

Az A2 tej termelésének tapasztalatai és eredményei egy üzemi példán keresztül

Horváth Henrietta

Mezőgazdasági mérnök, alapképzés, levelező

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Szent István Campus

Növénytermesztés-Tudományok Intézete

Belső témavezető: Dr Szabari Miklós Gábor, tanszékvezető, Állattenyésztési tudományok intézet/Precíziós állattenyésztési és Állattenyésztési Biotechnika Tanszék

Külső témavezető: Dr Bodnár Ákos, egyetemi docens, Duális és Gyakorlati Képzési Osztály/Állattenyésztéstechnológiai és Állatjóléti Tanszék

Dolgozatomban a tejtermelés és -fogyasztás aktuális trendjeit vizsgáltam, különös tekintettel az A2 tejre, amely a funkcionális élelmiszerek piacán egyre nagyobb jelentőséggel bír. Kutatásom során bemutattam a tejipar történeti fejlődését, jelenlegi helyzetét, valamint a fogyasztói szokások változását, továbbá vizsgáltam azokat a biológiai és technológiai tényezőket, amelyek az A2 tej egyedülállóságát és piaci lehetőségeit meghatározzák.

A szakirodalmi áttekintés során megállapítottam, hogy az A2 tej fogyasztása elsősorban azokra lehet kedvező hatással, akik a hagyományos tehéntej fogyasztását követően emésztési panaszokról számolnak be. A különbség az A1 és A2 béta-kazein variánsok emésztése között jelentkezik, ami bizonyos fogyasztói csoportok számára jobb tolerálhatóságot eredményezhet. Azonban szeretném kiemelni, hogy a tudományos eredmények még nem mondhatóak egységesnek, viszont a nemzetközi kutatások több ponton is ígéretesnek bizonyultak.

Az empirikus kutatást két részre osztottam, ahol az első részben egy online kérdőíves felmérést készítettem 159 fővel, majd ezt követően két félig strukturált interjút, melyet két különböző hazai tejfeldolgozó üzem képviselője válaszolt meg nekem. A kérdőíves kutatás eredménye azt mutatta, hogy a válaszadók jelentős része még nem ismeri az A2 tej fogalmát (59,1%), ugyanakkor a többség nyitott lenne a termék kipróbálására, amennyiben megfelelő információval rendelkezne róla. Ez azt jelezte számomra, hogy az edukáció kulcsfontosságú tényező az A2 tej hazai növekedésében.

A tejaválasztást befolyásoló tényezők közül a minőség és az egészségügyi szempontok bizonyultak a legfontosabbnak. A fogyasztók egy része növényi italokra tért át, sokszor diagnózis nélküli félelmek miatt, ami szerintem azt jelenti, hogy hiteles kommunikációval a tejipar képes lehet visszacsábítani őket a tejalapú termékekhez — különösen az A2 tejhez, mint természetes alternatívához.

Az interjú eredményei alapján az A2 tej termelése jelenleg magasabb költséggel jár, azonban a jersey fajta tejének kiemelkedő beltartalmi értékei (pl. részben az érlelt sajtok előállításához) jelentős értéknövelő tényezők. A vizsgált üzemben az automata takarmányozási rendszer bevezetése mérhető tejhozam-növekedést eredményezett (+1 liter/tehén/nap), ami jól mutatta, hogy a precíziós technológiák hozzájárulnak a gazdaságos termeléshez.

Dolgozatom során arra a következtetésre jutottam, hogy az A2 tej Magyarországon **egyre relevánsabb terméké válhat**, különösen a prémium és egészségtudatos piaci szegmensben. A fogyasztók részéről az érdeklődés jelen van, az információ viszont hiányos. A piaci növekedés kulcsa tehát a tudatos márkaépítés, a transzparens kommunikáció és a fogyasztói edukáció.

Általánosságban elmondható, hogy az A2 tej piacának még gyerekcipőben járó szakaszában vagyunk, így időben és stratégiailag jól pozicionált szereplők komoly növekedési potenciált érhetnek el. A dolgozatom eredményei hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a döntéshozók, termelők és marketing szakemberek átfogóbb képet kapjanak az A2 tej jelentőségéről és a benne rejlő lehetőségekről.