2023-ban	33
5.10	Mélyinterjú a gazdaság megalapítójával.....	34
5.11	SWOT-analízis készítése a gazdaságra.....	38
5.11.1	Erősségek	39
5.11.2	Lehetőségek.....	39
5.11.3	Gyengeségek	41
5.11.4	Veszélyek	42
6.	KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK.....	44
7.	ÖSSZEFOGLALÁS.....	46
8.	IRODALOMJEGYZÉK.....	48
9.	ÁBÁRK, TÁBLÁZATOK, KÉPEK JEGYZÉKE	51
9.1	Ábrák jegyzéke	51
9.2	Táblázatok jegyzéke	51
9.3	Képek jegyzéke.....	51

2. BEVEZETÉS

A mezőgazdaság és az élelmiszeripar folyamatosan változó környezete új kihívásokat és lehetőségeket teremt a családi gazdaságok számára. Jelen szakdolgozat célja egy családi tejfeldolgozó üzem bemutatása, valamint annak életképességének és jövőbeni esélyeinek feltárása. A választott téma aktualitását és fontosságát a rövid ellátási lánc, a kisgazdaságok és a családi vállalkozások szerepének kiemelése adja.

A globalizáció és a nagy multinacionális cégek térnyerése mellett egyre hangsúlyosabbá válik a helyi termelők és kistermelők jelentősége. A családi gazdaságok nemcsak a helyi közösségek élelmiszer-ellátását biztosítják, hanem munkahelyeket is teremtenek, ezzel hozzájárulva a vidékfejlesztéséhez és fenntartásához. A különböző termékpaletták szélesítése által a kistermelők nem csupán a piaci versenyt erősítik, hanem a fenntarthatóság és a helyi gazdaság fellendítésének is fontos eszközei.

A témaválasztás mögött az áll, hogy több éve szoros kapcsolatot ápolok egy családi gazdasággal, amely iránt mély kötődés alakult ki bennem. Bár nem itt nőttem fel, az évek során közelebbről láttam ennek a munkának az értékét, a hagyományok és a mindennapi kihívások jelentőségét. Ez a személyes tapasztalat ösztönzött arra, hogy mélyebben megértsem a családi gazdaságok szerepét, különösen a tejtermelés és értékesítés területén. A tanulmányaim befejezése után valószínűleg itt fogok dolgozni, ezért érdekel a gazdasági helyzete, életképessége, lehetőségei és kihívásai. Céлом, hogy a kutatásom során feltárt információk segítségével ne csak a gazdaság helyzetét értékeljem, hanem megoldásokat is találjak a felmerülő problémákra.

A dolgozat során alaposan megvizsgálom a tejfeldolgozó üzem működését, piaci helyzetét, a termelési folyamatokat, valamint a családi gazdaságok életképességének fenntartását segítő lehetőségeket. Remélem, hogy a kutatásom eredményei hozzájárulnak a téma mélyebb megértéséhez, és segítenek abban, hogy a családi gazdaságok még inkább erősödjenek a piacon.

Az alábbi hipotéziseket fogalmaztam meg a kutatásommal kapcsolatban:

H1: Az innovatív tejtermelési technológiák alkalmazása növeli a tejhozamot, és csökkenti az előállítás költségeit a családi gazdaságokban.

H2: A családi gazdaságok rugalmasabban alkalmazkodnak a piaci változásokhoz és a fogyasztói igényekhez, mint a nagyobb ipari gazdaságok.

H3: Az egészségtudatos életmód népszerűségének növekedésével nő a kereslet a természetes, adalékanyag-mentes tejtermékek iránt, különösen a helyi, családi gazdaságokból származó termékek esetében.

3. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

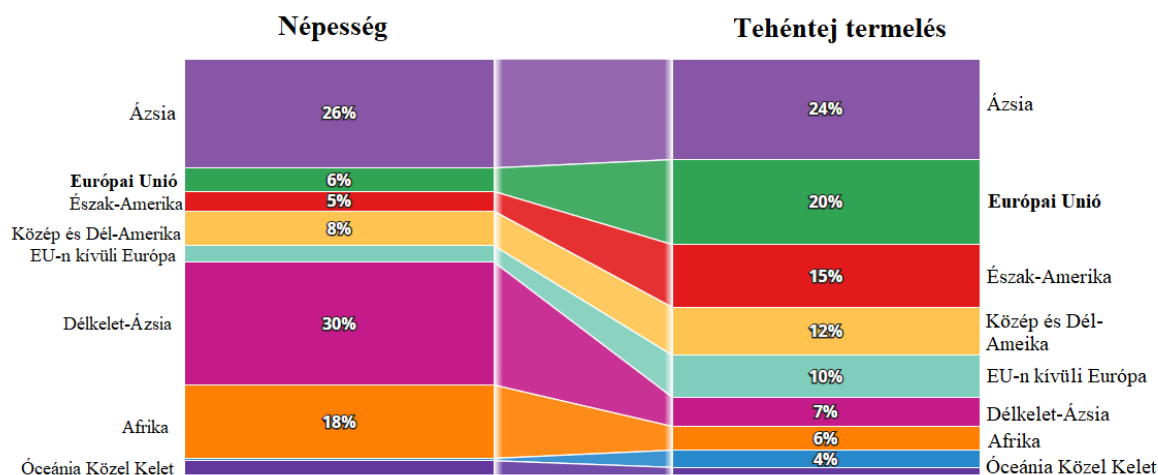
3.1 A tejiparról általánosságban

A tej és a tejtermékek fontossága az egészség és az általános jólét szempontjából széles körben elismert. Számos kormány kiemelten kezeli a tejipart, mivel az alapvető élelmiszerforrások biztosításában létfontosságú szerepet játszik. Táplálkozási szempontból a tejtermékeket az egyik leghasznosabb emberi tápláléknak tekintik, mivel magas fehérje- és vitamintartalommal rendelkeznek. Emellett nem lehet eléggé hangsúlyozni az erjesztett tejtermékek figyelemre méltó élettani előnyeit, amelyeket csak a mikrobiális erjesztés tesz lehetővé. A legtöbb nemzet autonómiára törekszik az egészségügyi élelmiszerellátás biztosítása terén, felismerve annak fontosságát nemcsak érzékeny szociális kérdésként, hanem jelentős közegészségügyi kérdésként is (*Szakály Z., 2012.*).

Mivel a világ népessége ma már eléri a 8 milliárdot, elengedhetetlen, hogy fenntartható és tápláló élelmiszerforrásokat állítsunk elő, hogy kielégítsük ennek a növekvő népességnek az igényeit. Ennek eredményeképpen a tej és a tejtermékek az emberi élet minden szakaszában nélkülözhetetlen. E cél eléréséhez elengedhetetlen, hogy a mezőgazdasági és termelési folyamatok digitalizálódjanak. Az automatizálási technológiák és a precíziós mezőgazdasági berendezések egyre fontosabb elemei ennek az átmenetnek. Ezekkel az eszközökkel a gazdálkodók és a termelők hatékonyabban irányíthatják műveleteiket és növelhetik a termelékenységüket.

3.2 A világ tejtermelése

A FAOSTAT (2021) szerint a világ tehéntejtermelése 2021-ben 7,43 milliárd tonna volt, és a világ tejtermelésének több mint felét Ázsia és Amerika adta. A hozzájárulást tekintve vezető országok közé tartozott India, az USA, Kína, Pakisztán, Brazília, Oroszország, Németország, Franciaország, Új-Zéland és Törökország, amelyek együttesen a teljes tejtermelés 62%-át adták (*Sárközi J., (2021.)*).



1. ábra A világ tejtermelésének népesség szerinti eloszlása

Forrás: Clal.it

A globális tehéntej-termelés jelentős eltéréseket mutat a népesség arányához képest. Az Európai Unió, bár a világ népességének csak 6%-át adja, a tejtermelés 20%-át biztosítja. Ezt a magas termelési arányt a fejlett mezőgazdasági technológiák, az iparosított tejtermelés és a magas tejfogyasztás jellemzi. Hasonló helyzetben van Észak-Amerika is, amely a világ tejtermelésének 15%-át adja, miközben népessége mindössze 5%. Ázsiában a tejtermelés aránya csupán 24%, ami meglepő, tekintve a régió népességét. Délkelet-Ázsia, a legnagyobb népességű terület, mindössze 7%-ot képvisel a globális tejtermelésből. A tejtermelés alacsony arányát a mezőgazdasági infrastruktúra hiánya, az éghajlati és kulturális tényezők befolyásolják. Afrikában is hasonló a helyzet, ahol a népesség 18%-a él, de a tejtermelés mindössze 6% (1.ábra).

3.3 Az Európai Unió helyzete és termelésének megoszlása

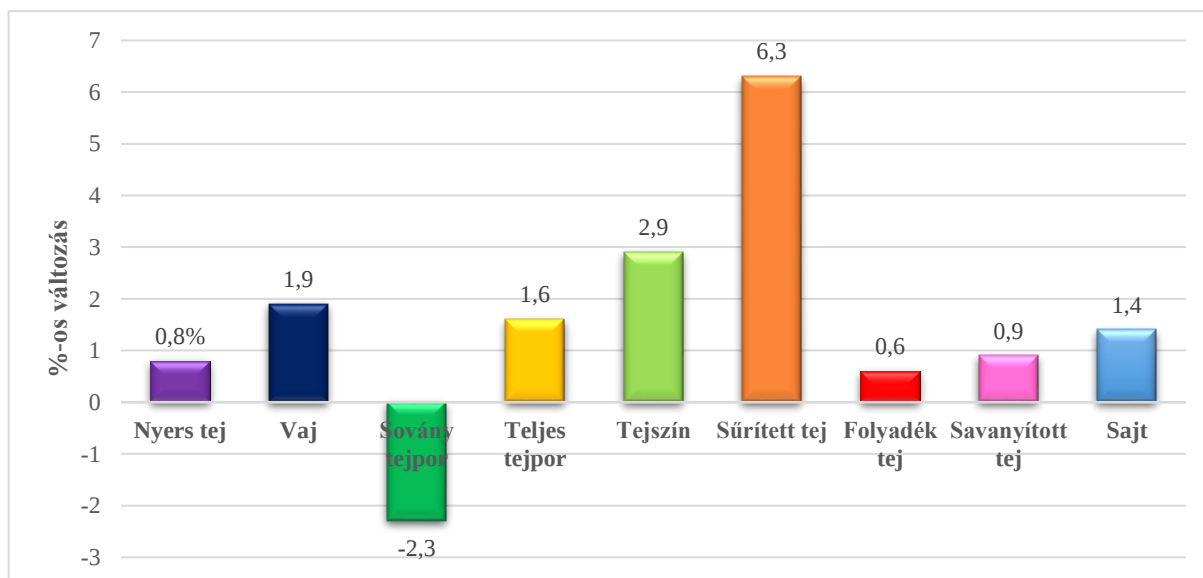
3.3.1 Gazdaságok jelenléte Európában

Az európai állattartó gazdaságok átlagosan viszonylag kicsik, a legtöbbjük kevesebb, mint 50 hektár földterületből és kevesebb, mint 50 állategységből áll. Egy gazdaság átlagos mérete 34 hektár, és 47 állategységet számlál. Még azokban a régiókban is, ahol az állattenyésztés specialitásnak számít, mint például Európa legnagyobb állattenyésztője, az átlagos gazdaság 51 hektár földterülettel és két alkalmazottal rendelkezik, az állomány pedig 79 állategységet tartalmaz, összesen 138 000 euró értékben. Az Európai Unióban a gazdaságok nagyüzemi és intenzív termelésre való felhasználása nem általános, és gyakran a környezetvédelmi és állatjóléti szervezetek ellenállásába ütközik (Borokva Zs., 2023.).

Dánia, Franciaország és az Egyesült Királyság az összes állattenyésztési ágazatban a legnagyobb méretű gazdaságokkal rendelkezik, átlagosan 95 hektárral. A legalacsonyabb átlagos üzemméret Lengyelországban figyelhető meg, amely 18 hektár, ezt követi Olaszország és Hollandia, mindkettő 40 hektár alatti átlaggal (Borokva Zs., 2023.).

3.3.2 Tejtermelés mértéke

Az Európai Unió teljes mezőgazdasági értékének jelentős részét az előállított tej és tejtermékek teszik ki. 2022-ben az EU tejtermelése 152,8 millió tonna volt, 2023-ra pedig 0,8%-os növekedést prognosztizálnak. Ez 5,6 %-os növekedést jelent az előző évhez képest, és 37%-os növekedést 2021 óta. Az uniós tejtermelésben Németország Franciaország, Lengyelország, Hollandia, Olaszország és Írország a főszereplők, amelyek a teljes mezőgazdasági érték mintegy 70%-át adják (www.tejtermek.hu).



2. ábra Az EU-termelése egyes termékek esetében

Forrás: www.tejtermek.hu

A grafikon a különböző tejtermékek termelésének százalékos változását mutatja 2023-ban január és július között az Európai Unióban. A legnagyobb növekedés a sűrített tej termelésében figyelhető meg, amely 6,3%-kal emelkedett. Ezt követi a tejszín 2,9%-os, majd a vaj 1,9%-os termelésnövekedése. A teljes tejpor és a sajt termelése is bővült, előbbi 1,6%-kal, utóbbi 1,4%-kal. A nyers tej, a folyadék tej és a savanyított tej termelése kisebb mértékben nőtt, 0,8%, 0,6%, illetve 0,9%-kal. Az egyetlen termék, amelynél csökkenés tapasztalható, a sovány tejpor, amelynek termelése 2,3%-kal csökkent. (2. ábra) (www.tejtermek.hu).

3.3.3 Import alakulása

2022 szeptemberében az ágazatban jelentősen nőtt a felvásárlások száma, 143,7 millió tonnát szereztek be az előző évhez képest. Ez a kialakult emelkedő tendencia 2023 júliusában is folytatódott, Németországban, Hollandiában, Lengyelországban és Belgiumban. Ezzel szemben Olaszországban, Franciaországban és Írországon csökkent a vásárlások mértéke (www.tejtermek.hu).

3.3.4 Export alakulása

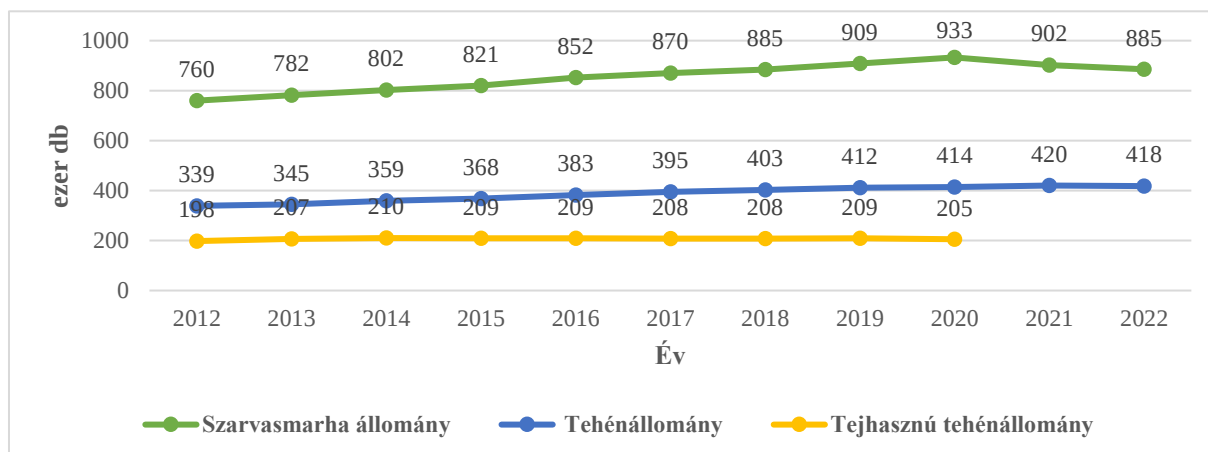
2023 első nyolc hónapjában az Európai Unió tejtermékei, például sovány tejpör, vaj, sűrített tej, savópor, sajt és teljes tejpör exportja jelentősen nőtt. Tejegyenértékben kifejezve az EU-27 teljes tejpári exportja 8%-kal, értékben kifejezve pedig 6%-kal nőtt az előző évhez képest. Különösen az Egyesült Államokba, Kínába, Szaúd-Arábiába és Dél-Koreába irányuló vajexport nőtt, míg az Egyesült Királyság és Indonézia esetében csökkent. Hasonlóképpen nőtt az Egyesült Királyságba, Dél-Koreába és Ausztráliába irányuló sajtexport, míg az Egyesült Államokba, Japánba és Szaúd-Arábiába irányuló kivitel csökkent. A sovány tejpör exportja vegyes eredményeket mutatott, a teljes tejpör kivitele pedig egyszerre nőtt és csökkent a különböző piacokra, ami a globális tejkereskedelem kiszámíthatatlan jellegét tükrözi (www.tejtermek.hu).

3.4 Magyarországi tejtermelés helyzete

3.4.1 Hazai tejelő gazdaságok jelenléte

Magyarországon a jelentős méretű tejtermelő állományok jellemzően vidéken találhatók. A Bóly Zrt. 2 812 db tehenet tart Bólyban, 12 043 kg átlagos tejtermeléssel; az Erdőhát Zrt. 1.366 db tehenet tart Csaholcon, 12 344 kg átlagos tejtermeléssel; a Komárom Mg. Zrt. komáromi telephelyén 1 321 db tehenet tartanak, amelyek átlagosan 13 490 kg tejet termelnek (agrarszektor.hu).

3.4.2 Magyarországi szarvasmarha állomány

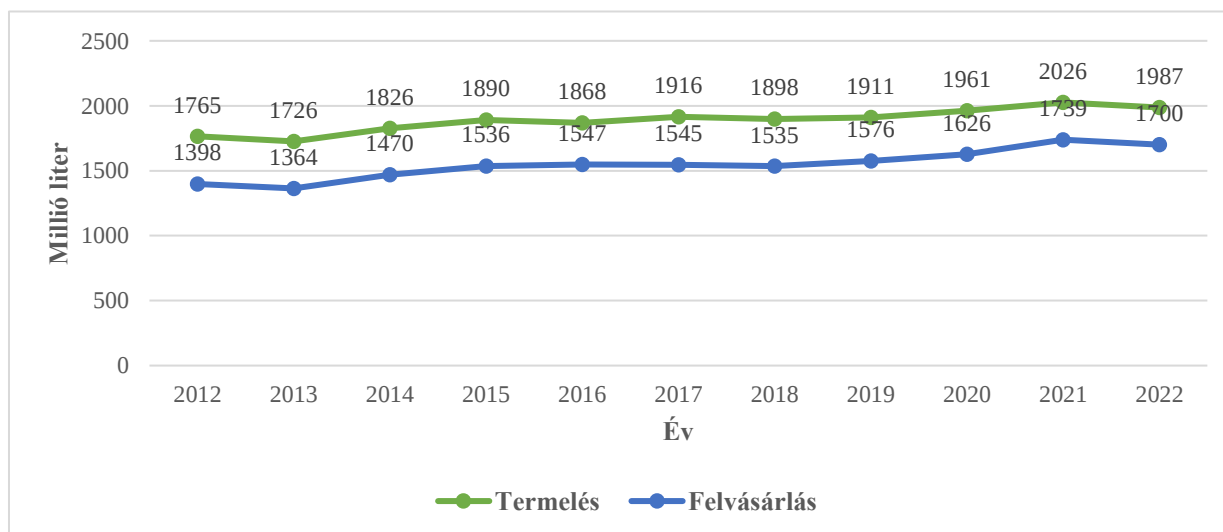


3. ábra: A szarvasmarha állomány alakulása

Forrás: Központi Statisztikai Hivatal

2012 és 2021 között a szarvasmarha- és tehénállomány Magyarországon folyamatosan növekszik, és 2021-re a szarvasmarhák esetében eléri a 933 000 ezer darabot a tehenek esetében pedig a 414 000 egyedet. Azonban 2021 és 2022 között enyhe csökkenés következett be. A szarvasmarhák száma 3,2%-kal, míg a teheneké 0,47%-kal csökkent. Mindazonáltal úgy tűnik, hogy a hazai szarvasmarha- és tehénállomány az elmúlt években viszonylag magas szinten maradt (*Központi Statisztikai Hivatal*). Az elmúlt két évben Magyarország jelentős lépéseket tett annak érdekében, hogy a tejelő tehénállományt ne csak fenntartsa, hanem növelje is (3. ábra).

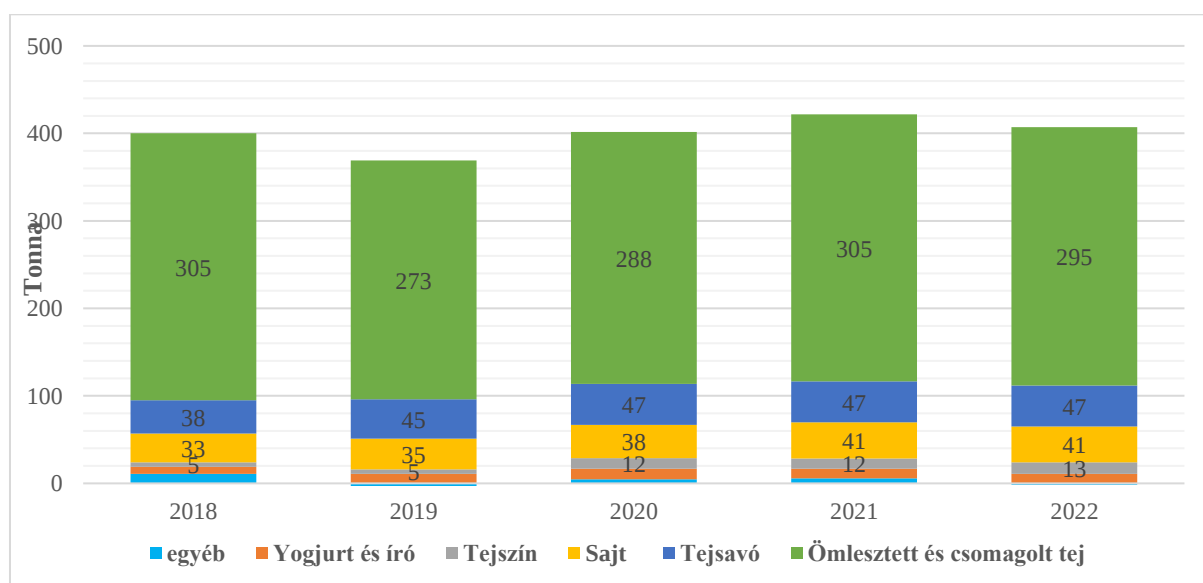
3.4.3 Tejtermelés és felvásárlás alakulása



4. ábra A hazai tejtermelés és felvásárlás megoszlása

Forrás: Központi Statisztikai Hivatal

2012 és 2022 között a magyarországi tejtermelés és felvásárlási arány minimális ingadozásokat mutat, de nagyrészt továbbra is emelkedik (4.ábra). Ez a növekedés az ágazatban bekövetkezett fejlesztések eredménye, amelyek pozitívan befolyásolták a tejtermelést és az állatállomány fejlődését. A tejtermelés növekedése a magyarországi export nagyobb volumenében is tükröződik, ami azt jelzi, hogy az ország fokozatosan a gazdasági önellátás irányába fejlődik. A tejtermékek behozatal volumene fokozatosan csökken, míg a kivitel növekszik. Ezek a kereskedelmi tendenciák arra utalnak, hogy a gazdaság előrelépést tesz a nemzetközi piacokon, csökken az importtól való függőség és egyre nagyobb hangsúlyt kap a gazdasági önellátás.



5. ábra Tejipari exportált termékek megoszlása

Forrás: Clal.it

A folyékony tej a legkeresettebb tejtermék az exportált termékek körében, ezt követi a savó, a sajt, és kisebb mértékben a tejszín, a joghurt és más tejtermékek. Ez a rangsor a folyékony tej iránti erős keresletet tükrözi, ugyanakkor kiemeli a tejtermékeket és egyéb változatok jelentős jelenlétét az exportpiacon (5. ábra).

3.4.4 Tejtermékek fogyasztása

<i>Fogyasztás</i>	2016	2017	2018	2019	2020
Tejgyenértékben (kg)	196,9	194,6	196,8	206,4	203,3
Tej (liter)	53,4	52,6	54,6	56,2	56,7
Joghurt, kefir, tejföl (liter)	13,6	13,2	13,3	13,1	12,7
Sajt, túró (kg)	7,6	7,6	7,9	8,4	8,9
Vaj, vajkrém (kg)	1,2	1,3	1,2	1,5	1,5

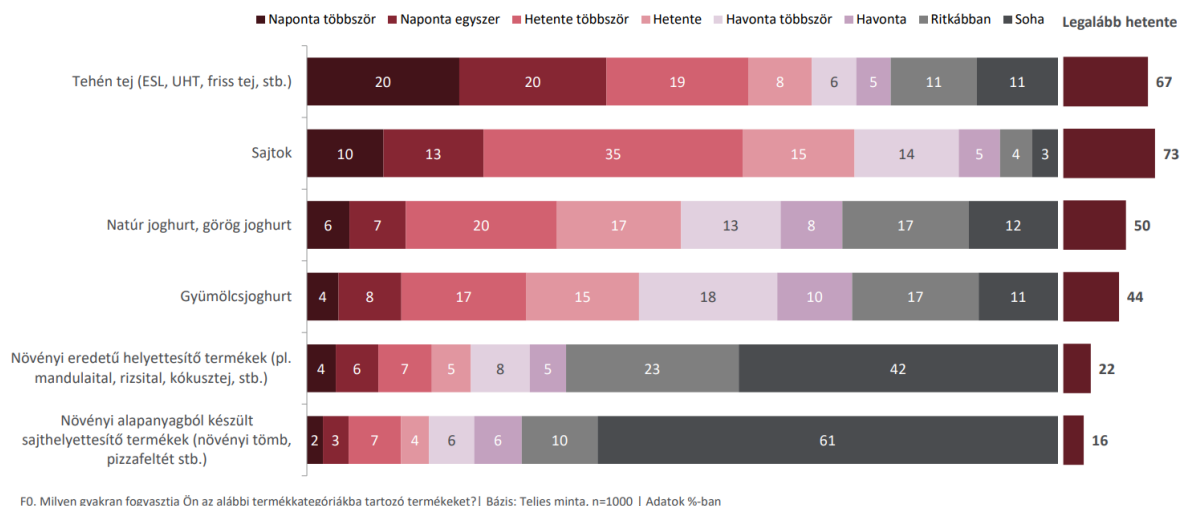
1. táblázat Az egy főre jutó éves tejtermékek fogyasztása Magyarországon

Forrás: Központi Statisztikai Hivatal

A Magyarországon előállított tejtermékek fogyasztása a savanyított termékek esetében enyhe csökkenést, az egyéb termékek esetében pedig enyhe növekedést mutat, ami összhangban van az Európai Unióban megfigyelhető tendenciával. Hazánkban a folyékony tej a legnépszerűbb tejtermék, amely a teljes tejfogyasztás 70-75%-át teszi ki (*Központi Statisztikai Hivatal*)(1. táblázat). A városokban és a környező településeken a feldolgozott tejtermékek iránt nagyobb a kereslet. A városi területeken élőkhez képest a vidéki emberek nagyobb arányban fogyasztanak folyékony tejet. Ez az eltolódás annak tulajdonítható, hogy a tejet főként vidéken termelik és dolgozzák fel, mielőtt a városokba szállítják.

3.4.5 Termékkategóriák fogyasztási gyakorisága

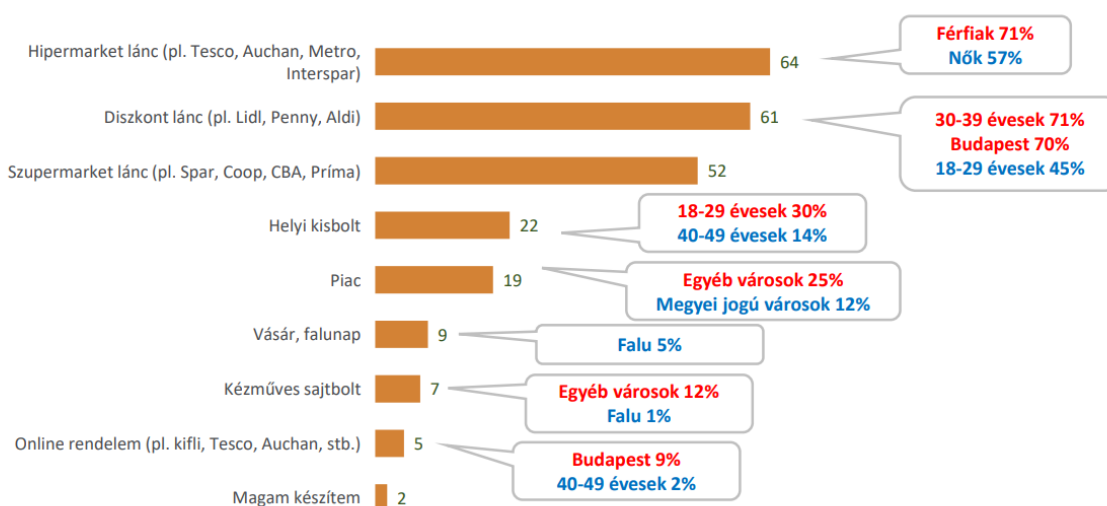
A Tejtermék-tanács által készített átfogó sajt kutatás eredményei a következő megállapításokat tartalmazzák. A tehéntej fogyasztása napi szinten jelentős, a megkérdezettek 20%-a többször, további 20%-uk pedig legalább egyszer fogyasztja naponta. A válaszadók kétharmada heti rendszerességgel iszik tejet. A sajtokat illetően a fogyasztási gyakoriság hetente több alkalommal is jellemző, és minden negyedik megkérdezett napi szinten fogyaszt sajtot. Ezzel szemben a növényi alapú alternatívák, beleértve a növényi sajtokat is, a legkevésbé kedveltek; a válaszadók 42-61%-a soha nem fogyasztja ezeket a termékeket (6. ábra).



6. ábra Tejtermékek fogyasztásának megoszlása

Forrás: Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács

3.4.6 Tejtermékek beszerzési csatornái



V1. Az alábbiak közül hol, milyen típusú üzletben szokott Ön sajtot vásárolni? | Bázis: Aki vásárol sajtot, n=911 | Adatok %-ban

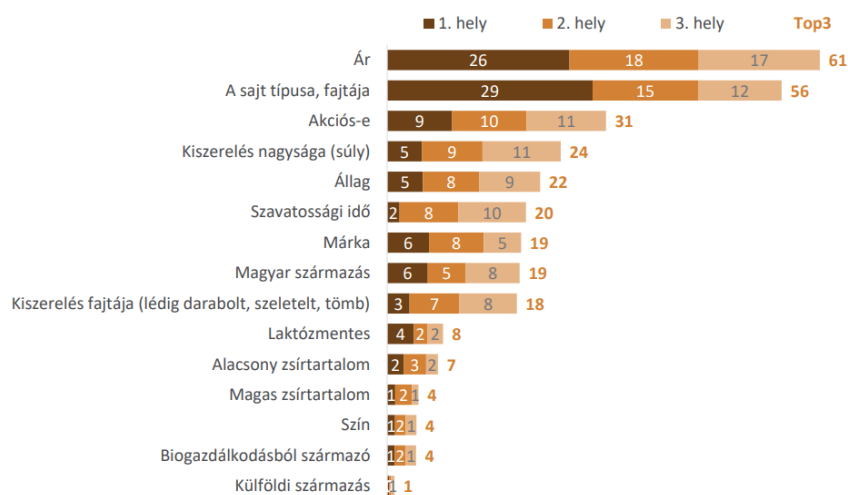
7. ábra Termékek beszerzési csatornái megoszlása

Forrás: Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács

A sajtvásárlók többsége hipermarketekben és diszkont láncokban szerzi be a sajtot, ami eltér a megszokott vásárlási szokásokról, mivel a sajtok esetében a hipermarketek nagyobb szerepet kapnak, általánosan a diszkontok állnak az élen. A hipermarketek és diszkontok mellett a szupermarketek is jelentős szerepet játszanak a sajt vásárlásában.

A férfiak gyakrabban választják a sajtvásárlás helyszínéül a hipermarketeket, míg a nők kevésbé. A legfiatalabb korosztály inkább helyi kisboltokban vásárol, míg a diszkontok használatától elmaradnak. Ezzel szemben a 30-39 évesek és a budapesti vásárlók előnyben részesítik a diszkontokat (7. ábra).

3.4.7 Figyelembe vett szempontok a vásárlás során



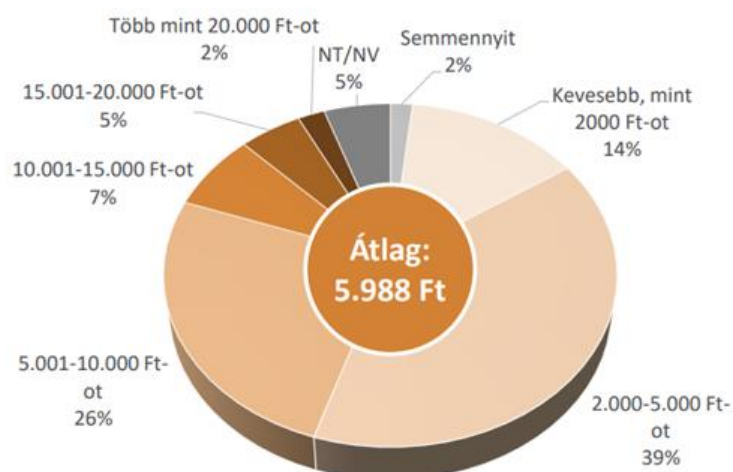
8. ábra Termékek vásárlási szempontjai

Forrás: Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács

A magyar vásárlók számára a sajtvásárlás során a legfontosabb tényezők az ár és a sajt típusa vagy fajtája. Az ár 61%-ot, míg a sajt típusa 56%-ot kaptak a legfontosabb szempontok között. A magyarok érzékenységet az is tükrözi, hogy a harmadik legfontosabb tényező az akciós ár. A kvalitatív kutatások szerint a közeli lejáratú idő nem növeli a sajt vonzerejét, de a normál akciók jelentőséggel bírnak számukra. Ezen kívül a magyar származást ötödik sorolta a három legfontosabb szempont közé. A sajt zsírtartalma, színe, biogazdálkodásból származása, vagy külföldi eredete a legkevésbé befolyásolják a vásárlási döntéseket (8. ábra).

3.4.8 Háztartások sajtvásárlásra fordított összege

Egy átlagos magyar háztartás havonta körülbelül 6 000 Ft-ot költ sajtvásárlásra. A válaszadók 39%-a 2 000-5 000 Ft között költ sajtra havonta, míg 26% 5 000-10 000 Ft-ot áldoz erre. A háztartások 16%-a ennél kevesebb, 2 000 Ft-nál is alacsonyabb összegből vásárol sajtot havonta, míg 14%-uk 10 000 Ft-nál többet költ. Az egyes költési kategóriák középértéke alapján a havi átlagos kiadás 5 988 Ft (9. ábra).



9. ábra Háztartásonként sajtra fordított összeg

Forrás: Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács

3.5 Rövid ellátási lánc

3.5.1 Fogalma és általános jellemzői

A Rövid Ellátási-Lánc (REL) egy olyan ellátási rendszer, ahol kevés folyamatlépésből álló lánc tagok vesznek részt, és ezek a résztvevők elkötelezetten aktívak az együttműködésekben, valamint fontosnak tartják a szoros földrajzi és társadalmi korrelációt, továbbá a helyi gazdasági kapcsolatokat is (Kujáni K., 2017).

A REL-ek jellemzően több értékesítési csatornát tartalmaznak, amelyeket úgy alakítottak ki, hogy megfeleljenek a különböző fogyasztói csoportok sajátos igényeinek. Bár ezek az ellátási láncok számos fenntarthatósági célkitűzés megvalósítására használhatók, tudományosan nehéz bizonyítani, hogy következetesen környezeti, társadalmi és gazdasági szempontból előnyösebbek. A hagyományos élelmiszertermelés költséghatékonysága és fenntarthatósága számos elemtől függhet, például az előállított terméktől és annak forgalmazási módjától. Ha nagy mennyiségről van szó, a hagyományos ellátási lánc költséghatékonyabb és bizonyos esetekben még kívánatosabb is lehet. Végző soron a hagyományos élelmiszertermelési technikák hasznosításának előnyei a kontextustól függenek.

A helyi szintű gazdasági tevékenységre való áttérés előnyös lehet a helyi közösségek számára, de veszélyes helyzetet is teremthet azon fejlődő országok számára, amelyek gazdaságuk

fenntartása eddig nagymértékben az élelmiszeripari termékek exportjára támaszkodott (*Fertő I. és Mizik T., 2016*).

3.5.2 Fogyasztók megoszlása a tejpiacon

A rendelkezésre álló sokoldalú forgalmazási csatornák különböző fogyasztói csoportok igényeit elégíthetik ki. A fiatalabb korosztály inkább az internetes értékesítést részesíti előnyben, míg az idősebbek jellemzően a termelői piacokat választják. Összességében a magasabb iskolai végzettségűek általában jobban érdeklődnek a REL iránt (*Benedek Zs., és Balázs B., 2014*).

A COVID-19 járvány kitörése óta drámaian megnőtt a helyi forrásból származó összetevők iránti kereslet, és nagyobb hangsúlyt kapott a rövidebb ellátási lánc. Ez a tendencia tovább erősítette a "földtől az asztalig" mozgalmat, amit (Alsetoohy et al.) 2021-ben végzett tanulmány is mutat (*Ásványi K., 2022*).

3.5.3 Termelők viszonyulása az új piaci

A gazdálkodók hajlandóak új megközelítést keresni az értékesítésben, azonban az alkalmazott technológia, a hatékonyság szintje és a társadalmi környezet mind a hagyományos, mind a biogazdálkodók esetében eltérő lehet a rendelkezésre álló speciális szakértelemtől függően (*Benedek Zs., és Balázs B., 2014*).

3.6 A helyi termék meghatározása

A helyi termékeket kistermelők vagy élelmiszeripari vállalkozások állíthatják elő, függetlenül a működés típusától. Egyre nagyobb az igény a helyben előállított termékek és áruk iránt, amelyeket kis- vagy nagyüzemi szinten állítanak elő. Ezek a termékek olyan erőforrásokból készülhetnek, amelyek vagy a termelő tulajdonában vannak, vagy Budapest 40 km-es körzetében. Ezek a termékek vagy közvetlenül a fogyasztóhoz, vagy egy harmadik fél, például kiskereskedők vagy éttermek közvetítésével juthatnak el (NAK 2020.).

3.7 Miért választják a fogyasztók a helyi termékeket és a rövid ellátási láncot?

- A helyi termelőktől és beszállítóktól történő árubeszerzés előnyösebb, mivel csökkenti a távolsági szállítással járó szén-dioxid kibocsátást és minimalizálja a csomagolási hulladékot.
- A termelők megismerése révén bármikor biztonsággal vásárolhatjuk meg tőlük a megfelelő terméket.

- Azzal, hogy helyi termelőktől és feldolgozóktól vásárolunk, lehetőséget biztosítunk számukra, hogy nyereségüket visszaforgassák a helyi gazdaságba, így támogatva a közösség egészét.
- A helyi gazdálkodókkal való kapcsolat révén lehetőség nyílik arra, hogy betekintést nyerj a termesztési folyamatba, és akár közvetlenül a gazdaságból is választhatsz friss termékeket.
- Ha csatlakozik egy bevásárlási vagy élelmiszerboltos kollektívához, recepteket, tanácsokat és egyéb értékes információkat oszthatnak meg egymással.
- Egyre több termelő használja ki az internet erejét, hogy a házhozszállítási szolgáltatások nyújtásával kihasználja a rövidebb élelmiszer-ellátási lánc előnyeit *(Kislépték 2020.)*

4. ANYAG ÉS MÓDSZER

4.1 Szekunder források

A szekunder források feldolgozása során olyan források kerültek bevonásra, amelyek a primer források elemzését, értelmezése és összegzése révén nyújtanak betekintést az adott témába. A szekunder források csoportjába tartozó tudományos publikációk, internetes portálok és egyéb szakirodalmi munkák feldolgozási lehetőségei ad arra, hogy a primer adatokon alapuló megállapításokat, valamint a különböző kutatási eredményeket összevessük, átfogó képet alkotva a vizsgált területről.

4.2 Primer források

A gazdaság átfogó vizsgálatához különböző primer forrásokat gyűjtöttem és elemeztem, amik lehetővé tették, hogy, közvetlenül a gazdaság működéséről, pénzügyi helyzetéről és termelési folyamatairól. Az adatgyűjtés első lépéseként személyes kapcsolatra épült a gazdaság kulcsszereplőivel, így a vezetővel, a könyvelővel, az ott dolgozókkal és a gazdaságot üzemeltető család tagjaival. Az ő bevonásukkal nyertem elsősorban adatokat, amelyek alapját képezik az elemzésnek és a gazdaság működésének átfogó értékelésének.

4.2.1 Mélyinterjú a gazdaság vezetőjével

A primer adatgyűjtés egyik legfontosabb eleme a gazdaság vezetőjével készített személyes mélyinterjú volt. Az interjú során elsősorban a gazdaság működésére és irányítására vonatkozó strukturált gazdasági kérdések kerültek előtérbe, amelyek célja a feldolgozó üzem jelenlegi helyzetének, működési sajátosságainak és jövőbeli terveinek feltárása volt. Külön figyelmet fordítottam a gazdaság indulásának körülményeire, illetve az akkori és a jelenlegi nehézségekre, amelyekkel a vezetőség szembesült. A beszélgetés során a vezető részletesen ismertette a gazdaság kezdeti kihívásait, az elinduláshoz szükséges erőket, valamint azokat a nehézségeket, amelyek napjainkban is hatással vannak a működésre. A beszélgetés során részletes információkat kaptam a gazdaság stratégiájáról, működési célkitűzéseiről és a mindennapi vezetési döntésekről. A vezető elmondása alapján megismerhettem az irányítási és működési stratégiákat, valamint a jövőre vonatkozó terveket, amelyek a gazdaság fejlődését biztosítják. Az interjú feltárta a vezetői döntések hátterét, beleértve a kockázatkezelési megközelítéseket és az erőforrások hatékony elosztásának módját is.

4.2.2 SWOT-analízis

A primer adatok gyűjtésének egyik eszközeként SWOT-elemzést készítettem a gazdaságról, amely lehetőséget adott a belső erősségek és gyengeségek, valamint a külső piaci lehetőségek és fenyegetések feltárására. Az interjúk, pénzügyi és termelési adatok alapján összeállított SWOT-elemzés meghatározza azokat a stratégiai tényezőket, amelyek a gazdaság versenyképességét és stabilitását befolyásolják.

4.2.3 Pénzügyi és termelési adatok gyűjtése

Az adatgyűjtés során a gazdaság pénzügyi helyzetét és termelési kapacitását vizsgáltam. A könyvelő által biztosított adatok alapján elemeztem a bevételeket, kiadásokat, valamint a költségszerkezetet, amivel értékelhetővé vált a gazdaság pénzügyi hatékonysága. a termelési folyamatokra vonatkozó adatok révén megismerhettem a gazdaság termelési kapacitását, a termelés volumenét és a felhasznált erőforrások szerkezetét is.

5. EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK

5.1 A Maszlik Családi Gazdaság bemutatása

Nógrád vármegyében, a palóc föld szívében, Balassagyarmattól 18 km-re található Szente, ahol 1991-ben elindult a Maszlik Családi Gazdaság története. Az alapító a helyi termelő szövetkezetben kezdte mezőgazdasági tevékenységét és a rendszerváltás után, mint „kényszer vállalkozó” kereskedelmi tevékenységet folytatott (élelmiszer jellegű vegyes kereskedelem). Az itt keletkezett jövedelemből termelőszövetkezeti részaránytulajdont és kárpótlási jegyeket vásárolt. Ezen tevékenységgel megkezdte a gazdaság alapjainak lerakását, a földbirtok kialakítását.

Kezdeti időszakban bogyós-gyümölcsstermesztéssel (fekete és piros ribizli 1,5 ha) és klasszikus növénytermesztéssel (ipari és takarmánynövény kultúrák 55 ha) foglalkozott. 1996-ban megvásárolta a falu határában lévő a termelő értékesítő szervezet telephelyén lévő majort, ami a mostani gazdaságnak a központja. 1999-ben a magyar kormány által meghirdetett felzárkózási pályázat keretében a telephelyet felújította és tejelő szarvasmarha-tartással kapcsolatos beruházást hajtott végre (szabadtartású istálló, fejőház, gabonátároló, silótároló kialakítása). Párhuzamosan ültetvénytelepítési pályázatot is folytatott (ribizli), amivel 25 ha-ra bővült a gyümölcsös mérete. A vállalkozás stratégiájára jellemző volt a többlábos állás szemlélete (kereskedelem, növénytermesztés, gyümölcsstermesztés, állattenyésztés). 2000. januárjától a tejtermelés megindult az újonnan létrehozott istállóban a tejipar számára. Az államilag garantált felvásárlási ár kiszámítható árbevételt biztosított a gazdaság számára. Időközben a termőföld területe folyamatosan bővült, állami föld megvásárlása kapcsán közel 250 ha-ra. A gazdaság jogi formája 2002-től családi gazdaság jogcímen működik mind a mai napig. Az európai uniós csatlakozás után a felvásárlási árak következtében nagyon sok gazdaság pénzügyi stabilitás megingott. Ez az instabil helyzet eredményezte azt, hogy 2007-ben a tej közvetlen értékesítésével (mozgóbolti árusítás) stabilizálták a vállalkozás pénzügyi helyzetét, felvásárlási ár és a közvetlen értékesítési ár magasabb árbevételt produkált.

A tej feldolgozása a feldolgozott termékek értékesítése egyre nagyobb hangsúlyt kapott a gazdaság tevékenységében. A gyümölcsstermesztés lassan kifutó ágazattá vált, az alacsony piaci felvásárlási árak következménye miatt. Eközben a növénytermesztés az állatállomány teljes kiszolgálására specializálódott, a tömeg takarmány az abrak takarmány ellátása volt a fő prioritás és az egyéb területeken megtermelt termények kerültek piaci értékesítésre.

A folyamatosan történő EU-s pályázatokból megvalósuló beruházások eredménye kapcsán modern állattartótelep jött létre, és a megnövekedett tejtermelés következtében a tejüzem fejlesztése is indokoltá vált. E két projekt (ÁTK, ÉLIP) 2020-2022-ben valósult meg. Ennek kapcsán egy két fejőrobotos modern automatizált istálló épült, melynek energetikai szükségletének nagy részét a beruházás keretein belül megvalósult naperő biztosítja.

5.2 A tejfeldolgozó üzem bemutatása

5.2.1 A tejfeldolgozó üzem megépítése

A 2011-es LEADER-es pályázat révén létrehozott tejfeldolgozó üzem egy kiváló példa arra, hogyan lehet sikeresen reagálni és alkalmazkodni az agrárgazdaságban bekövetkező változásokhoz. A kezdeti céljuk az volt, hogy a gazdaságban megtermelt tej maradéktalan feldolgozásával és értékesítésével egy rövid értékesítési lánc keretében (REL) erősítsék a helyi piacot. Az értékesítési csatornák számukra széles skáláját célozták meg, beleértve kiskereskedőket, szállodákat, éttermeket, cukrászdákat és pékségeket is.

A 2015-ös európai uniós jogszabály változás a gazdaság életében nem jelentett sokkoló helyzetet, amikor ugyan is kivezették a tejkvóta rendszert az unión belül. Ez az intézkedés a tejpiacon nagymértékben érintette és nagyon sok tejelő tehenészet az alacsony felvásárlási árak miatt, kénytelen volt a veszteséges ágazatot felszámolni. Meg kell, hogy említsem, hogy ezek a megalapozott döntések a fejlesztések irányába egy gazdaságilag kiszámítható és pénzügyileg tervezhető eredményességet hozott létre, abban a vonatkozásban, hogy gyakorlatilag a termelés teljes vertikuma egy kézben összpontosult.

2013 decemberében indult el a tejfeldolgozó üzem működése. Az akkori termelés mértéke miatt, a tejipar még gyakran szállította el a megmaradt tejmenyiséget. 2014 áprilisától vált lehetővé a gazdaságban termelt tej maradéktalan feldolgozása. Jelenleg heti 12.000 liter tejet dolgoznak fel hat nap alatt, egy műszakban, amelyet hét alkalmazottal végeznek el. A technológiai berendezések beszerzése, és az üzem bővítésének megépítése, valamint a hűtőkamrák telepítése alapvető fontosságú tevékenységek voltak a tejfeldolgozás és a termékek tárolásának ideális feltételeinek biztosítása érdekében. A tejfeldolgozó sokoldalúsága a tejpiacon belül különböző termékek skáláját kínálja a fogyasztóknak. Ezek közé tartozik a friss palackozott tej, valamint a széles körben kedvelt tejtermékek, mint a friss túró, a vaj, a tejszín és különféle ízű joghurtok. A félkemény és hosszú érlelésű keménysajtok mellett a különleges friss gomolya és a grill tejtermékek tovább bővíti a választékot a vásárlók számára.

A közeljövőben megvalósuló beruházások, mint például a lemez pasztőr, a szeparátor a sajtkád stb., forradalmasítani fogják a feldolgozási folyamatot, lehetővé téve számukra, hogy a várható tejtermelés növekedése miatt napi 4000 literrel fog emelkedni a feldolgozási kapacitás. Az így előállított termékek sokfélesége bizonyítja a létesítményük sokoldalúságát a tejiparon belül. Ezen kívül új termékeket kívánnak bevezetni, amelyek középpontjában a desszertek előállítása áll.

A fenntarthatóság és a költséghatékonyság biztosítása érdekében gépi automatizálással, mint a parenyica nyújtó és az automatizált tejpalackozó, fogják optimalizálni a hatékonyságot. Kiemelt figyelmet fordítanak a környezettudatos csomagolásra is. Számos csomagolási alternatívákról kérik ki a vásárlók véleményét. Ezek az intézkedések részei annak az elkötelezettségnek, hogy üzemük hosszú távú sikerét és fenntarthatóságát biztosítsák a nagyütemben fejlődő tejiparág dinamikus környezetében.

5.2.2 Termékpaletta bemutatása



1. kép A Maszlik tej termékei

Forrás: Maszliktej.hu

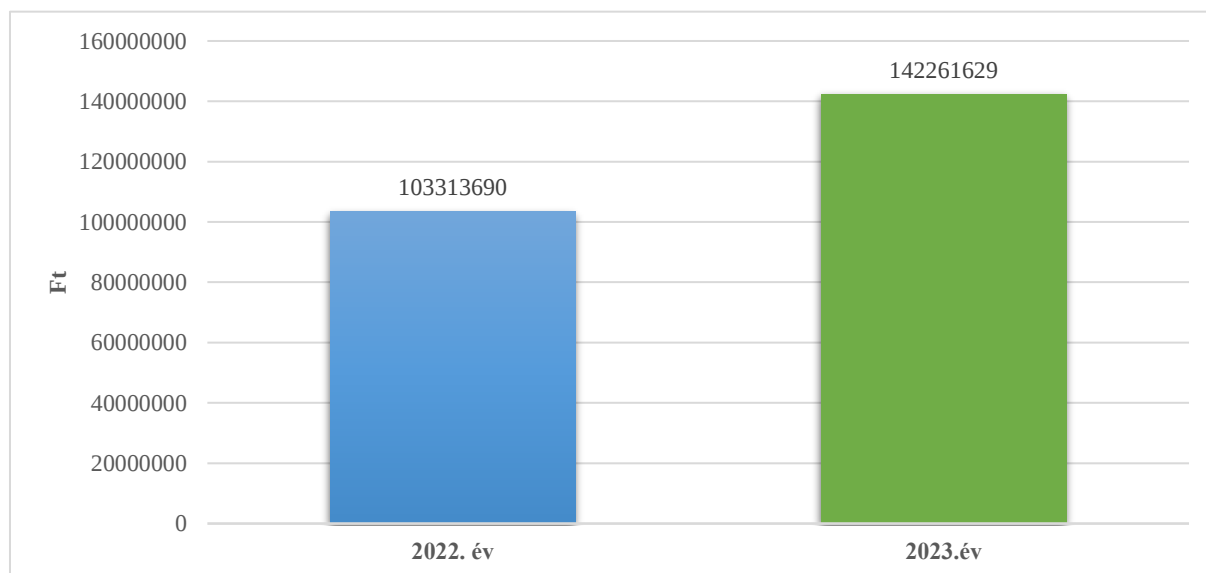
A tejfeldolgozó üzemi termékpalettája változatos, amely igazodik a különféle fogyasztói és ipari igényekhez. A folyadék tej többféle kiszerelésben érhető el: 0,5 literes, 1 literes, 2 literes és 30 literes hordós változatokban. Míg a palackozott tejtermékek elsősorban a budapesti piacra irányulnak, a nagyobb, hordós kiszerelések a környező cukrászdákban találhatnak felhasználásra.

A túró háromféle csomagolásban kerül forgalomba: 0,25 kg-os, 0,5 kg-os és 5 kg-os kiszerelésekben. A kisebb mennyiségek a közvetlen fogyasztókat szolgálják ki, míg a nagyobb kiszereléseket cukrászda főként, éttermek és szállodák élvezik. A tejszín 0,33 literes kiszerelésben kapható, amely a legjobban delikátesz boltokban érhető el. A vaját 10 dekagrammos csomagolásban kínálják a piacon, míg a gomolya sajtok- 0,24 kg-os kiszerelésben kaphatók, de az éttermek igényeire reagálva nagyobb, 2-3 kilogrammos gurigákban is készítik ezt a sajtot.

A parenyica sajt szintén 0,24 kilogrammos kiszerelésben elérhető, míg a grill sajtok változatos méretben kapható, az éttermek igényeinek megfelelően. Az érlelt és a trappista jellegű sajtokat mind fogyasztói méretben, mind egészben értékesítik. Az üzem termékei tehát igen sokrétű, a piaci kereslethez igazodó csomagolási és kiszerelési megoldásokkal.

A tejfeldolgozó üzemben nyolc alkalmazott végzi a feldolgozási feladatokat, amelyeket Maszlikné Illés Ágnes sajtmester, az üzem vezetője felügyel. Az élelmiszergyártási folyamat heti öt napon keresztül, napi nyolc órában zajlik, alkalmanként szombaton is. A termelés ütemezését mindig a beérkező megrendelések alapján tervezik meg, biztosítják a hatékony és rugalmas működést (1. kép).

5.3 Bevételek alakulása



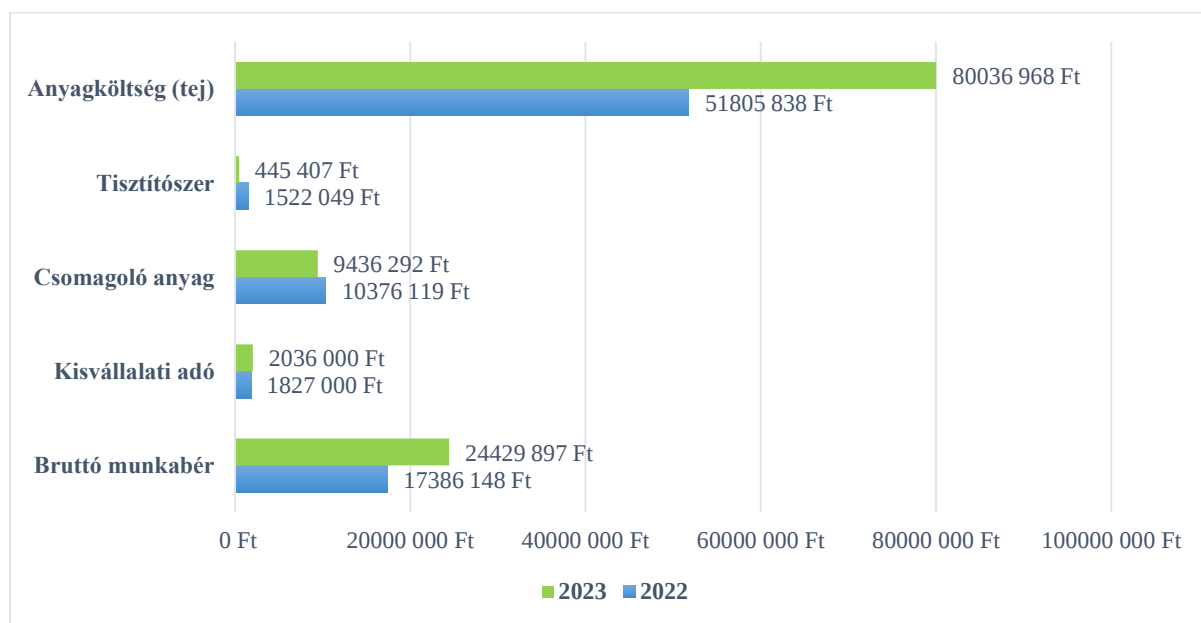
10. ábra Bevételek alakulása a 2022-es és a 2023-as gazdasági évben

Forrás: Maszlik-Tej Kft.

A Maszlik-Tej Kft. bevételeinek megoszlását bemutató grafikon 2022 és 2023 közötti időszak pénzügyi eredményeit vizsgálja forintban kifejezve. A 2022-es évben a bevételek

összesen 10 331 369 Ft-ot tettek ki, míg 2023-ban ez az összeg 14 226 162 Ft-ra emelkedett (10. ábra). Ez a növekedés a forgalom 37,7%-os emelkedését jelent. Ez az emelkedés a vállalat piaci teljesítményének javulását, valamint a termékek iránti kereslet növekedését tükrözi.

5.4 Megjelenő költségek a gazdaságban



11. ábra Kiadások alakulása a 2022-es és a 2023-as gazdasági évben

Forrás: Maszlik-Tej Kft.

A Maszlik-Tej Kft. kiadásait bemutató grafikon 2022 és 2023 közötti időszak pénzügyi adatait szemlélteti, amely öt kulcsfontosságú költségvetelt tartalmaz: bruttó munkabér, kisvállalati adó, csomagolóanyag, tisztítószer és anyagköltség (tej) a megjelenített adatok forintban vannak kifejezve (11. ábra).

A grafikon alapján a bruttó munkabér 2022-ben 17 386 148 forint volt, míg 2023-ra ez az összeg 24 429 897 forintra nőtt. Ez a költségvetelt több mint 40%-os emelkedést mutat, ami arra utal, hogy a vállalkozás béremeléseket hajtott végre, ennek oka pedig az infláció nyomán követése és minimálbérhez való igazodás volt. Ezen kívül a fejőrobot bevezetése következtében a munkaerőt átcsoportosították. A fejőrobotok működése miatt csökkent a kézi munkaerő szükséglet. Ennek eredményeként a korábban fejéssel foglalkozó dolgozókat más, a termelés szempontjából fontos területekre csoportosították.

2022-ben a kisvállalati adó (KIVA) szintén emelkedett 1 827 000 forint volt, míg 2023-ra 2 036 000 forintra nőtt, ami körülbelül 11%-os növekedést jelent (11. ábra). Az adónövekedés

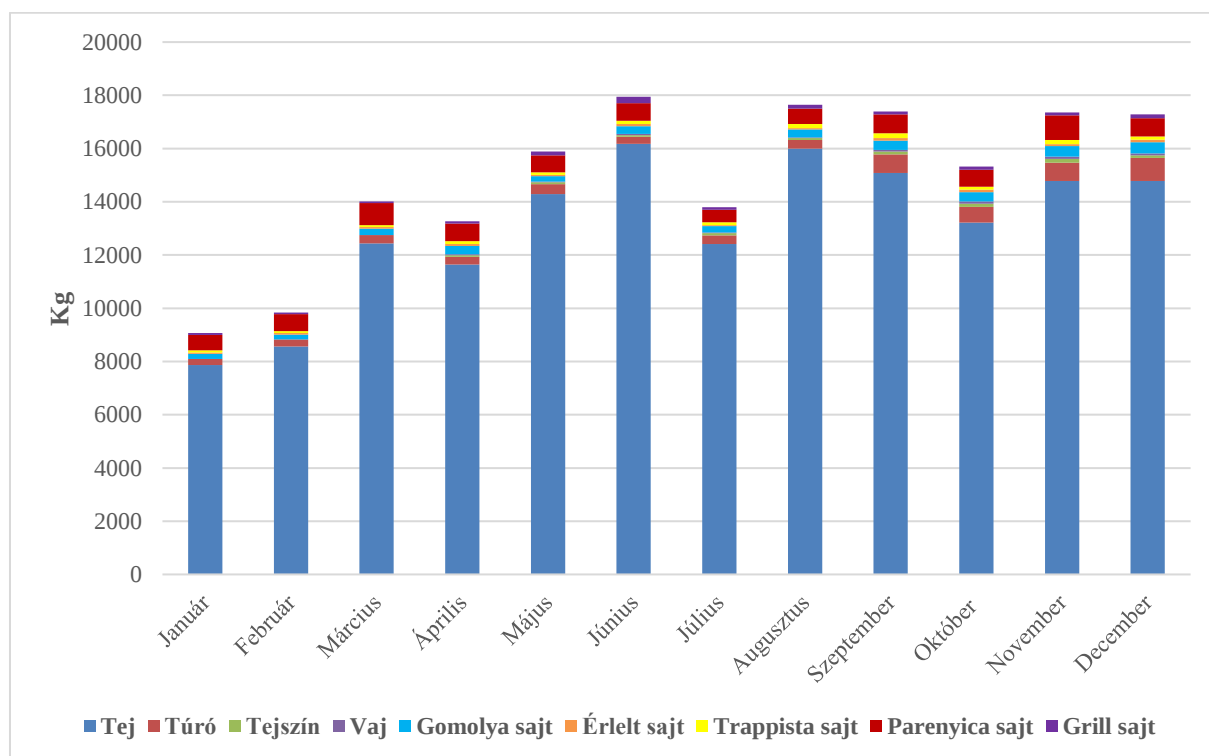
összhangban áll a cég bevételeinek emelkedésével, hiszen a magasabb nyereség több adóterhet is von maga után.

9%-os csökkenés figyelhető meg a csomagolóanyag költséget tekintve, ami 2022-ben 10 376 119 forintról 2023-ra 9 436 292 forintra változott (11. ábra). A költségek csökkenése annak köszönhető, hogy előre felkészültek az áremelkedésre, és ennek megelőzéseként nagyobb mennyiségben rendeltek csomagolóanyagot. Ennek eredményeként 2023-ban kedvezőbbek lettek a kiadások.

A tisztítószeresek költsége is nagy csökkenést mutatott 2022-ben 1 522 049 forintot tett ki, míg 2023-ra 445 407 forintra esett vissza (11. ábra). A tisztítószeresek esetében a költségcsökkenés annak köszönhető, hogy nagyobb figyelmet fordítottak a vegyszerek hatékony felhasználására, valamint egyes helyettesítő termékek bevezetésével sikerült mérsékelni ezeket a kiadásokat.

Az anyagköltséget jelentő tej beszerzése tekintetében, figyelembe véve, hogy a gazdaság két egymást kiegészítő egységből áll, a feldolgozó üzem Maszlik-Tej Kft. néven üzemel, míg a tejtermelést Maszlik Zoltán vállalkozó végzi. 2022-ben 51 805 838 forint volt az anyagköltség, ami 2023-ra 80 036 968 forintra emelkedett, ez több mint 54%-os növekedést jelent (11. ábra). A jelentős növekedés valószínűleg a termelés volumenének bővülésével, valamint az állattenyésztésben alkalmazott fejőrobotok használatával magyarázható, amelyek optimalizálják az állatok teljesítményének kihasználását.

5.5 Termékek értékesítésének alakulása 2022-ben



12. ábra 2022-ben értékesített termékek megoszlása havi bontásban (kg)

Forrás: Maszlik-Tej Kft.

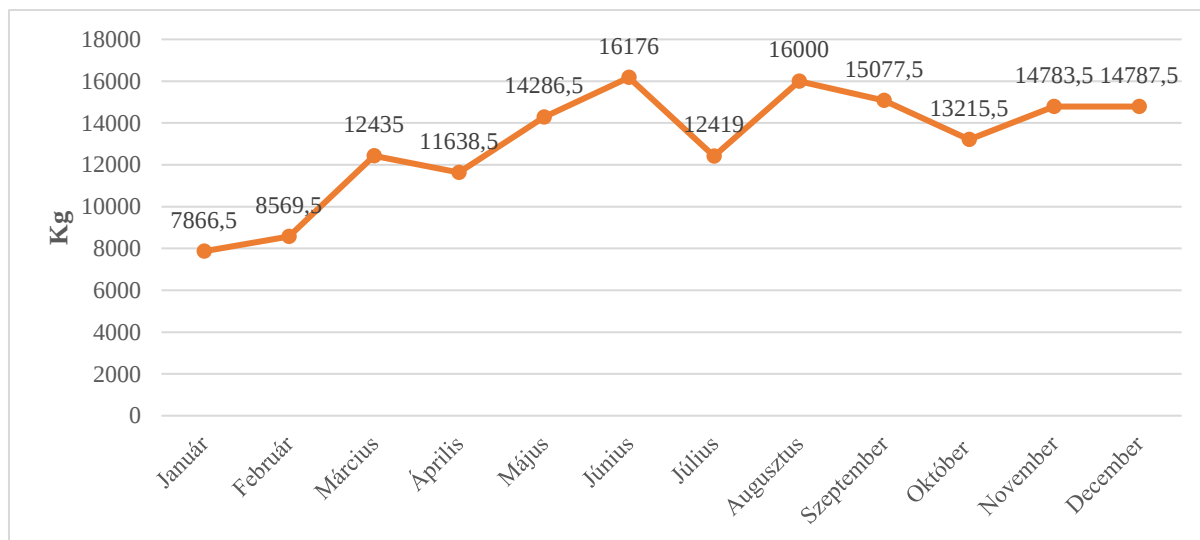
A 2022-ben értékesített termékek havi bontásban megjelenő grafikon a Maszlik-Tej Kft. által forgalmazott tejtermékek mennyiségét szemlélteti, különböző típusok szerint lebontva. A diagramon jól látható, hogy a vállalat termékportfóliójában a tej, túró, tejszín, vaj, gomolya sajt, érelt sajt, trappista sajt, parenyica sajt és grill sajt is szerepel, amelyek kilogrammban jelennek meg (12. ábra).

A 2022-es év értékesítési adatai alapján a vizsgált termékek összesen 187 562 kg mennyiségben kerültek eladásra, ami havi átlagban 15 630 kg-nak felel meg. Az adatok elemzése során megfigyelhető, hogy az értékesítési mennyiségek szezonális ingadozást mutatnak (12. ábra).

Az év során különbségek figyelhetők meg a havi eladási mennyiségekben. Különösen január hónapban tapasztalható visszaesés, amikor az értékesített termékek összmenyisége nem érte el a 10 000 kg-ot. Továbbá, több hónapban is megfigyelhető, hogy az eladott termékek mennyisége nem éri el a 15 000 kg-ot, például márciusban, áprilisban és júliusban. Ezzel szemben júliusban az értékesített mennyiség megközelítette a 18 000 kg-ot, ami kiemelkedő teljesítménynek számít az év többi hónapjához képest. Az értékesítési adatok alapján a legnagyobb különbség január és július között mutatkozott, ahol a különbség 50%-os eltérést

mutatott (12. ábra). Ez a jelentős változás szorosan összefügg a fogyasztói szokásokkal, amelyeket az időszakos tényezők, például az ünnepi és nyári időszakok, valamint az időjárási viszonyok befolyásolnak. A szezonális hatások jól megfigyelhetők a tej és annak feldolgozott termékei esetében.

5.5.1 A tej értékesítésének trendjei és alakulása



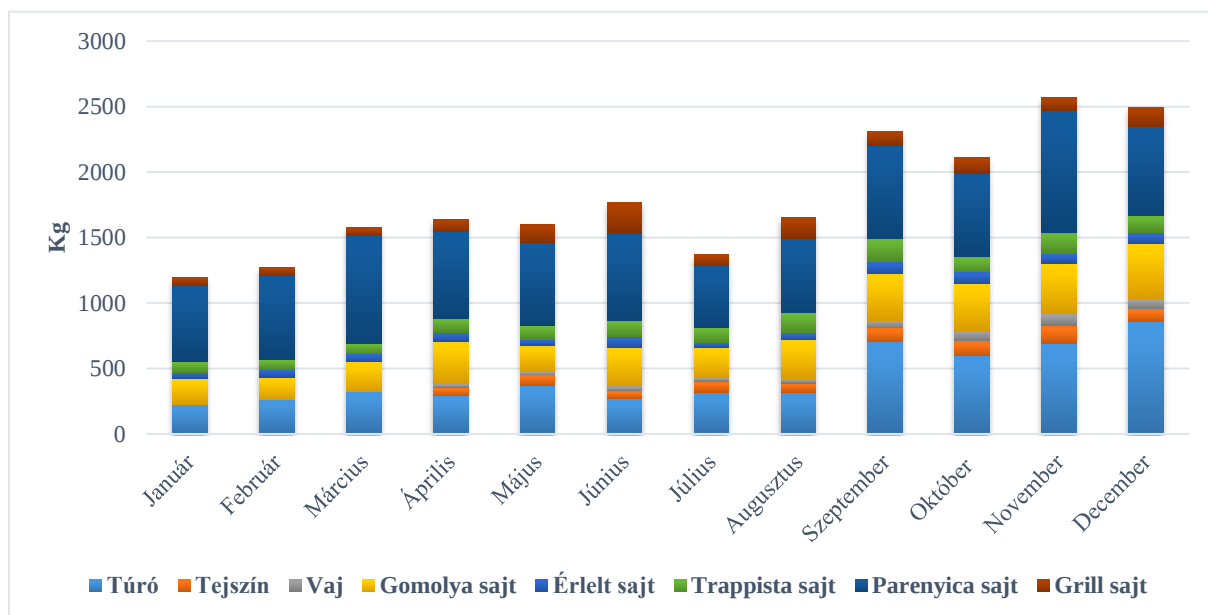
13. ábra A folyadék tej értékesítésének alakulása 2022-ben (kg)

Forrás: Maszlik-Tej Kft.

A folyadék tej volt a legnagyobb mennyiségben értékesített termék 2022-ben, összesen 157 255 kg került eladásra az év folyamán. Az adatokból látszik, hogy az év során a tej értékesítése fokozatos növekedést mutatott, egy kivétellel, amely az időszakos ingadozásoknak tulajdonítható. A tejtermékek iránti kereslet a nyári hónapokban és az ünnepi időszakokban csökken, ami a nyaralási szezonra és a hagyományos ünnepi étkezési szokásokra vezethető vissza.

Januárban a legkisebb értéket regisztrálták, 7866,5 kg tejet adtak el, ami az éves maximum, júniusi 16 176 kg-hoz képest 105%-os növekedést mutat. Az év elejétől, márciustól emelkedett a kereslet, 42%-kal több tej fogyott, elérve a 12 435 kg-ot. A nyári hónapokban, júniusban érte el a csúcst, amikor az értékesítés 16 176 kg-ra nőtt. Ez az év legnagyobb értéke, amely több mint kétszerese volt a januári mennyiségnek. Az augusztusi 15 077,5 kg után a kereslet őszi mérséklődött, szeptemberben 18%-os visszaeséssel 13 215,5 kg-ra csökkent. Az év vége felé, november-decemberben stabilizálódott a forgalom, decemberben 14 787,5 kg tejet adtak el, ami 88%-kal több volt, mint januárban (13. ábra).

5.5.2 Feldolgozott termékek értékesítése



14. ábra A feldolgozott termékek megoszlása 2022-ben (kg) folyadéktej nélkül

Forrás: Maszlik-Tej Kft.

Január, február és március hónapokban nem találhatók adatok a tejszín és vaj értékesítésére vonatkozóan (14. ábra). Ennek oka, hogy ebben az időszakban a tejszeparátor meghibásodása miatt a tejfeldolgozás ezen szegmense nem működött megfelelően, így ezek a termékek nem kerültek gyártásra.

A túró esetében januárban a legkisebb értékesítést regisztrálták 227,5 kg-mal, míg decemberre 856,5 kg-ra nőtt az eladott mennyiséget, ami 276%-os növekedést jelent. A legnagyobb ugrás szeptemberben volt, amikor a túró értékesítése meghaladta a 700 kg-ot (14. ábra).

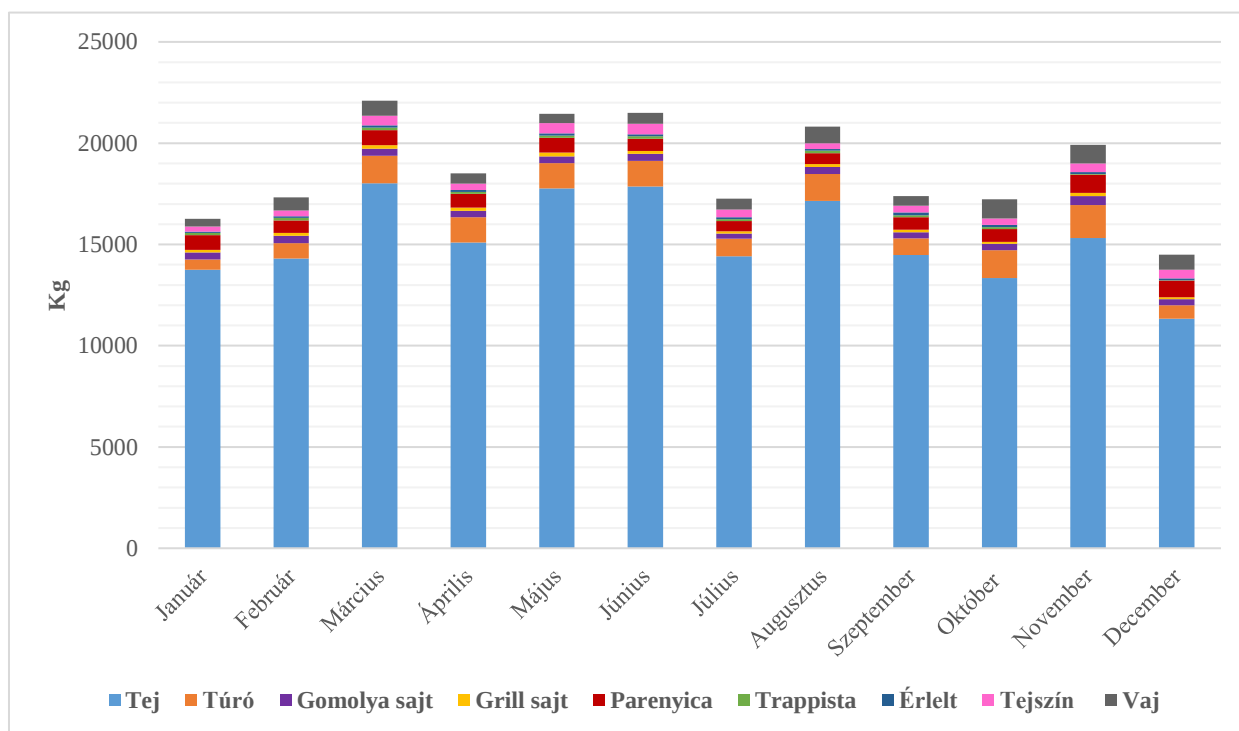
A gomolya sajt szintén jelentős növekedést mutatott januári 198,27 kg-ról decemberre 421,96 kg-ra emelkedett, ami 113%-os növekedést jelent. A legnagyobb értékesítés augusztus és december között volt, amikor folyamatosan magas maradt a kereslet (14. ábra).

A parenyica sajt esetében februárban mérték a legkisebb eladott mennyiséget 643,1 kg, míg novemberben érte el a csúcst 932,03 kg-mal, ami több mint 45%-os növekedést jelent. Ez a termék az év során stabil kereslet mutatott, kisebb ingadozásokkal (14. ábra).

A grill sajt értékesítése a nyári hónapokban (különösen júniusban) tetőzött, 235,94 kg-mal, ami közel négyszerese volt a januári 63,54 kg-nak. A nyári szezon jellemzően erős keresletet generált ennél a termékénél, amely a grillezési időszakhoz köthető (14. ábra).

Az érlelt sajt esetében a legkisebb mennyiséget januárban (44,81 kg) regisztrálták, míg a legnagyobb eladást szeptemberben mérték, 95,9 kg-mal. Ez több mint kétszeres növekedést jelent az év folyamán (14. ábra).

5.6 Termékek értékesítésének alakulása 2023-ban



15. ábra 2023-ban értékesített termékek megoszlása havi bontásban (kg)

Forrás: Maszlik-Tej Kft.

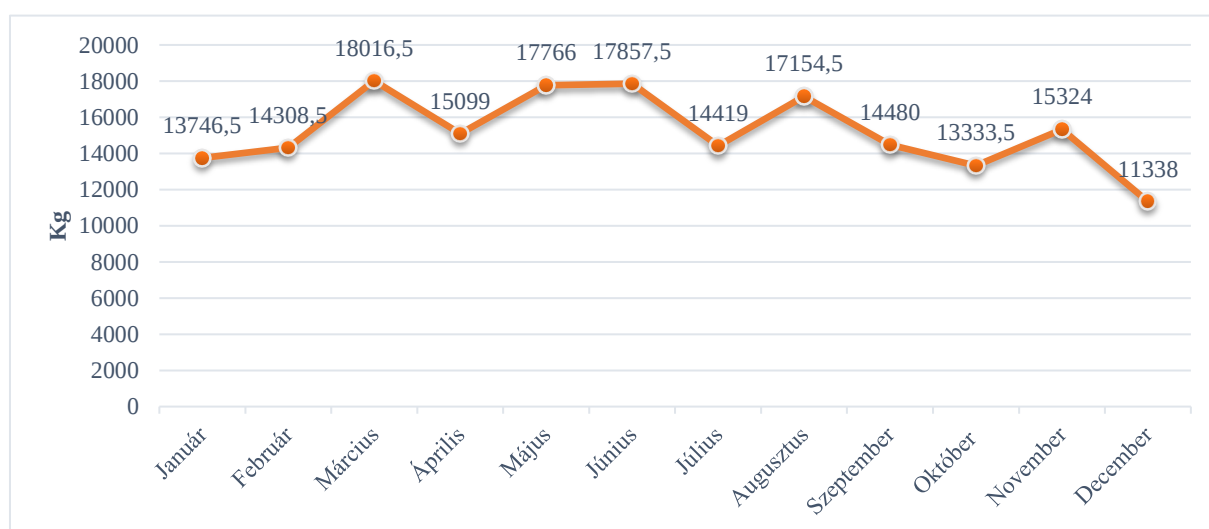
A 2023-as év vizsgálata során összesen 224 266 kg terméket értékesítettek, ami havi átlagban 18 688 kg termék eladását jelenti. Az értékesítési adatok részletes elemzése során megfigyelhető, hogy a hónapok között jelentős eltérések mutatkoznak az eladott mennyiségekben. Különösen figyelemre méltó, hogy december hónapban a termékek értékesítése visszaesett, és nem érte el a 15 000 kg-ot (15. ábra). Ezzel szemben a többi hónapban az eladások jellemzően meghaladták ezt a szintet.

A termékek közül kiemelkedő szerepet játszik a tej, mint alapélelmiszer. A tej iránti kereslet különösen a nyári időszakban, főként júliusban mutatott visszaesést júniushoz képest, ahol 19,26%-os csökkenés tapasztalható. Ez a csökkenés részben a nyaralási időszaknak tudható be, amely során a fogyasztói szokások megváltoznak. A nyári hónapokban sokan pihenni indulnak, így a tejtermékek iránti kereslet is csökkenhet.

Decemberben jelentős visszaesés mutatkozott a tej iránti keresletben, amely a fogyasztási szokások és az ünnepi időszak hagyományos ételeinek köszönhető (15. ábra). Ebben az időszakban kevesebb tej fogy, és a tejfeldolgozó üzemek inkább sajt formájában dolgozzák fel a tejet, különösen érlelt sajtok készítésére koncentrálva. Ez a folyamat leginkább a téli hónapokban figyelhető meg, amikor az érlelt sajtok előállítása kedvezőbb feltételek mellett történhet.

A sajtok értékesítése azonban összességében alacsonyabb szinten áll. Kiemelendő, hogy a legkevésbé keresett sajt a trappista volt, amelyből mindössze 1 166 kg-ot értékesítettek annak ellenére, hogy ez Magyarországon a leggyakrabban fogyasztott sajtok közé tartozik. A trappistát követte a grill sajt 1 694 kg-os eladási mennyiséggel. A sajtok közül a legnépszerűbb a parenyica volt, amelyből 2023-ban 8 092 kg került értékesítésre, jelezve, hogy ezen a területen van kereslet a különlegesebb sajtok iránt is.

5.6.1 A tej értékesítésének trendjei és alakulása



16. ábra A folyadék tej értékesítésének alakulása 2023-ban (kg)

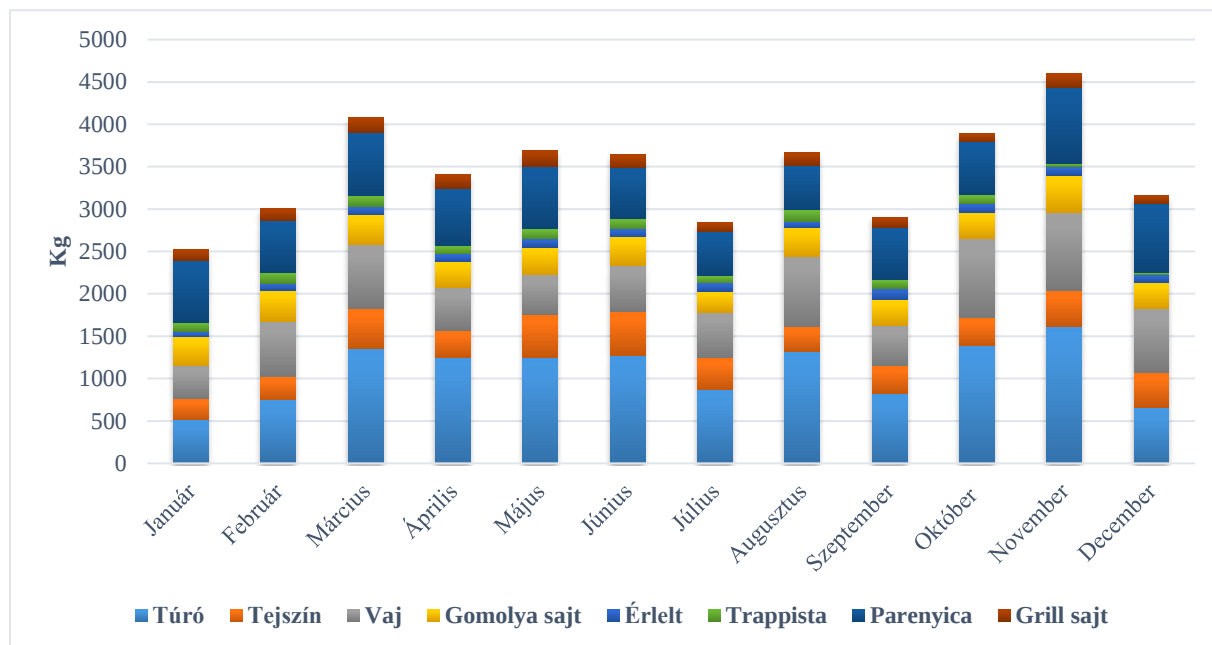
Forrás: Maszlik-Tej Kft.

A folyadéktej fogyasztásának vizsgálata során 2023-ban nagymértékű visszaesés nem tapasztalható, de az év folyamán voltak kisebb növekedések és csökkenések. A fogyasztási adatok alakulása azt mutatja, hogy a tej iránti kereslet az év különböző időszakaiban változóan alakult, ami a szezonális trendek és a fogyasztói szokások hatásainak eredménye.

A hónapok során megfigyelhető, hogy decemberben a tejfogyasztás eléri a legkisebb szintet (16. ábra). Ennek oka több tényezőre is visszavezethető. A téli hónapokban, különösen a

karácsonyi időszak közeledtével, a fogyasztók általában az ünnepi ételekre és italokra helyezik a fókuszot.

5.6.2 Feldolgozott termékek értékesítése



17. ábra A feldolgozott termékek megoszlása 2023-ban (kg) folyadéktej nélkül

Forrás: Maszlik-Tej Kft.

A túró fogyasztása már januárban 515 kg-nál indult, majd februárra 45%-os növekedéssel 750,5 kg-ra emelkedett. Márciusban érte el, 1 355,5 kg-ot, ami 44,7%-os növekedést jelent februárhoz képest. Az év folyamán a túró iránti kereslet áprilistól csökken, júliusra 868,25 kg-ra esik vissza. Év végére, decemberre a fogyasztás 660,5 kg-ra csökken, ami jelentős visszaesést mutat az év elejéhez képest (17. ábra).

A parenyica sajt januárban 728,03 kg-nál indul, amely áprilisa 678,04 kg-ra csökken. A fogyasztási csúcst novemberben éri el, 900,84 kg-nál, ami 43%-os növekedést jelent az októberi 629,04 kg-hoz képest. Decemberre a parenyica sajt fogyasztása 819,99 kg-ra csökken, de az éves trendje összességében növekedést mutat (17. ábra).

A gomolya sajt fogyasztása januárban 342,08 kg volt, majd a nyári hónapokban a legalacsonyabb szintre, 249,04 kg-ra csökkent. A legmagasabb fogyasztás 443,03 kg novemberben figyelhető meg, ami 45%-os növekedést jelent az októberi 305,52 kg-hoz képest. Az év végére, decemberre azonban a fogyasztás ismét csökken, és 304,82 kg-ra kerül (17. ábra).

5.7 Termékek értékesítésének összehasonlítása

A 2022-es és 2023-as évek értékesítési adatai alapján egyértelmű növekedés figyelhető meg mind a termékek iránti kereslet, mind a tejtermelés volumenében. 2022-ben az összes értékesített termék tömege 187 562 kg volt, míg 2023-ban ez a mennyiség 224 266 kg-ra emelkedett, ami közel 20%-os növekedést jelent. Ennek a növekedésnek több tényező állhat a hátterében, amelyek együttesen hozzájárultak a tej- és tejtermékek iránti kereslet fokozódásához, illetve a termelési kapacitások bővüléséhez.

A 2023-as év során a feldolgozott tejtermékek értékesítése jelentős növekedést mutatott, amely figyelemre méltó trendet jelez a piacon. A feldolgozott tejtermékek mennyisége 2023-ban 2 500 kg fölött alakult, ami a termék iránti kereslet folyamatos emelkedését tükrözi. Ezzel szemben a 2022-es évben több hónap is volt, amikor a feldolgozott tejtermékek értékesítése nem érte el az 1 500 kg-ot, ami arra utal, hogy a kereslet ingadozóbb volt, és a fogyasztók kevésbé vásároltak tejtermékeket. Az adatok alapján egyértelmű, hogy a 2023-as év végéhez közeledve a feldolgozott tejekek iránti kereslettermék növekedést mutatott.

5.8 Termelési fejlesztések és technológiai előre lépések

A 2023-as év kiemelkedő növekedésének egyik kulcsfontosságú tényezője az állattenyésztés fejlettségi szintjének emelkedése, amely részben a modern technológiai megoldásoknak, például a fejőrobotok alkalmazásának köszönhető. Ezek az innovatív eszközök nemcsak a fejési folyamat hatékonyságát növelték, hanem lehetővé tették az állatok napi igényeire való pontosabb odafigyelést is. A fejőrobotok segítségével az állatok a számukra optimális időpontokban járnak a robotba fejni, ami növelte a tejtermelést, és csökkentette az állatokra nehezedő stresszt. Az állatok takarmányozására szintén nagyobb hangsúlyt fektettek, különös figyelemmel arra, hogy az állatok megfelelő és tápanyagban gazdag takarmányt kapjanak. Ez a gondoskodás közvetlen hatással volt a tejtermelés minőségére és mennyiségére, ami végső soron lehetővé tette, hogy a piacra több tej és tejtermék kerüljön. A fejlettebb állattenyésztési technológiák és a fokozott figyelem az állatjólétre alapvető szerepet játszottak abban, hogy a termelés jelentős mértékben nőtt 2023-ban.

5.9 A fogyasztói kereslet növekedése 2023-ban

A 2023-as év nemcsak a tejtermelés növekedéséről szólt, hanem a fogyasztók tejtermékek iránti igénye is fokozódott. Ez a keresletnövekedés annak ellenére következett be, hogy a tejipari termékek ára emelkedett a gazdasági és piaci helyzet következtében. A 2022-es

év végén és a 2023-as év folyamán az infláció és a COVID-19 járvány okozta gazdasági nehézségek áremelkedésekhez vezettek a tej- és tejtermékek piacán. Ennek ellenére a fogyasztók nem csökkentették jelentősen a tejtermékek iránti keresletüket, ami azt jelzi, hogy ezek a termékek alapvető fontosságúak maradtak a háztartások számára. A pandémia alatt a globális kereskedelem és a hosszú távú szállítási útvonalak megbízhatósága számos kihívással szembesült, ami arra ösztönözte a fogyasztókat, hogy a helyi termelők és szolgáltatók által kínált termékeket részesítsék előnyben. A rövid ellátási láncok lehetővé tették, hogy a vásárlók közvetlen kapcsolatba lépjenek a termelőkkel, így biztosítva a frissességet és a minőséget, miközben csökkentették az élelmiszerek szállításával járó környezeti terhelést. Sokkal inkább megfigyelhetővé váltak a szezonális hatások az értékesítési adatokban. Különösen a nyári hónapokban és az ünnepi időszakban voltak erőteljes kilengések. A nyári nyaralási szezon alatt például a tejtermékek iránti kereslet csökkenést mutatott, különösen a folyadék tej esetében, amely 19,26%-kal esett vissza júliusban. Ennek oka az volt, hogy a nyári hónapokban az emberek kevesebb időt töltenek otthon, és kevésbé vásárolnak alapélelmiszereket, mint a tej. A decemberi hónap szintén visszaesést mutatott mindkét évben, de 2023-ban ez a visszaesés erőteljesebben jelentkezett. Az ünnepi időszakban a hagyományos ételek fogyasztása kerül előtérbe, és a tejtermékek iránti kereslet csökken.

5.10 Mélyinterjú a gazdaság megalapítójával

A gazdasági környezet folyamatos változása és a vállalatok előtt álló kihívások napjainkban egyre fontosabbá válik a gazdasági szakemberek és döntéshozók számára. Ennek keretében készült el az alábbi mélyinterjú Maszlik Zoltánnal, a gazdaság vezetőjével, aki átfogó rálátással rendelkezik a cég működéséről és stratégiájáról.

Az interjú során feltett kérdéseim a gazdaság létrejöttének körülményeit, a jelenlegi helyzetet, valamint a felmerülő akadályokat célozták meg. Érintettem a paletta szélesítésére irányuló termék törekvéseket és a jövőbeli fejlesztéseket is. Zoltán válaszai révén részletesebb képet kaphatunk a vállalatról, a piaci versenyképességről és a fenntartható növekedés lehetőségeiről.

1. Miért döntött úgy, hogy elindítja ezt a vállalkozást?

- A vállalkozás elindítása mögött a munkahely megszűnése állt, amely egy váratlan és nehéz helyzetet teremtett. Ez arra késztetett, hogy új megélhetést keressek, és a családom anyagi biztonságát helyeztem előtérbe. A vállalkozás lehetőséget adott arra, hogy ne csak egyéni megélhetésemet biztosítsam, hanem hozzájáruljak a

családom jólétéhez is. Ez a döntés tehát nem csupán gazdasági, hanem érzelmi szempontból is fontos volt számomra.

2. Milyen piaci lehetőségeket vagy igényeket látott, amikor elkezdte?

- A 90-es évek elején a vidéki falvak kereskedelmi ellátottsága rendkívül gyenge volt. Az emberek számára a mindennapi szükségletekhez való hozzáférés nehézkes volt, ami világosan rámutatott egy kihasználatlan piaci lehetőségre. Ezt felismerve kezdtük el a vállalkozásunkat, amely kezdetben bolti kiskereskedés formájában működött. Célunk volt, hogy kielégítsük a helyi lakosság igényeit, és elérhetővé tegyük számukra a szükséges termékeket.

3. Volt olyan váratlan nehézség, amely különösen meglepte az induláskor?

- Az indulás során nem tapasztaltunk komoly nehézségeket. A piac megismerése és a termékek iránti kereslet gyorsan kialakult, ami megkönnyítette a vállalkozás elindítását. Valószínűleg ennek köszönhetően sikerült elkerülni a váratlan problémákat, és a fókuszunkat a fejlődésre helyezhettük.

4. Milyen tényezők nehezítik most leginkább a működését?

- Jelenleg a legnagyobb kihívást a magas beruházási költségek és a forgóeszköz beszerzések miatt kialakuló likviditási problémák jelentik. A vállalkozás működéséhez szükséges alapanyagok beszerzése és a fejlesztések finanszírozása egyre nehezebb, ami komoly nyomást gyakorol a gazdaság pénzügyi helyzetére.

5. Hogyan kezeli a költségek növekedését, például a nyersanyagok, munkaerő költségek terén?

- A költségek növekedését úgy kezeljük, hogy beépítjük az emelkedő költségeket a végtermékek árába. Ez egy természetes módja a piaci környezethez való alkalmazkodásnak, amely lehetővé teszi számunkra, hogy fenntartsuk a vállalkozás jövedelmezőségét, miközben a termékeink ára versenyképes marad.

6. Hogyan érintette vállalatát az energiaárak növekedése vagy más gazdasági tényezők?

- Az energiaárak emelkedése rövidtávon profitsökkenést okozott számunkra, mivel a költségek hirtelen megugrottak. Ugyanakkor idővel az áraink emelésével sikerült kompenzálni ezt a kiesést. A gazdasági környezet folyamatos változása, különösen

az infláció, azonban további kihívások elé állít minket, amelyeket folyamatosan figyelemmel kell kísérnünk.

7. Mennyire veszi figyelembe a fogyasztói igények változását a termékstruktúra alakításában?

- A termékeink egy szűk fogyasztói réteget céloznak meg, amelynek igényei stabilak. Eddig nem volt szükség a termékstruktúra jelentős változtatására, mivel a kereslet folyamatosan biztosítja a termékeink értékesítését. Az igények alakulásának figyelése azonban fontos számunkra, így bármilyen változást is észlelünk, azonnal reagálunk.

8. Tervez-e bővíteni vagy szűkíteni a termékskálát a következő években?

- Igen, tervezünk bővíteni a termékskálát. A jövőbeni fejlesztések között szerepel a tejföl, a camembert, ízesített tejtermékek (pl. kakaós tej) és desszerttermékek gyártása. Ez a bővítés lehetőséget ad arra, hogy új fogyasztói csoportokat célozzunk meg, valamint növeljük a piaci részesedésünket.

9. Hogyan méri a termékek teljesítményét és sikerét a piacon?

- A termékek teljesítményét az értékesített mennyiségek statisztikai adatgyűjtése alapján mérjük. Elemzéseink segítenek megérteni, hogy mely termékek a legnépszerűbbek, és melyek igényelnek további marketingtámogatást.

10. Milyen stratégiákat alkalmazott eddig a válságok és kihívások leküzdésére?

- A válságok leküzdése érdekében új piaci szereplőkkel alakítottunk ki üzleti kapcsolatokat, amelyek segítettek bővíteni az értékesítési lehetőségeinket. Ezen kívül igyekszünk rugalmasan alkalmazkodni a piaci igényekhez, hogy megőrizzük a versenyképességünket.

11. Hogyan biztosítja, hogy vállalata felkészült legyen váratlan gazdasági vagy piaci változásokra?

- A váratlan gazdasági változásokra való felkészültség érdekében szabad forgóeszköz fedezetet tartunk fenn a vállalkozás belső működésén belül, például a Széchenyi Kártya segítségével. Ez a pénzügyi tartalék lehetővé teszi számunkra, hogy gyorsan reagáljunk a piaci helyzetekre.

12. Milyen szerepet játszik az automatizálás a költségek csökkentésében vagy a termelékenység növelésében?

- Az automatizálás egyre fontosabb szerepet játszik a működésünkben. Jelenleg rendelkezünk automatizált és félautomata gépekkel, amelyek segítik a termelési folyamatok hatékonyságának növelését és a költségek csökkentését. Ez lehetővé teszi számunkra, hogy több terméket állítsunk elő rövidebb idő alatt.

13. Hogyan követi az iparági trendeket és technológiai újításokat?

- A kézműves termékek előállításakor nem igazán követjük a legújabb trendeket, mivel továbbra is hagyományos módszereket alkalmazunk. Ugyanakkor a kapacitás bővítése érdekében folyamatos fejlesztéseket hajtunk végre. A technológiai újítások figyelemmel kísérése fontos, de a minőség és a hagyományos gyártási módszerek megőrzése is prioritás számunkra.

14. Hogyan látja az üzlet jövőjét, és milyen tervei vannak a következő 5-10 évre?

- Alapvető élelmiszert állítunk elő, ezért azt gondoljuk, hogy a piacon mindig lesz helyünk. Figyeljük a bennünket érintő konkurenciát és igyekszünk reagálni a minket érintő nehézségekre. Bizalommal vagyunk, hogy továbbra is megtaláljuk azt a piaci rést, ahol a mi termékeink elhelyezhetőek lesznek.

15. Az utódlás kérdésével kapcsolatban mennyire biztos az utódok felkészültségében és elkötelezettségében?

- Maximálisan bízom abban, hogy a gyermekeim felkészültek és elkötelezettek a vállalkozás iránt. Az ő valódi felkészültségüket az élettapasztalatok fogják formálni, és biztos vagyok benne, hogy a szükséges tudást és készségeket idővel elsajátítják.

16. Milyen lépéseket tesz a fenntarthatóság érdekében, különös tekintettel a gazdasági és környezeti hatásokra?

- A fenntarthatóság érdekében törekszünk arra, hogy minél kisebb karbonlábnyomot hagyjunk. Ennek érdekében zöld energiát használunk, és terveink között szerepel a visszaváltható csomagolású termékek gyártása is. Ezek a lépések hozzájárulnak ahhoz, hogy a vállalkozásunk fenntarthatóbb és környezetbarátabb legyen.

5.11 SWOT-analízis készítése a gazdaságra

A SWOT-analízis részletes kifejtése lehetőséget nyújt arra, hogy átfogó képet kapjunk a vállalkozás jelenlegi helyzetéről, belső erősségeiről és gyengeségeiről, valamint a megvalósítható lehetőségekről és veszélyekről. Egy tejtermelő vállalkozás esetében az elemzés különösen hasznos a piacra való felkészüléshez, a versenyképesség javításához és a hosszú távú stratégiai döntések meghozatalához.

Erősségek	Lehetőségek
• Kiváló minőségű, kézműves termékek előállítása • Tartós piaci jelenlét, kiegyensúlyozott gazdálkodás • A termékpálya két meghatározó eleme (termelés, feldolgozás) egy kézben van • Termelést teljes mértékben kiszolgáló alapanyagtermelés • Kiszámítható tejmenyiségek feldolgozása • Mesterséges adalékoktól mentes termelés • Az állattartás és a növénytermesztés jól kiegészíti egymást	• Az utódlás kérdése megoldott • A feldolgozó kapacitás növelése • Munkahelyteremtés • A meghatározó pozíciókban a családtagok vannak • További piacok felkutatása • Fejlesztések, innováció (automatizálás) • Új termékek bevezetése (túródesszert, jégkrém, vajkrém) • Rendezvényeken való részvétel • Fenntartható gyártási folyamatok kialakítása • Online értékesítés kialakítása • Állami támogatások kiaknázása
Gyengeségek	Veszélyek
• Szűk fogyasztói kör • Kevés a képzett munkaerő • Rossz közlekedési infrastruktúra • Erős piaci verseny • Fogyasztói szokások átalakulása • A marketing teljes hiánya • A gyártókapacitás szűkössége	• Munkaerőhiány • Inputanyagok drágulása (kultúra, pet palack) • Versenyképesség a nagy üzemi árakkal szemben • Állatbetegségek hirtelen megjelenése • Eltérő fejlesztési koncepciók a családtagok körében

5.11.1 Erősségek

A kézműves termékek előállítása során az egyik legfontosabb szempont a minőség, hiszen a fogyasztók egyre inkább a természetes tejtermékeket keresik. Az alapanyagok helyben történő előállítása nemcsak a termékek frissességét garantálja, hanem csökkenti a szállítási költségeket és az ökológiai lábnyomot is.

A termelés és feldolgozás integrációja kulcsfontosságú a hatékonyság és a minőségbiztosítás érdekében. A teljes láncban való integráció lehetővé teszi a szigorúbb minőségellenőrzést és a piaci igényekre való rugalmasabb alkalmazást. A vállalat képes arra, hogy a tejtermelés során keletkező melléktermékeket is hasznosítsa, így maximalizálva a termelési folyamatok hatékonyságát.

A kiszámítható tejmennyiségek feldolgozása szintén fontos szempont, amely lehetővé teszi a stabil termelési környezethez. A rendszeres és előre tervezett termelés lehetővé teszi a pontos mennyiségi és minőségi előrelépést, így csökkentve a készletezési költségeket és az esetleges hulladékot.

A mesterséges adalékoktól mentes termelés az egészségtudatos fogyasztók számára egyre vonzóbbá teszi a termelést. A fogyasztók elvárásainak megfelelően a vállalat arra törekszik, hogy a természetes összetevőkből készült terméket kínáljon, garantálják a minőséget és az ízt. Ez nemcsak a termékek népszerűségét növeli, hanem a hírnevet is erősíti.

Végül, az állattartás és a növénytermesztés kiegészítése egy fenntartható gazdálkodási megközelítést biztosít, amely minimalizálja a hatásokat, így maximalizálja a termelési outputot. Az állatok trágyája például kiváló tápanyagforrás a növények számára, míg a növények által termelt takarmány az állatok egészségéhez és jólétéhez járul hozzá.

5.11.2 Lehetőségek

Az utódlás kérdése különösen jelentős családi vállalkozások esetében, hiszen alapvető fontosságú a cég hosszú működése és stabilitása szempontjából. Az, hogy a meghatározó munkakörökben a családtagok foglalnak helyet, nem csak a belső kohéziót erősíti, hanem biztosítja, hogy a vállalat értékrendje és hosszú távú stratégiája szorosan összhangban maradjon a család céljaival. Ez a szoros belső összetartás és értékalapú működés fontos alapot teremt a sikeres jövőépítéshez.

A feldolgozó kapacitás bővítése kiemelt jelentőségű a vállalat növekedése és hatékonysága szempontjából, mivel ez biztosítja, hogy a gazdaság nagyobb mennyiségben állítson elő

minőségi kézműveseket. Ezáltal a vállalat jobban megfelelhet a piaci keresletnek, növelheti eladásait, valamint hosszabb távon biztosítja a piaci jelenlétet.

A munkahelyteremtés stratégiai előnyt jelent mind a helyi közösség, mind a vállalat számára. A helyi munkaerő foglalkoztatása nemcsak társadalmi felelősségvállalásként értelmezhető, hanem hosszú távú előnyökkel is jár, mivel a munkavállalói lojalitás növeli a vállalat helyi beágyazottságát. Ez különösen fontos egy olyan vállalkozás számára, amely a helyi alapanyagokra és közösségekre épít.

Az új piacok felkutatása és elérése a vállalat növekedésének egyik kulcsfontosságú eleme. Az új piacok elérése új bevételi forrásokat jelent, és lehetőséget biztosít a vállalat számára, hogy szélesebb körben terjessze termékeit, és új fogyasztói rétegeket érjen el. Ez a stratégiai lépés elengedhetetlen a vállalat hosszú távú fenntartható növekedéséhez.

Az innováció és fejlesztés, különösen az automatizálás bevezetése, kulcsszerepet játszik a versenyképesség fenntartásában. Az automatizált gyártási folyamatok nemcsak gyorsítják a termelést, hanem minimalizálják a hibalehetőségeket, így növelik a termékek minőségét és csökkentik a költségeket. Az innováció lehetőséget biztosít a vállalat számára, hogy versenyelőnyt szerezzen a piacon, tehát fenntartja a magas minőségi színvonalat.

Új termékek bevezetése, mint például a túródesszert, jégkrém és vajkrém, stratégiai lehetőség a vállalat számára a kínálat bővítésére és az új fogyasztói csoportok elérésére. Ezek az innovatív termékek a változó fogyasztói igények kielégítésére célozzák, valóban a prémium kategóriás tejtermékek piacára is biztosítható a vállalat számára. Az új termékek bevezetése tehát a vállalat versenyképességének növeléséhez és a piaci jelenlét bővítéséhez.

A rendezvényeken való aktív részvétel szerves része a vállalati marketingstratégiának. Ez nemcsak a termékek és a márka ismertségének növelésére ad lehetőséget, hanem közvetlen kapcsolatot teremt a fogyasztókkal, ami segíti a piaci igények jobb megértését és a vásárlói hűség megerősítését.

A fenntartható gyártási folyamatok kialakítása egyre fontosabb szerepet játszik a modern vállalatok működésében, különösen a környezettudatosságra törekvő fogyasztók és szabályozó hatóságok elvárásai mellett. A fenntarthatóság melletti elköteleződés hosszú távon elősegíti a vállalat környezetvédelmi céljainak elérését, valamint pozitívan hat a gazdaság megítélésére is. Az online értékesítési csatornák fejlesztése elengedhetetlen a modern piacon való versenyképesség fenntartásához. Az e-kereskedelem gyors növekedés lehetősége nyújtja a vállalat számára, hogy szélesebb vásárlói kört érjen el, és közvetlen kapcsolatot építsen ki a fogyasztókkal. Az online jelenlét erősítése tehát kritikus fontosságú a jövőbeni vállalat növekedése és piaci célok elérése szempontjából.

Az állami támogatások kiaknázása komoly segítséget nyújt a vállalat számára a fejlesztési projektek finanszírozásában és fenntarthatóságában, valamint innovációs célok megvalósításában. Az állami források támogatása a vállalat versenyképességének erősítéséhez, a lehetséges biztosításának a hosszú távú növekedéshez és a piaci előny megszilárdításához.

5.11.3 Gyengeségek

A vállalat egyik legnagyobb gyengesége a szűk fogyasztói kör, amely korlátozza a termékek szélesebb körű elterjedését és értékesítését. A fogyasztói bázis bővítése nélkül nehézségekbe ütközik a növekedési lehetőségek kiaknázása, különösen, ha a piacon nagyobb volumenű szereplőkkel kell versenyezni. Ennek eredményeként a vállalat bevételi forrásai korlátozottak, ami hosszú távon akadályozhatja a növekedést és a fejlesztéseket.

A képzett munkaerő hiánya szintén komoly problémát jelent. A speciális kézműves termékek előállítása szaktudást és tapasztalatot igényel, azonban a munkaerőpiacon jelen lévő szakemberek hiánya lassítja a gyártás fejlődését és csökkenti a termelési hatékonyságot. Ez nemcsak a termelési kapacitást korlátozza.

A rossz közlekedési infrastruktúra különösen a vidéki térségekben működő vállalkozások számára jelent kihívást. A logisztikai nehézségek megnehezítik az alapanyagok beszerzését és a késztermékek piacra juttatását. A szállítási költségek növekedése miatt a vállalat versenyképtelenné válhat más, jobban elérhető piaci szereplőkkel szemben, ami különösen probléma lehet a gyorsan romló tejtermékek esetében.

Az erős piaci verseny szintén jelentős gyengeségnek számít. A tejiparban nagy és jól bejáratott szereplők vannak jelen, akik nagyobb gyártási kapacitással és kiforrottabb marketinggel rendelkeznek. Ez különösen nehézé teszi a kisebb, kézműves vállalkozások számára, hogy kitűnjenek és versenyben maradjanak a piacon. A nagyvállalatoknak nagyobb erőforrásaik vannak a promócióra, a disztribúcióra és az árversenyre, ami tovább növeli a kisebb szereplők piaci nehézségeit.

A fogyasztói szokások átalakulása egy másik kihívás, amellyel a vállalatnak szembe kell néznie. Az emberek egyre inkább az egészségtudatos, fenntartható és kényelmes élelmiszerek felé fordulnak. Bár a vállalat kézműves termékei magas minőségűek, előfordulhat, hogy nem felelnek meg maradéktalanul a modern fogyasztói elvárásoknak, amelyek változáson mennek keresztül. Azok a vállalatok, amelyek nem tudnak gyorsan reagálni ezekre az átalakuló preferenciákra, könnyen háttérbe kerülhetnek.

A marketing teljes hiánya különösen hátrányos a gazdaság számára. A marketing elengedhetetlen eszköze a fogyasztóépítés megvalósításának és a márkának, amely nélkül a

vállalat nehezen tudja felhívni magára a figyelmet és bővíteni fogyasztói bázisát. A mai versenyképes piacon a vállalatoknak szükségük van egy erős marketingstratégiára, hogy megkülönböztessék magukat a versenytársaktól, és hatékonyan kommunikálják termékeiket egyedi értékeit.

A gyártókapacitás szűkössége jelentős akadályt jelent a növekedésben. A vállalat jelenlegi kapacitása nem elegendő, hogy kielégítse a nagyobb piaci keresletet, vagy bővítse termékei körét. Ez a gyártási korlát nemcsak a bevételi lehetőségeket korlátozza, hanem akadályozza a vállalat hosszú távú növekedési potenciálját is. Ha a cég nem tudja növelni a termelési kapacitást, nehezen tudja versenyképességét fenntartani a piacon.

5.11.4 Veszélyek

A munkaerőhiány komoly veszélyt jelent a vállalat számára, különösen a mezőgazdasági és feldolgozóipari szektorban. Az egyre csökkenő számú képzett munkaerő miatt nehéz megfelelő munkatársakat találni, akik képesek lennének fenntartani a vállalat magas minőségi elvárásait. A munkaerőhiány következményeként lassulhat a termelés, nőhetnek a költségek, és csökkenhet a hatékonyság, ami rontja a vállalat versenyképességét. Ezen kívül, a munkaerőhiány hosszú távon fenntarthatatlan működést biztosít, amely visszavetheti a vállalatfejlesztési lehetőségeit.

Az inputanyagok drágulása, mint például a csomagolásnál használt PET palackok és más alapanyagok, szintén jelentős veszélyt hordoznak. Az alapanyagárak növekedése közvetlenül befolyásolja a vállalati költségstruktúrát, ami csökkenti a profitstabilitást. A kisebb vállalatok gyakran nehezebben képesek a költségnövekedést a fogyasztókra áthárítani, különösen akkor, ha nagyobb, méretgazdaságosságot kihasználó versenytársakkal állnak szemben, akik könnyebben tudják kezelni az árak emelkedését. Az inputanyagok drágulása így komolyan veszélyeztetheti a vállalat árrését és piaci pozícióját.

A versenyképesség megtartása a nagyüzemi árakkal szemben kiemelten fontos kihívás. A nagyüzemi vállalatok gyakran olcsóbb áron kínálják termékeiket, mivel nagyobb méretgazdaságossággal működnek, és könnyebben tudják megfizetni az árakat a fogyasztóknak. Ez hátrányt jelent azokkal a termékekkel szemben, amelyeket kisebb mennyiségben állítanak elő, mivel az ilyen termékek előállítása magasabb költségekkel jár. A vállalat számára nagy kihívás lehet az, hogy olyan egyedi értéket közvetítsen a fogyasztóknak például a minőség vagy a fenntarthatóság terén – amely indokolja a magasabb árazást.

Az állatbetegségek hirtelen megjelenése súlyos következményekkel járhat, és jelentős veszélyt jelent a vállalat működésére. Az ilyen betegségek nemcsak a termelés leállításához vezethetnek,

hanem jelentős anyagi károkat okozhat az állományban. Az állatbetegségek hatására a tejhozam csökkenhet, vagy teljesen megszűnik, ami ellehetetleníti a termékek értékesítését és értékesítését. Az ilyen gyors események kezelése szükséges a megfelelő állategészségügyi intézkedések és kockázatkezelési tervek kidolgozása érdekében.

A családtagok közötti eltérő fejlesztési koncepciók belső konfliktusokat és feszültségeket okozhatnak, amelyek akadályozhatják a vállalati stratégiai döntéshozatalt. A családban gyakran felmerülő probléma, hogy az egyes családtagok különböző elképzelésekkel rendelkeznek a jövőben gazdaság irányairól. Az ilyen nézeteltérések akár a vállalat fejlődését is akadályozhatják, és gyengíthetik a belső összetartást, amely alapvető fontosságú a hosszú távú sikerhez. Ha a családtagok nem tudnak közös álláspontot kialakítani a fejlesztési irányvonalakban, a vállalati stratégiai irányítás is veszélybe kerülhet.

6. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Innovatív tejtermelési technológiák hatása a hozamra és költségekre (H1)

A kutatás során a 2022-es és 2023-as értékesítési adatok összehasonlítása azt mutatta, hogy az innovatív technológiák alkalmazása hozzájárul a tejtermelés növekedéséhez. A két év adatai szerint a termelt mennyiség összességében 20,3%-kal emelkedett, ami havi szinten 3 167 kg-os növekedést eredményezett. Ez igazolja a H1 hipotézist, mivel a magasabb hozam a költségek csökkentésével és a hatékonyság növelésével is összefügg. Ennek alapján javasolt, hogy a tejtermelési technológiák folyamatos fejlesztését, például az energiahatékony eszközök bevezetését és a digitális nyomon követési rendszerek alkalmazását támogassák a családi gazdaságok, mivel ezek versenyelőnyt jelenthetnek a piacon.

Rugalmasság és alkalmazkodóképesség a piaci változásokhoz (H2)

Az értékesítési adatok időszakos ingadozása azt mutatja, hogy a családi gazdaság rugalmasan képes reagálni a kereslet változásaira, ami előnyt jelent az ipari gazdaságokkal szemben, ami nagyobb mértékben függnek az állandó volumenű termeléstől. A mélyinterjúban elhangzottak alapján elmondható, hogy a gazdaság képes volt minden felmerülő piaci változást és kihívást megfelelően kezelni és gyorsan alkalmazkodni a körülményekhez. Ennek alapján, indokolt, hogy a családi gazdaságok továbbra is őrizzék meg rugalmasságukat, és fejlesszék készletgazdálkodásukat és termelési ütemezésüket, hogy hatékonyan reagáljanak a szezonális változásokra.

Egészségtudatos igények növekedése és helyi termékek kereslete (H3)

Az egészségtudatos életmód térnyerése, különösen a természetes, adalékanyag mentestermékek iránti érdeklődés növekedése, kedvez a családi gazdaságoknak. A kutatás adatai szerint 2023-ban a helyi termékek iránti kereslet emelkedett, amely összefüggésben áll az adalékanyag-mentes termékek iránti kereslet növekedésével. Célszerű, hogy a családi gazdaságok fokozott figyelmet fordítsanak a természetes és adalékmentes tejtermékek népszerűsítésére, például egyértelmű „természetes” vagy „adalékmentes” címkékkel emeljék ki a termékek minőségét, valamint erősítsék marketingtevékenységeiket.

Fogyasztói preferenciák mélyebb megismerése

Az egészségtudatos fogyasztói igények jobb megértése érdekében érdemes további piackutatást végezni az egészségtudatos vásárlók preferenciáiról, különösen a családi gazdaságokból származó tejtermékek tekintetében. Ez kínálhat ahhoz, hogy a termékpalettát

inkább a fogyasztói mennyiségi elvárásokhoz igazítsák, így növelve a keresletet és a családi gazdaságok piaci részvételét

7. ÖSSZEFOGLALÁS

Szakdolgozatomban egy Nógrád vármegyei családi tejelő tehenészet működését és termelékenységét vizsgáltam, azonosítva azokat a kulcselemeket, amelyek hatékonyan támogatják a gazdaság sikeres működését, valamint a termelékenység fenntartását és növelését. Kutatásom során átfogó szakirodalmi áttekintést készítettem a tejágazat globális, európai és magyarországi helyzetéről, különös tekintettel a fogyasztási szokásokra és a termelési trendekre. A magyar szarvasmarha-állomány lassú növekedése mellett megfigyelhető a tejtermelés növekedése, amely arra utal, hogy a fejlődés útját nem a nagyobb, hanem a termelést segítő innovatív módszerek jelenthetik, amelyek közül a takarmányozás optimalizálása és a modern technológiák bevezetése kiemelten fontos.

A dolgozat három fő hipotézist vizsgál meg:

- **H1:** Az innovatív tejtermelési technológiák alkalmazása növeli a tejhozamot, és csökkenti az előállítás költségeit a családi gazdaságokban.
- **H2:** A családi gazdaságok rugalmasabban alkalmazkodnak a piaci változásokhoz és a fogyasztói igényekhez, mint a nagyobb ipari gazdaságok.
- **H3:** Az egészségtudatos életmód térnyerésével nő a kereslet a természetes, adalékanyag-mentes tejtermékek iránt, különösen a helyi, családi gazdaságokból származó termékek esetében.

A kutatás adatgyűjtésének módszerei, amely elsődleges szerepet kapott a kiemelt strukturált mélyinterjú, amely lehetőséget biztosít a gazdaság működésével kapcsolatos mélyebb és árnyalabb információk feltárására. A mélyinterjú eredményei azt mutatják, hogy a vizsgált gazdaság sikeresen és gyorsan reagál a különféle piaci kihívásokra, rugalmasan alkalmazkodva a fogyasztói és piaci változásokhoz. Ez alátámasztja a H2 hipotézist, miszerint a családi okok nagyobb rugalmassággal alkalmazkodnak a külső körülményekhez, ami fontos versenyelőnyt biztosít a gazdaság az ipari gazdaságokkal szemben.

Az értékesítési adatok elemzése alapján látható, hogy a természetes és adalékanyag mentes tejtermékek iránti kereslet növekedése, amely a H3 hipotézisben megfogalmazottak szerint a helyi családi gazdaságok számára egyre nagyobb lehetőségeket teremt. E trend erősödésével javasolt, hogy a gazdaságok tovább növeljék a természetes termékeik népszerűsítését, egyértelműen minőségi jelölésekkel és célzott marketingstratégiákkal, hogy ezzel még jobban kihasználják a családi fogyasztói igényt.

Az elemzések során gazdasági SWOT-analízist készítettem, amely bemutatja a gazdaság erősségeinek, gyengeségeinek, lehetőségeinek és fenyegetéseinek azonosítását, támogatva a

hosszú távú stratégiai tervezést és fejlesztést. A SWOT-analízis alapján megerősíthető, hogy az innovatív technológiák (H1) bevezetése valóban értékesíthető a tejhozam növekedéséhez és a költségek csökkentéséhez. A vizsgált időszak értékesítési adatai is megerősítették a termelési hatékonyság növelésének szükségességét és lehetőségeit, hiszen 2022-ről 2023-ra jelentősen növekedett, amely a gazdaság technológiai fejlesztéseire vezethető vissza.

Összeségében a tejlő gazdaságok számára a versenyképesség és a fenntartható növekedés kulcsa a hatékonyság növelésében, az innovációban, valamint a fogyasztói preferenciákhoz való alkalmazkodásban rejlik. A kutatás rámutatott, hogy a helyi erőforrásokra és természetes alapanyagokra építő családi gazdaságok megfelelő fejlesztési stratégiákkal sikeresen megőrizhetik versenyképességüket a nagyobb piaci szereplőkkel szemben is. A rugalmasság megőrzése és az innovációra való nyitottság elengedhetetlen, mivel ezek segítik a gazdaságot abban, hogy hatékonyan működjön a folyamatosan változó piaci környezetben. Ezek a tényezők nemcsak a gazdasági teljesítmény javításához, hanem a jövőbeli fejlődési lehetőségek biztosításához is alapvető fontosságúak a termelési ágazatban. A képzett munkaerő biztosítása és a piaci igényekhez való rugalmas alkalmazkodás hozzájárulhat a családi gazdaságok hosszú távú sikeréhez, lehetővé téve számukra, hogy stabil alapokon álljanak a versenyképes piacon.

8. IRODALOMJEGYZÉK

1. http 1: https://agriculture.ec.europa.eu/farming/animal-products/milk-and-dairy-products_hu7 (letöltés dátuma: 2023.11.01.)
2. http 2: https://agriculture.ec.europa.eu/system/files/2023-09/milk-market-situation-factsheet_en.pdf (letöltés dátuma: 2023.11.01.)
3. http 3: Itt a 13 legnagyobb és legjobb magyar tehenészet (2018.) (letöltés dátuma: 2023.10.28.) <https://www.agrarszektor.hu/allat/20180424/itt-a-13-legnagyobb-es-legjobb-magyar-teheneszeti-10578#>
4. http 4: Clal: World Milk production and population (letöltés dátuma: 2023.10.28.) https://www.clal.it/en/?section=produzioni_popolazione_world&fbclid=IwAR22qbZNABz11ubhM9uSH16c7NnbSvHCGCVk0IUxJIYn7p7TU4uwZivXlc
5. http 5: Milk Market Observatory, Milk Market Situation (letöltés dátuma: 2023.10.28.) https://agriculture.ec.europa.eu/system/files/2023-09/mmo-report-2023-9-25_en.pdf
6. http 6: https://agriculture.ec.europa.eu/data-and-analysis/markets/production-data/production-sector/milk-and-dairy-products_en (letöltés dátuma: 2023.11.01.)
7. http 7: https://agriculture.ec.europa.eu/system/files/2023-10/milk-market-situation-factsheet_en.pdf (letöltés dátuma: 2023.11.01.)
8. http 8: [mmo-report-2023-9-25_en.pdf](#) (europa.eu) (letöltés dátuma: 2023.10.23.)
9. http 9: https://www.clal.it/en/?section=quadro_europa&country=HU (letöltés dátuma: 2023.12.28.)
10. http 10: Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács: Átfogó sajt kutatás, A sajtok fogyasztói, vásárlói attitűdjei, preferenciái, és a célcsoportok médiahasználatai Magyarországon (2024. július 16.) (letöltés dátuma: 2024.08.28.)
11. KSH₁ (Központi Statisztikai Hivatal) (letöltés dátuma: 2023.09.13.) Forrás: https://www.ksh.hu/stadat_files/mez/hu/mez0110.html
12. KSH₂ (Központi Statisztikai Hivatal) (letöltés dátuma: 2023.09.13.) Forrás: https://www.ksh.hu/stadat_files/jov/hu/jov0051.html
13. KSH₃ (Központi Statisztikai Hivatal) (letöltés dátuma: 2023.09.13.) Forrás: https://www.ksh.hu/stadat_files/mez/hu/mez0034.html

14. KSH₄ (Központi Statisztikai Hivatal) (letöltés dátuma: 2023.09.13.) Forrás: https://www.ksh.hu/stadat_files/mez/hu/mez0027.html
15. KSH₅ (Központi Statisztikai Hivatal) (letöltés dátuma: 2023.09.13.) Forrás: https://www.clal.it/en/?section=quadro_europa&country=HU
16. KSH₆ (Központi Statisztikai Hivatal) (letöltés dátuma: 2023.09.13.) Forrás: <https://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haDetails.jsp?query=kshquery&lang=hu>
17. KSH₇ (Központi Statisztikai Hivatal) (letöltés dátuma: 2023.09.13.) Forrás: <https://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haDetails.jsp>
18. KSH₈ (Központi Statisztikai Hivatal) (letöltés dátuma: 2023.11.01) Forrás: https://www.ksh.hu/stadat_files/mez/hu/mez0037.html
19. KSH₉ (Központi Statisztikai Hivatal) (letöltés dátuma: 2023.12.02.) <https://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haViewer.jsp>
20. Ásványi K., (2022): Fenntarthatóság a turizmusban, Fenntarthatósági útmutató a vendéglátás kulcsszereplőinek: A Séfek Kiáltványa és a Fenntartható Fejlődési Célok, Budapest: Akadémiai Kiadó (6.3. fejezet) (letöltés dátuma: 2023.10.28)
21. https://mersz.hu/keres/r%C3%B6vid%20ell%C3%A1t%C3%A1si%20%C3%A1nc/hivatkozas/m950fat_71_p10#m950fat_71_p10
22. Benedek Zs., és Balázs B., (2014): A rövid ellátási láncok szocioökonómiai hatásai (letöltés dátuma: 2023.11.01) http://real.mtak.hu/13891/1/Benedek_BalazsKulg.pdf
23. Borokva Zs., (2023.): Intenzifikáció? - Mekkora az európai állattartó gazdaságok tényleges mérete? , NAK <https://nak.hu/tajekoztatasi-szolgalatas/mezogazdasagi-termeles/105317-intenzifikacio-mekkora-az-europai-allattarto-gazdasagok-tenyleges-merete>
24. Fertő I., és Mizik T., (2016): Agrárgazdaságtan I., Mezőgazdasági árak és piacok, Budapest: Akadémiai Kiadó. (15.2.1.2. A REL termelői fejezet) (letöltés dátuma: 2023.10.28) https://mersz.hu/hivatkozas/dj195ag_189/#dj195ag_189
25. Kislépték (2020): Mi a rövid élelmiszer lánc-REL, és miért jó? (2020.) (letöltés dátuma: 2023.10.28.) <https://kisleptek.hu/tudastar/rel-hub/mi-a-rovid-elelmiszer-lanc-rel-es-miert-jo/>
26. Kujáni K., (2017): A rövid ellátási láncok tervezési feltételei a hazai kistérségekben (letöltés dátuma: 2023.12.02.) http://real.mtak.hu/109770/1/2017_AGR_021_Kujani.pdf

27. Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács (2023. november): Tagi Tájékoztató (letöltés dátuma: 2023.11.23.)
28. NAK (2020): Vidékfejlesztési kézikönyv 4. REL kisokos (2020): A REL egyik szereplője, a kistermelő, 2. fejezet 15.-16.o (letöltés dátuma: 2023. 10.20)
<https://www.nak.hu/kiadvanyok/kiadvanyok/3259-rel-kisokos/file>
29. Sárközi J., (2021.): Hol termelik a legtöbb tejet a világon?, magyarmezogazdasag.hu (letöltés dátuma: 2023.10.28.) <https://magyarmezogazdasag.hu/2021/02/01/hol-termelik-legtobb-tejet-vilagon/>
30. Szakály Z., (2012): Agrártermékek közvetlen értékesítése, marketingje, Magyar Agrárkamara 207.o

9. ÁBÁRK, TÁBLÁZATOK, KÉPEK JEGYZÉKE

9.1 Ábrák jegyzéke

1. ábra A világ tejtermelésének népesség szerinti eloszlása	8
2. ábra Az EU-termelése egyes termékek esetében.....	9
3. ábra: A szarvasmarha állomány alakulása.....	11
4. ábra A hazai tejtermelés és felvásárlás megoszlása	11
5. ábra Tejipari exportált termékek megoszlása	12
6. ábra Tejtermékek fogyasztásának megoszlása	14
7. ábra Termékek beszerzési csatornái megoszlása.....	14
8. ábra Termékek vásárlási szempontjai	15
9. ábra Háztartásonként sajtra fordított összeg.....	16
10. ábra Bevételek alakulása a 2022-es és a 2023-as gazdasági évben.....	24
11. ábra Kiadások alakulása a 2022-es és a 2023-as gazdasági évben.....	25
12. ábra 2022-ben értékesített termékek megoszlása havi bontásban (kg)	27
13. ábra A folyadék tej értékesítésének alakulása 2022-ben (kg)	28
14. ábra A feldolgozott termékek megoszlása 2022-ben (kg) folyadéktej nélkül.....	29
15. ábra 2023-ban értékesített termékek megoszlása havi bontásban (kg)Forrás: Maszlik-Tej Kft.....	30
16. ábra A folyadék tej értékesítésének alakulása 2023-ban (kg)	31
17. ábra A feldolgozott termékek megoszlása 2023-ban (kg) folyadéktej nélkül.....	32

9.2 Táblázatok jegyzéke

1. táblázat Az egy főre jutó éves tejtermékek fogyasztása Magyarországon.....	13
---	----

9.3 Képek jegyzéke

1. kép A Maszliktej termékei	23
------------------------------------	----

NYILATKOZAT

a szakdolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: BERECZ ADRIENN
A Hallgató Neptun kódja: GKOGSN
A dolgozat címe: EGY CSALÁDI TEJFELDOLGOZÓ GAZDASÁGI ÉLETKÉPESÉGE
A megjelenés éve: 2024
A konzulens intézetének neve: AGRÁR-ÉS ÉLELMISZERGAZDASÁGI INTÉZET
A konzulens tanszékének a neve: AGRÁRGAZDASÁGI ÉS AGRÁRPOLITIKAI TANSZÉK

Kijelentem, hogy az általam benyújtott szakdolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlant állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkor szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem MATER Hallgatói Dolgozatok repozitóriumba. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelte után

nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem MATER Hallgatói Dolgozatok repozitóriumban.

Kelt: Gödöllő, 2024 év 10 hó 30 nap


Hallgató aláírása

NYILATKOZAT

Berecz Adrienn (név) (hallgató Neptun azonosítója: GK06SN) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a szakdolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő védésre javaslom / nem javaslom.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem

Kelt: Gödöllő, 2024. év november 3.



belső konzulens