



Szent István Campus

Gazdálkodási és menedzsment szak

A Bos Taurus Trade Kft. Húsipari családi vállalkozás működésének gazdasági értékelése

Belső Konzulens: Dr. Naárné Dr. Tóth Zsuzsanna Éva
egyetemi docens

Készítette: Borbély Dominik

OR7D5C

Nappali tagozat

Intézet/Tanszék: Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet, Közgazdaságtani és Természeti
Erőforrások Tanszék

Gödöllő

2023

Tartalom

1. Bevezetés	4
2. Szakirodalmi áttekintés	6
2.1 Családi háztartások, paraszti életforma. Történelmi visszatekintés.	6
2.2 A sorsfordító 1990-es évek	6
2.3 A vállalatok és a piaci hatások.....	8
2.3.1 A piac legfőbb elemei	9
2.3.2 A piaccal foglalkozó témák között tanulságos, érdekes Gunst P. - történelmi visszapillantásnak is tekinthető – elemzése	10
2.4 A marketing és a piaci környezet.....	10
2.5 A kínai élelmiszerpiac bemutatása.....	11
2.6 Az új közös Agrárpolitika (KAP) hatásai (Magyarország nagykövetsége Peking) ..	13
2.7 Számok és tények.....	14
2.7.1 Fő világtendenciák	14
2.7.2 Hústermelés, fogyasztás.....	14
2.7.3 A magyar gazdaságok száma, mérete, tevékenysége (2020)	15
3. Saját vizsgálatok	17
3.1 A vizsgálat helyszíne	17
3.2 Cégnévjegy	18
3.3 Cégtörténet.....	18
3.4 A vállalati stratégia	21
3.5 Mikrokörnyezeti elemzés – SWOT.....	22
3.6 Makrokörnyezeti elemzés – PEST/STEPP.....	24
3.7 Porter öt erő modell	27
3.7.1 Új belépők, belépési korlátok	27
3.7.2 Versenytársak – iparágon belüli verseny.....	28
3.7.3 Helyettesítő termékek a vevők alkupozíciója	29
3.7.4 Szállítók alkupozíciója	30
3.7.5 Jövőbeni stratégiai irányok.....	30
3.8 Munkaerő, humán erőforrás.....	30
3.9 Bérézés. Anyagi érdekeltség. Szociális gondolkodás	32
3.10 Technikai, technológiai háttér.....	32
3.11 Alapanyag, termeltetés, beszerzés	34
3.12 A termékszerkezet vizsgálata.....	34
3.12.1 Családi húszemünk fő terméke a hagyományos darabolású hasított marha.....	35

3.12.2	Rituál szerinti kósher és halal vágás	36
3.12.3	Bébiétel - alapanyag gyártás	37
3.13	Ár képzés. Ár-érték arány. A tudatos vásárlás ösztönzése	37
3.13.1	A fenntartható fejlődés záloga. Az egekbe szökő input árak és adói	39
3.14	Mi lesz a hazai családi cégekkel?	41
4.	Következtetések. Javaslatok	42
5.	Összefoglalás	47
6.	Irodalomjegyzék	50
	Ábrajegyzék:	54
	Képjegyzék:	54
	Táblázatjegyzék:	54
	Mellékletek	54
	Mélyinterjú vázlat	54
	Függelék	55
	Konzultációs nyilatkozat	55
	Hallgatói nyilatkozat	56
	A szakdolgozat tartalmi kivonata	57

1. Bevezetés

A téma felvetése és időszerűsége

A családi gazdaságok 1980-as évek végén az 1990-es évek elején akkor kezdtek kibontakozni, amikor a magyar gazdasági életben jelentkező, alapvető változások a piacgazdaság alapjait, működési feltételeit, az üzemi szerkezetet új alapokra helyezték. Az Európai Unióhoz való csatlakozásunk és egyes keleti piacok elvesztése is sürgette, kikényszerítette.

2021 januárjában új helyzetet teremtett, hogy több évre visszanyúló, számos egyeztetést, megalapozott előkészítést követően a Kormány elfogadta a Nemzeti Agrárkamara (NAK) által kezdeményezett őstermelői és családi gazdasági rendszer átfogó reformjáról szóló törvényjavaslatot. A törvény a hatékony és versenyképes, gazdálkodáshoz szükséges jogi-, intézményi-, működési-, adózási és adminisztratív környezetet a XXI. századhoz illő alapokra helyezte.

Mindezek a vállalkozások szakdolgozatom időszerűségét hangsúlyozzák témájának feldolgozását, következtetéseimet, javaslataimat új megvilágításba helyezik. Vizsgálataimat a családuk tulajdonában lévő Édesapám vezette jászszentandrási Bos Taurus Trade Kft. gyakorlati tevékenysége, tapasztalatai alapján végeztem. A családuk tulajdonában álló vállalat fő tevékenysége a szarvasmarha vágása és feldolgozása. A filozófiája: felfogni, érteni, reagálni, dönteni és beilleszkedni a piaci részbe!

Szakdolgozatomat kisebb történelmi áttekintéssel fogom kezdeni, melyekben a családi gazdaságokról lesz szó, illetve a sorsfordító eseményekről. Továbbá áttekintem a gazdasági fogalmakat, jellemzőket, melyek a gazdasági életben szembe jöhetnek egy vállalkozóval. Kitérek a piaci- hatásokra, jellemzőkre, legfőbb elemeire. Marketinget áttekintve betekintést nyerhetünk az értékesítésbe is, valamint az alapfogalmakkal és megismerkedünk. A Kínai piac a legfőbb célpiaca a vállalat számára ezért gondoltam, hogy bemutatom az élelmiszer piacát-e nagy országnak. Majd számos adattal szolgálok a különböző hústermékek fogyasztásával kapcsolatban.

Mindezeket követően fogom elvégezni a saját vizsgálataimat a Bos Taurus Trade Kft.-vel kapcsolatban. A cégnek a történetével kezdem, hogy hogyan sikerült az ország legnagyobb szarvasmarha vágóhidjává válni. Gazdasági elemzéseket végzek el a vállalkozással kapcsolatban. Először áttekintem a vállalati stratégiát, majd a SWOT elemzés segítségével fogom vizsgálni a vágóhíd gyengeségeit, erősségeit, lehetőségeit és a veszélyeit. Következő

gazdasági elemzésem egy makrokörnyezeti elemzés, mely a PEST és a Porter öt erő modell elemzések lesznek. Későbbiekben a munkaerőről írok, hogy milyen helyzetben van jelenleg a vállalat és hogy milyen tervek vannak a vezetés számára a dolgozó létszám hiányának elkerülése érdekében. A humánerőforrás résznél megemlítesre kerül a bérezés, anyagi érdekeltségek is. Továbbá a technológiai háttérrel is bemutatom, hogy nagyobb rálátással legyünk egy szarvasmarha vágóhíd működésére. Nagyon fontos rész lesz az alapanyag, mely mindennek az alapja, valamint bemutatom, hogy az alapanyagból milyen módokon készülhetnek el a különféle termékek. Áttekintem a tudatos vásárlás ösztönzést, ár képzést. Ennél a résznél az input árakra is kitérnék, melyek rettentően megnehezítik a vállalat életét. Utolsó fejezetként a következtetéseket, illetve a javaslataimat szeretném leírni, melyek fontosak lehetnek majd a cég jövőjére tekintve.

2. Szakirodalmi áttekintés

Szakedolgozatom témájának kidolgozásához, kutatómunkám összefüggéseinek feldolgozásához, következtetéseim, javaslataim megfogalmazásához áttekintettem a témára vonatkozó szakirodalmat. Szakirodalmi válogatásomban, több esetben a családi gazdaságok kialakulása idején, az 1990-es évek elejére jellemző gazdasági, birodalmi, politikai viszonyokra fókuszáltam. Továbbá kifejttem a szakirodalomhoz tartozó fogalmakat, melyeket a vágóhíd élete során alkalmazni kell és figyelembe kell tartani.

2.1 Családi háztartások, paraszti életforma. Történelmi visszatekintés.

A paraszti életforma jellegzetes vonásának tekintették a családi háztartások megközelítően teljes önellátását, melyet még a XX. században is meg lehetett figyelni néhány hagyomány őrző népcsoportnál. A fejlődés, a polgárosulás jelének tartották, hogy az önellátásra berendezkedett paraszti gazdaság fokozatosan egyre több gyáripari vagy városi ipari terméket vásárol, és egyre több területen mond le arról, hogy anyagi szükségleteit maga elégítse ki.

Leegyszerűsítve: valamikor a parasztcsalád gazdaságilag teljesen önálló és önellátó volt. Maga termelte meg élelmét teljesen mértékben, magának termelte meg ruházatának a nyersanyagát és nagyrészt maga is dolgozta fel, valamint saját maga készítette társaival együtt a házat melyben élt.

2.2 A sorsfordító 1990-es évek

Az 1990-es évektől kezdődően az agrárgazdaság feltételrendszere gyökeresen átalakult, melynek hatása érezhető volt az élelmiszer termelésben. A piaci viszonyok inntől kezdve közvetlenül hatni kezdtek, ugyanis a kenyérgabona és a tej kivételével a kötött árakat feloldották. A termelőeszközöknek az árait ugyancsak kikerültették a központi döntések köréből. Továbbá a kínálat és a kereslet piaci egyensúlya megbomlott a belföldi élelmiszerfogyasztás csökkenésének következtében. Emiatt számos ágazatban értékesítési válsághelyzet alakult ki. A válsághelyzet kialakulásának megszüntetésében nem segített, hogy az 1990 majd az 1992 évi rendkívüli aszály mintegy 70-80 milliárd forint mezőgazdasági termelés kiesést okozott.

A termelők és a piac közötti koordináció megszűnt - új rendszer nem alakult ki. A tulajdonviszonyok átalakulása, a szervezeti keretek változásának elmaradása ugyancsak kedvezőtlenül hatott az élelmiszergazdaságra. A reáljövedelem folyamatos csökkenése az

élelmiszerfogyasztás csökkenését vonta maga után, 1988 és 1999 között 35 százalékkal esett vissza.

Külpiaci gondok is adódtak az országnak. A KGST megszűnése és a gazdasági gondok, nehézségek miatt a Kelet európai piacok átrendeződtek és általában szűkültek. A tőkés fejlett országok piacai számunkra kiszélesedtek, de a csökkenő támogatás és antiinflációs árfolyampolitika következtében az export jelentős része csak nagy vállalkozóikockázat mellett volt elérhető. Továbbá élelmiszeripari privatizáció zajlott az országban az az élelmiszeripari nagytőkéseknek.

Végkövetkeztetés, hogy a piacgazdaságra való áttérés időszakában jelentkező nagyarányú veszteségek csak céliránya a gazdaságpolitikai stratégiára épülő állami agrárpolitika mellett lettek volna elkerülhetők. Az állam azonban nem vállalta az e téren ráháruló feladatokat. (Gyarmati, 1999)

Ágazat privatizáció megnevezése	Összes		Felszámolás		Átalakulás	
	vállalat	végelszámolás (db)	db	%	db	%
Gabonaipar	22	1	22	100	11	50
Húsipar	23	4	18	78	9	39
Tejipar	17	-	16	94	5	29
Baromfiipar	10	3	9	90	8	80
Konzervipar	14	2	13	92	7	50
Hűtőipar	9	-	9	100	7	77
Szeszipar	8	-	8	100	5	77
Cukoripar	12	-	12	100	11	91
Boripar	7	2	5	71	2	57
Söripar	5	-	5	100	5	100
Dohányipar	7	-	7	100	6	85
Édesipar	3	-	3	100	3	100
Növényolajipar	1	-	1	100	1	100
Összesen	138	12	128	92	82	60

1. táblázat Az élelmiszeriparban való átalakulás szemléltetése az 1990-es években
Forrás: FM-előterjesztés, saját szerkesztés

Az 1. táblázat alapján elmondható, hogy a rendszerváltás előtt húsipari vállalatból működött a legtöbb az élelmiszeriparban. Azonban ez a szám az 1990-es évekre megváltozott, ugyanis a 78 százalékát felszámolták, néhányat vég elszámozták, és csak a 39 százaléka alakult át.

2.3 A vállalatok és a piaci hatások

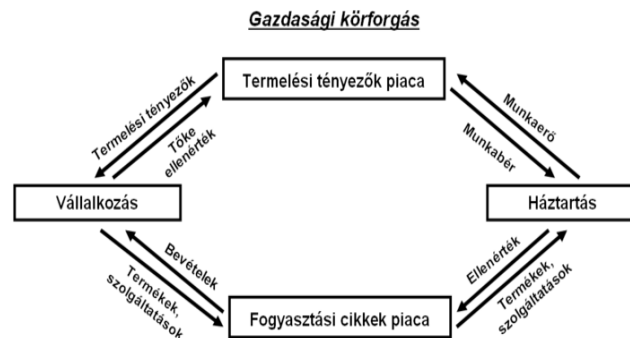
A piac jelentése a vállalatok számára

Olyan helyszínt szolgál, ahol folyamatosan változó értékesítése lehetőségek vannak jelen, valamint egy harci helyszínként is szolgál, ahol a potenciális vevőkért lehet vívni. A helyszínen jelen vannak az eladók, vevők, és fogyasztók egyidejűleg. A piac segítségével a fennálló viszonyokat, kapcsolatokat, működési elveket lehetséges szabályozni.

A piacot az alábbi kulcs fogalmakkal lehet jellemezni:

- **Piacpotenciál:** „Az elméletileg lehetséges eladások összessége adott termékből.” (Marketinginfo.hu, 2022)
- **Piacvolumen:** „Egy adott évben megvalósuló eladások összege.” (Origoprofit.hu, 2022)
- **Piaci szerkezet:** „Milyen az egyes piaci szereplők egymáshoz viszonyított versenyhelyzete.” (Facemedia.hu, 2022)
- **Piacrészesedés:** „Egy vállalat vagy termék adott piacon történő értékesítésének ugyanazon piacon végbement összes értékesítéshez viszonyított arányát értjük.” (Ecopedia.hu, 2022)
- **Fogyasztói piac:** „Azon egyének és háztartások összességét jelenti, melyek személyes szükségletük kielégítésére vásárolnak termékeket és szolgáltatásokat.” (Centroszet.hu, 2022)

- **Fogyasztókutatás:** „A fogyasztókutatás figyeli a fogyasztói reakciók és igények pulzálását, és magyarázatot keres a megállapításokra” (Némethné, 2000)



1. ábra A piac körforgása

Forrás: [https://hu.wikipedia.org/wiki/Piac_\(k%C3%B6zgazdas%C3%A1gtan\)](https://hu.wikipedia.org/wiki/Piac_(k%C3%B6zgazdas%C3%A1gtan))

Az 1. ábra megmutatja a piacnak a körforgását a vállalkozások és a háztartások között.

2.3.1 A piac legfőbb elemei

„A **kereslet** abban az árutömegben fejeződik ki, amelyet a fogyasztók, a felhasználók adott időpontban képesek és hajlandók megvásárolni. Keresleten tehát mindig fizetőképes keresletet, vagyis meghatározott mennyiségű és minőségű áru megvásárlásának megfelelő pénzmennyiséggel alátámasztott szándékát értjük.”

„**Piaci keresleten** az adott áru valamennyi szóba jöhető fogyasztójának fizetőképes keresletét értjük, vagyis azt az árumennyiséget, amelyet a fogyasztók különböző árak mellett képesek és hajlandók megvásárolni.”

„**Kínálaton** azt a meghatározott mennyiségű és összetételű árutömeget értjük, amelyet az ártermelők valamely piacon, adott áron eladásra felkínálnak.”

„**Az ár** az áru értékének pénzbeli kifejezése. A piaci árat rövidebb távon közvetlenül a kereslet és a kínálat alakítja. A **kereslet növekedése**, illetve ennek következtében a kínálat relatív csökkenése pedig árucsökkenést von maga után. A kereslet-kínálat hatására tehát az árak a piacon állandóan ingadoznak, hol fölfelé, hol lefelé mozognak.”

„A **jövedelem** a termelő oldaláról szemlélve – az áruk értékesítése során realizált árbevétel és a termelés során felmerülő költségek (kiadások) különbözete. A gazdasági tevékenység akkor jövedelmező (akkor hoz jövedelmet) ha árbevétel a költségek fedezetén túl még tiszta jövedelmet (nyereséget) hoz.” (Molnár, 2007)

2.3.2 A piaccal foglalkozó témák között tanulságos, érdekes Gunst P. - történelmi visszapillantásnak is tekinthető – elemzése

Gunst Péter kifejti, hogy: a mezőgazdasági termelés alakulását, növekedését vagy csökkenését, konjunkturális hullámzását a gazdaság és más, mezőgazdaságok kívüli szektorainak körülményei, lehetőségei is megszabják. Azok az igények tehát, amelyeket a gazdaság más szektorai a mezőgazdasággal szemben támasztanak.

Ezt a helyzetet könnyen megérthetjük, hiszen az **élelmiszertermelés növekedésére** csak abban az esetben kerülhet sor, amint a népességben belül növekszik az élelmiszereket közvetlenül nem előállító rétegek száma és aránya.

Az áruforgalmat a szállítási lehetőségek határozták meg. Magyarország földrajzi helyzete ilyen szempontból nem volt kedvező. Nem véletlen tehát, hogy egészen a XIX. század közepéig legtöbb kivitel az élőállat (elsősorban szarvasmarha, részben juh) volt, amely lábon hajtva jutott a piacra – **írja Gunst** a feltehetően kevésbé ismert történelmi piaci elemzésében. (Gunst, 1970)

2.4 A marketing és a piaci környezet

A húsiparicég, jelen esetben a Bos Taurus Trade Kft. a piacszerzés, gazdálkodási, sikerében a szervezett marketing tevékenységnek nagyon fontos szerepe van. Nagy számban hozzá járulhat egy jó marketing az eladás növeléséhez.

Mit is jelent valójában a marketing? A marketing olyan, vállalati tevékenység, amely a vevők, a folyamatok igényeinek kielégítése érdekében elemzi a piacot. Meghatározza az eladásra szánt termékeket és szolgáltatásokat, valamint ezeket megismerteti a vevőkkel, kialakítja az értékeket, szervezi az értékesítést és valójában a vásárló tudta nélkül befolyásolja a vevői döntéseket.

Tágabb értelemben a marketing a vállalat egészére kiterjedő filozófia, szemléletmód, mely kiterjed minden értékkel rendelkező nyereségorientált célkitűzésre és megvalósítja a felső vezetés feladatait. **(Morris, 2023)**

Marketing mix, marketing kombináció

Jelentése tulajdonképpen egy összefoglaló marketing mely a különböző piacokon alkalmazott marketingeszközök összességét jelenti.

Összetevői:

- Termékpolitika (Product): Tervezés, fejlesztés, a termék pozicionálása (elhelyezése a vevő „fejében”) és bevezetése, illetve bevonása; formatervezés, csomagolás, termékkutatás, hasznosság
- Árpolitika (Price): Költségvizsgálatok, ármeghatározás, fogyasztói ár elfogadás, költségtérítések, hitelek, engedmények, árérzékenység-vizsgálat
- Értékesítési politika (Place distribution): Az értékesítési út tervezése, logisztika és termékelosztás, a kereskedelmi formák (nagy- és kiskereskedelem) a kereskedelmi partnerek kiválasztása, értékesítés.
- Reklám (Promotion): Kommunikációs elvek és követelmények, „pr” (Public relation): tájékoztatás, kapcsolatépítés, eladás ösztönzés, reklámhatás és elemzés

A marketing-mix bevezetésénél kiindulópont a termék, jelen esetben a szarvasmarha hús különböző formában, illetve különböző részei. (Chikán, 2021)

A Bos Taurus Trade Kft termékeinek fő célpiaca Kína

Családi vállalkozásunk marhahús termékeinek 90 százalékát Kínába exportálja ezért, szakirodalmi válogatásomban a Kínai élelmiszerpiac fő jellemzőit is áttekintettem.

2.5 A kínai élelmiszerpiac bemutatása

Kína egyik legfontosabb és legösszetettebb feladata, hogy a világ népességének 20%-át a saját termőterületének 12%-ról élelmezze. A mezőgazdasági termelést tovább nehezíti, hogy a termőföldek 70%-a északon terül el, a szükséges víz viszont Keleten áll rendelkezésre. A kormányzat annak érdekében, hogy egyrészt biztosítsa a szükséges élelmiszer mennyiséget a lakosság részére, másrészt a mezőgazdaságból élők életszínvonalát is megfelelő szinten tartsa, szerteágazó támogatási rendszert működtet.

A kínai népköztársaság mezőgazdasági stratégiája egyértelműen meghatározza azokat az elemeket, melyek tekintetében az ország önellátásra törekszik és azokat, amelyeknél feltétlenül importokra szorul. Általánosságban az alapvető élelmiszerekből (gabona, csirkehús, tojás és zöldségek) igyekeznek 90% feletti arányban biztosítani az önellátást. A rizs, a szója, a cukor, a **marhahús** és a tejtermékek azonban, vagy a nagy terület és vízigények, vagy a nagy takarmányigényük miatt folyamatosan és növekvő mértékben **import termékek lesznek.**

A gyors urbanizáció és a városi lakosság étkezési szokásainak megváltozása miatt a jövőben a **hús-** és tejtermékek aránya a -rizs és a zöldségek mellett **folyamatosan növekszik**, így még ezeken a termékeken is **bővül az import termékek aránya**.

Az utóbbi években **a kínai mezőgazdaság is új kihívásokkal szembesült**. A termelékenység nem megfelelő, a hazai termékek drágák, a gazdaságok kis mérete miatt a gépesítés szintje alacsony és a gazdák képesítése is gátja a gazdaságok fejlődésének. **Magyarország** számos területen tart fenn aktív kapcsolatokat, mely segítségével tudományos technológiai-, kutatási együttműködési rendszere alakult ki. A technológiai transzfert közösen üzemeltetett központ segíti elő és a gazdaság együttműködés vállalati formában zajlik.

Élelmiszerek és mezőgazdasági termékek piacra lépésének módja, engedélye másképpen zajlik, mint Európában. Az élelmiszerek, növényi- és állati eredetű termékek behozatalát a kínai minőségellenőrzési, felügyeleti és karantén hivatal szabályozza. Magyarország (sok egyéb termék között) rendelkezik fagyasztott, belsőségek nélküli marhahússra vonatkozó export engedéllyel a kínai népköztársaságba. (Magyarország Főkonzulátusa Sanghaj, 2015)

Fontosabb külkereskedelmi, technikai tudnivalók

A nagykövetség a Kínában, illetve a kínai partnerekkel kereskedő, vagy kereskedni szándékozó vállalkozók számára (a visszaélések elkerülése érdekében) **fontos tudnivalókat tett közzé**. Mindenképpen olyan céggel vagy vállalattal érdemes kereskedni, amely több éves nemzetközi gyakorlattal rendelkezik, illetve valamelyik kereskedelmi kamara listáján szerepel. Közvetítők közreműködését érdemes kirekesztetni, illetve korlátozni (alvállalkozó, ügynök). Továbbá meg kell győződni, hogy a szerződéskötés azzal történik, akivel eredetileg szándékban áll. Papírra vetett szerződés, aláírás, pecsét a cég pénzügyi bélyegzőjével. Kérjünk nemzetközi normákat, szabványokat tartalmazó, illetve a TOM-ben (teljeskörű minőségellenőrzésben) elfogadott okmányokat. Az ügylet bebiztosítása érdekében már előtte rögzíteni kell a fizetés, teljesítésére vonatkozó szabályokat, valamint fel kell készülni a vitás helyzetek kezelésére is. Kína nem, vagy csak rendkívül körülményes eljárások útján hajtja végre más államok bíróságainak ítéletét.

Érdekesség, hogy hivatalos magyarországi látogatása alkalmával Han Chongfu kínai mezőgazdasági miniszter ellátogatott a gödöllői Szent István Egyetemre is 2014-ben.

2.6 Az új közös Agrárpolitika (KAP) hatásai (Magyarország nagykövetsége Peking)

A két év átmenet után 2023-ban induló új Európai uniós támogatási rendszer néhány várható hatása:

Az Európai Parlament 2021. november 21-i plenáris ülésen szavazták meg az uniós Közös Agrárpolitika (KAP) rendszert meghatározó jogszabályokat. Ezután, született meg az Európai Tanács jóváhagyására majd elfogadták a delegált és végrehajtási jogszabályokat is. Az új KAP középpontjában a fenntarthatóság a zöld szempontok érvényesítése igénye áll. Ugyanakkor az Uniós célkitűzések mögött Gazdasági- és nagypolitikai szempontok is meghúzódnak. A termőföldtől az asztalig és a biológiai sokféleség stratégiák kiemelt hatásai a következőkben foglalhatók össze:

- az EU mezőgazdasági kibocsátásának 11-12 százalékos csökkenése valószínűsíthető 2030-ig;
- a mezőgazdasági termékek termelői ára a különböző ágazatokban 60% körüli mértékben emelkedne;
- az EU termelésének visszaesése a gabonafélék, a sertés- és a baromfihús nettó exportpozíciójának gyengüléséhez, illetve az olajmagvak és származékjaik, a zöldség- és a gyümölcsfélék, marha-, a juh- és a kecskehús külkereskedelmi deficitjének további romlásához vezethet;
- a mezőgazdasági termelés visszaesése az EU élelmiszerek ellátásának színvonalát., az élelmiszer árak emelkedése nyomán pedig növekednének a fogyasztók kiadásai;
- a stratégiák hatással lehetnek a globális élelmiszerbiztonságra is. Ha az EU nem kényszeríti rá a stratégiát céljait a legfontosabb kereskedelmi partnereire, az élelmiszerbizonytalanságban élők száma világszerte 22 millió fővel nőhet, amennyiben pedig rákényszeríti, ez a szám akár 100 millió főre emelkedhet;
- a stratégiáknak pozitív környezeti hatása a nitrogén-terhelés, a nitrogén kimaradás és az ammónia-emisszió mérséklődése;

A kérdés – sok egyéb között:

Miként lehet növelnünk versenyképességünket?

Hogyan lehet a forrásokat, a termékpályákat beruházások felé irányítani? (nak.hu, 2022)

2.7 Számok és tények

2.7.1 Fő világtendenciák

A világon sajnos súlyos élelmiszerhiány prognosztizálható, ugyanakkor a növekvő életszínvonal nyomán nő a fogyasztott állati eredetű termékek aránya, változik a humán táplálkozási szerkezet. E termékek előállításához az eddiginél több, minőségileg jobb takarmányokra lesz szükség. Viszont az 1950-ben kezdődött „Zöld Forradalom” idején a növénytermesztés (elsősorban a búza, kukorica rizs) hozamai kimerülőben vannak.

„Második Zöldforradalom” idején várható trendek szerint a sertés-, valamint a baromfihús termelés és fogyasztás növekedése várható. A marhahús és a tejtermelés növekedési üteme viszont kisebb volumenű lesz. Továbbá a „Második Zöldforradalom” az elsőnél komplexebb lesz, ugyanis a növényi biomassa és az állati eredetű termékek előállítás minden fázisát érinti: új innovációs hullám, szellemi erőforrások bővítése, pótlólagos tőkebefektetés, nagyteljesítményű állatfajták, korszerű takarmányozási- és állattartási rendszerek térhódítása, az extenzív területek tervszerű hasznosítása jellemzi ezt a folyamatot. (Horn, 2012)

2.7.2 Hústermelés, fogyasztás

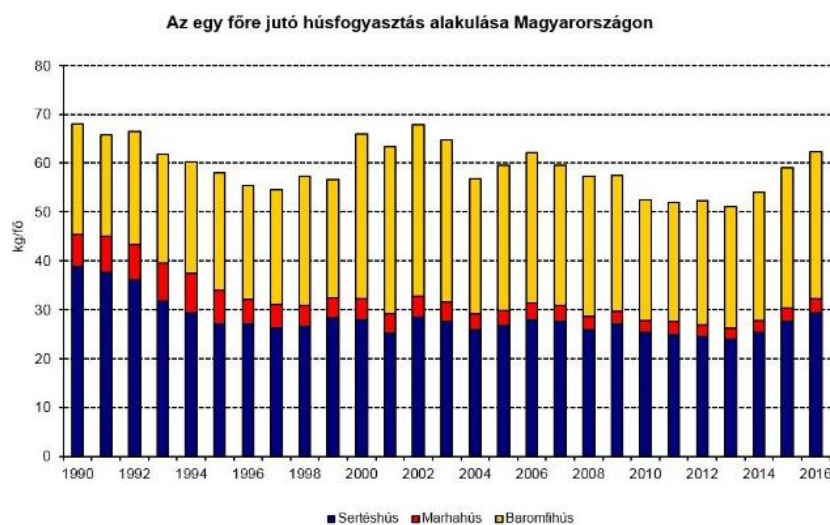
Az alábbi táblázat alapján elmondható, hogy míg a marha és borjúhús a közép mezőnyben szerepel, addig a z emberek a baromfi húsból esznek a legtöbbet, majd szorosan követ ezt a számot a sertés. Továbbá az egyéb húsokból, azaz hal félekből eszünk a legkevesebbet.

A világ hústermelése	Ezer tonna
Marha és borjú	72.000
Sertés	101.000
Baromfi	136.000
Juh	16.200
Egyéb húsok	700
Összesen	333.000

2. táblázat A világ hústermelésének megoszlása
Forrás: Saját szerkesztés

- A világ húsfogyasztása: 43,3 kg/fő
- A magyar húsfogyasztás: 64.4 kg/fő (KSH, 2016)
- ebből: sertés 29,3 marha 3,0 juh 0,1 kg csontos hús/fő
- belsőség 2,0 baromfihús 30,0 kg/fő

KSH adatai szerint sertéshúsból és a baromfiból 10-szer annyit eszik egy magyar ember, mint marha húsból. A magyar húsfogyasztásnak a majd felét a sertés képezi, míg a másik felét baromfi hús, a marhahús csak az összes fogyasztásnak a huszadot képezi.



2. ábra Az egy főre jutó húsfogyasztás alakulása Magyarországon (1990-2016)

Forrás:

<https://sertesinfo.aki.gov.hu/publikaciok/kuldes/a:638/Az+egy+f%C5%91re+jut%C3%B3+h%C3%BAsfogyaszt%C3%A1s+alakul%C3%A1sa+Magyarorsz%C3%A1gon>

A 2. ábra alapján elmondható, hogy a marhahús fogyasztása Magyarországon az 1990-es évek elején magasabb volt, mint a 2000-es években és napjainkban. Míg a sertéshús piacvezető volt eleinte, ezt követően a 2000-es évek közepétől átvette a vezetést a baromfihús fogyasztása. Ez idő alatt a marhahús fogyasztása csökkent, azonban tartotta a szintjét.

2.7.3 A magyar gazdaságok száma, mérete, tevékenysége (2020)

Az állattartó gazdaságok száma sajnos folyamatosan csökken. A teljes állatállomány 79 százaléka a szarvasmarha és a sertés. Az állattartó gazdaságok 15 százalékának nincs növénytermesztő területe. Tehát következtetésként vonható le, hogy a szeszélyes időjárásnak maximálisan kivannak téve, hogy lesz-e elegendő takarmány az adott évre tekintve a jószágok számára, valamint, ha lesz, akkor milyen áron juthatnak hozzá.

241 ezer gazdaság működött Magyarországon, számuk 2010 óta 31 százalékkal csökkent, ami elsősorban az állattartó üzemeket érintette, ezzel is megnehezítve a vágóhidak sorsát az alapanyag beszerzése kapcsán. Azonban jó hírül szolgál, hogy a közepes méretű gazdaságok hányada 10 év alatt 9-ről 17 százalékra nőtt. Továbbá egyre több a mezőgazdasági végzettségi irányító, felsőfokú végzettségűek aránya a 25-44 közötti korosztályban a legmagasabb. (Központi Statisztikai Hivatal, 2022)

3. Saját vizsgálatok

A szakdolgozatomban vizsgált vállalkozás telephelyén végeztem a vizsgálataimat, amely Jász-Nagykun-Szolnok vármegyében található Jászszentandrás a Felsőtanyai út 12. szám alatti üzemben és annak területén. Segítségemre voltak a dolgozók, akik elmesélték a saját szemszögükből a vállalkozás működését és magát a szarvasmarha vágásának a módját, módszereit. Továbbá Édesapám is nagy segítségemre volt, hiszen a gazdasági részét mutatta be, majd az ő szemszögéből is rálátásom lett a vállalkozásra. Ennek tudatában végeztem a saját vizsgálataimat a Bos Taurus Trade Kft-ben.

3.1 A vizsgálat helyszíne

- A Bos Taurus Trade korlátolt felelősségű társaság.
- Ügyvezető-tulajdonos: Borbély István
- Alapítás éve: 2014
- Székhely: 5100 Jászberény Cserkész utca 11
- Üzem: Jászszentandrás Felsőtanyai út 12
- Fő tevékenységi kör: 4623. Élőállat nagykereskedelem
- Jegyzett tőke: 3 millió Ft
- Adószám: 24955519216
- Cégjegyzékszám: 1609015819
- Európai engedélyszám: HU351EK
- Nettó árbevétel: 1.485.098 HUF
- Dolgozó létszám: 51 fő



1. kép A Bos Taurus Trade Kft. logója
Forrás: www.bostaurus.hu

3.2 Cégnévjegy

Cél: a nemzetközi színvonal elérése: a fogyasztók, partnerek elégedettsége

Cégfilozófia: felfogni, érteni, reagálni, dönteni, beilleszkedni a piaci részbe

Értékek

Ár-értékarányon kínált kiváló minőségű vágómarha termékek. A márkanévünket erősítő termékeink, ember- és partnerközpontú szemlélet.

Értékteremtő innováció. Hitelesség, kiszámíthatóság, bizalom, biztonság, empátia, etikus üzleti magatartás, diszkréció, gyakorlatias gondolkodás, céggkultúra, szakmai hozzáértés, csoportmunka.

Jövőkép

Nemzetközi színvonalú szakmai-, szellemi-, műszaki-, technológiai fejlesztések. Fenntartható, környezetkímélő folyamatos hazai- és külföldi piacépítés. Kölcsönös előnyökön alapuló partnerkapcsolatok bővítése korszerű elemekkel. Magas szinten képzett, anyagilag elismert, elkötelezett munkatársak képzése. Utánpótlás nevelés.

3.3 Cégtörténet

A cégtörténet bemutatásában nagy szerepet játszott Édesapámmal történő mélyinterjú¹ által feltett kérdéseimre válaszai. Cégünk lényegében a kis-, közepes méretű családi üzemekre jellemző utat járta be. Szép számmal vannak sikertörténetei és a rá vonatkozó gazdasági környezet szabta nehézségei, amiből sikeresen kiverekedtek magunkat.



*2. kép Szarvasmarha vágóhíd
Forrás: Saját kép*

Sok mindent megéltünk, átéltünk, túlélünk, biztos alapokon vagyunk. **Hiszünk magunkban, munkatársainkban, partnereinkben, termékeinkben!**

¹ Kérdései a mellékletben megtalálhatók

Tekintsünk vissza az időben, hogy honnan hová sikerült eljutni a vállalkozásnak az idők során. Szüleim 1993 óta tevékenykednek a húsiparban, több évtized tapasztalatait gyűjtötték be, így kellő szakmai alátámasztást tudnak nyújtani, hogy dolgozatom még hitelesebb lehessen.

A társaság ugyan 2014-ben alakult, ám Édesapám 1993-tól az asztalos szakmáját felhagyva az élőállat kereskedelembe és a húsiparban tevékenykedik, az említett időpontig a vállalkozás ugyanilyen formában működött, mint a mai nap, az idők során csak a cég nevében történtek módosítások. Ugyanakkor a társaság tevékenysége az idők alatt nem változott meg, melyet a szarvasmarha feldolgozása és húsként való értékesítése tesz ki.

A családi vállalkozásnak indult cég az ország legnagyobb kapacitású és legmodernebb szarvasmarha vágóhidjává nőtte ki magát az idők során. A cég telephelye Jászszentandrás Felsőtanyai út 12. alatt található, amelyen jelenleg egy közel 4000 négyzetméteres húsüzem terül el.

Tekintsünk vissza a múltba, hogy honnan hova is sikerült eljutni a vállalkozásnak. 1998-ban indult el a vállalkozásnak ezen formája, amikor kibérelték a helyi TSZ-től a vágóhidat a szüleim. Ekkor alkalmas volt szarvasmarha, illetve sertés vágására és feldolgozására is. 1999-ben megvásárlásra került az ingatlan és 2000-ben Édesapám döntésére a marha vágására és a feldolgozására szakosodott az üzem, ezzel megszüntetve a sertést. 2000-ben megteremtették a marhavágás feltételeit, továbbá 2003-ban a szociális blokk felújításával megkapta a vállalkozás az uniós export engedélyt, innentől kezdve már nem csak a hazai piac kielégítése volt a cél. Kinyílt a cég számára Európa kapui, és elkezdődött az export Hollandiába, Ausztriába, sőt még a távol keletre Kínába is. 2005-ben járunk, amely szintén fontos év volt a cég történetében, ugyanis bővítésre került a hűtő részleg, amellyel az ország legnagyobb kapacitású marha vágóhidjává növekedett és elérte jelenlegi méretét. További években megszerzésre kerültek nagyon fontos engedélyek, többek között a kínai, az orosz, a török, a McDonalds, a HALAL, és a gyermek ételt forgalmazó Hipp engedély is. A vágóhid életében ezek kimagasló szerepet töltenek be, hiszen a kapacitás jelentős részét az utóbbi országok, illetve megrendelők teszik ki. Későbbiekben erre is részletesebben kitérek. 2005-től napjainkig az üzem számos újításon és modernizáló folyamaton ment keresztül, továbbá nem csak az üzem, hanem a járműpark is fejlődött, amely az élőállatok behozatalára alkalmas, maximálisan kielégíti az előírt szabályokat.

Az állatjóléti, állategészségügyi, élelmiszerhigiéniai követelmények a legmagasabb színvonalon vannak biztosítva. Az üzem tényleges napi kapacitása a korszerű technológia és

magas fokúan képzett hentes szakmunkásoknak köszönhetően 200-250 marha vágása és feldolgozása. Az állatok a vágás utáni konfekcionálást követően különböző kiszerelésben, formában kerülnek a belföldi és az export piacra egyaránt. Naponta 40 tonna húst képes az üzem kicsontozni, mely vákuumcsomagolással kerül kiszállításra. Manapság nagyon fontos a nyomon követhetőség, éppen ezért a teljes feldolgozási és a vállalatirányítási folyamat számítógépen követett, ellenőrzött és kontrollált. A telep akár minden egyes mérési pontján nyomon követhető az áru, az élőállat beérkezésétől a húsáru kiszállításáig. Továbbá a legkorszerűbb állatorvosi laboratóriumban 24 órás állatorvosi szolgálat segíti az üzem gördülékeny munkáját. Manapság az egyik legvitatottabb téma minden iparágban a környezetszennyezés. Ennek következtében a környezetvédelmi feladatokat maximálisan betartva a húsfeldolgozás útján keletkező veszélyes anyagok gyűjtése, elszállítása maximálisan megoldottak.



*3. kép Csontozó helyiség
Forrás: Saját kép*

Termékeinket főként hasított tökehúsként és különféle formában, kiszerelésben, vakum csomagolásban készülnek részben hazai, zömében külföldi forgalomra, melyeket a 3. képen látható csontozó teremben készítenek el a hentesek az előírásoknak megfelelően.

Termékeink 10 %-át itthon értékesítjük, 90%-át Kínába exportáljuk. A teljes nyomon követhető, ellenőrizhető vállaltirányítási- és feldolgozási folyamat a - beszerzéstől az értékesítésig – számítógépes programban működik.



4. kép Szarvasmarha féltetek a hűtőházban
Forrás: Saját kép

Mindezek alapján az országosan elismert Bos Taurus Trade Kft. jászszentandrási vágóhídja térségünk egyetlen Európai Unió előírásai szerint, nemzetközi színvonalon dolgozó üzeme.

3.4 A vállalati stratégia

Honnan indultunk, hol és hova tartunk? Mit hogyan, milyen hatékonysággal termelünk? Melyek az alkalmazott módszereink alapelvei „mesterfogásai”? Mit tartogat a jövő? Milyen kölcsönösen előnyös együttműködést ajánlunk partnereinknek? Ilyen és hasonló kérdésekre válaszol a vállalati stratégiánk.

A Bos Taurus Trade Kft. feladata nem csupán minőségi húsipari termékek előállítása, hanem amellet az is, hogy hatékony, fenntartható gazdálkodási gyakorlatával egyfajta mintát is ajánljon a családi húsipari vállalatoknak. Szakmai kihívás ez a javából! A gyorsan változó világunkban néhány év alatt a korábban forradalminak számító technológiai megoldások, genetikai értékek elavulnak. Ezért – a gyakran szélsőséges időjárás okozta gondok mellett – az állandóan változó jogi- és gazdasági szabályok „dzsungelében” meg kell találni az optimális utat, az előre lendítő módszereket.

E minőségileg is új feladatok megoldásához, a folyamatos megújuláshoz, a legfrissebb ágazati információk gyors befogadásához és alkalmazásához, a szakmailag megalapozott munkák végrehajtásához a kft megújult szervezeti keretei között dolgozik. Egységes irányítás, átláthatóság, együttműködési, készség gyors alkalmazkodás a változó, fenntartható körülményekhez, a szakmai-, szellemi-, anyagi-, biológiai tőke – vagyis kapacitásai – eddiginél jobb kihasználása, piacközpontú gondolkodás, integráció, a kölcsönösen előnyös partnerkapcsolatok építése, a „vállalati tudat” erősítése – ezek gazdálkodásunk fő elemei.

Átgondolt, összehangolt fejlesztések, hatékony költséggazdálkodás, innováció, a szakmai tudás folyamatos fejlesztése, a hozzáadott érték növelése, a felhasznált környezeti erőforrások védelme – mindezek magasabb szinten való végrehajtása a célunk.

A tapasztalatok, gazdasági eredmények elemzése azt üzenik, hogy – természetesen a gyakorlati élet szabadta folyamatos „finomítások” mellett – összességében helyes utat választottunk.

Mindezekhez legfontosabb erőforrás, a kiváló termékeinket előállító hozzáértő, szorgalmas vállalatunk büszke szakembereinek energiája.

3.5 Mikrokörnyezeti elemzés – SWOT

A SWOT elemzéssel segítük a vezetőség számára megérteni egy piac, iparág, üzlet, termék, szolgáltatás stb. piaci életképességét, illetve ismerteti, hogy mely feladatok a legfontosabbak stratégiai szempontból. Segítségemre szolgált a mélyinterjú² Édesapámmal. Legfontosabb tulajdonsága, hogy megmutatja a megtérülés esélyét és arányát. Magyar elnevezése is van, a GYELV elemzés. GYELV elemzés 4 részből áll, gyengeségek, erősségek, lehetőségek, veszteségek. Az előnyei mellett hátránya is van az elemzésnek ugyanis nem tudja megmutatni, hogy szerezhetsz versenyelőnyt egy cég. A gyorsan változó belső és külső környezethez nem tud alkalmazkodni, illetve gyakran csak a korábban felállított állapotokat mutatja be és azok célját védi meg. Ezeknek a negatív hátrányok következtében alkotta meg Michael Porter az öt erő modellt, amit később el is fogok végezni a vállalaton belül.

Gyengeségek közé olyan dolgok tartoznak, amelyek nem működnek jól a vállalaton belül, de lehet rá hatással lenni és meglehet oldani a problémát.

Miben kell még fejlődni? A piacszerzés a jövő fő tervei közé tartozik. Cél, hogy a termékeket ne eladjuk a partnereknek, hanem szét osszuk köztük. Tehát jóval nagyobb legyen a kereslet, mint a kínálat. Ennek következtében mi tudjuk majd alakítani az eladási árakat.

Vállalkozás, olyan részei, melyeket javítani lenne szükség. Ide tartozik az alapanyag beszerzés. Jelenleg gazdákkal, kis termelőkkel, nagy üzemekkel és kereskedőkkel is együtt dolgozik a vágóhíd. Tovább fejlődni abban szeretnénk, hogy minél több nagylétszámú állattartó teleppel működjünk együtt egyenesben. Előnye lenne, hogy több szarvasmarhához jutna hozzá a vágóhíd jutalék kifizetés nélkül.

² Kérdései a mellékletben megtalálhatók

Gyengeséghez szokták sorolni a veszteséges területeket is, azonban szerencsére nincs ilyen része a vállalatnak, minden területben van profit kisebb-nagyobb mértékben.

Erősségek lehetnek olyan dolgok, amelyek már amúgy is jól működnek a vállalatban belül, de ezeket a tényezőket lehet még fokozni, még jobbra tenni, ezzel jobb eredményt elérni.

Miben vagyunk jobbak, mint a többi piaci szereplő? Első sorban azt gondolom, hogy a méret, ugyanis a jászszentandrási szarvasmarhavágóhíd a legnagyobb napi kapacitással bíró üzem az országban. Nagy hűtő kapacitással bír, így a saját termelés mellett képes elvégezni külső bér munka feladatokat is. Másod sorban, hogy saját élőállat szállító gépjárművekkel rendelkezik, így nincs kitéve a bérautók idejére, bármikor azonnal képes indulni az alapanyagért (szarvasmarháért).

Milyen versenyelőnyünk van? Szarvasmarha felvásárlás során a fizetési határidőnk (1-2 nap) kedvező a gazdák, termelők számára, valamint élő súly árat fizetünk a megfelelő kategorizálás után. Nincsen utólagos elszámolás a vágás után.

Legjobb bevételi forrásaink, eszközeink, termékeink, szolgáltatásaink? Értékesítés 90%-a Kínai exportból származik, ezért mondhatni, hogy legjobban fizető partnerek, de a legjobb haszonkulcs is ezen az üzleten van. Nem tartalmaz semmilyen logisztikai költséget, ugyanis a termékért a vevő intézi a fuvar Jászszentandrásról egészen a kínai kikötőbe érkezésig és a vevőt is terheli a költség. Szolgáltatásaink megegyeznek a más konkurens cégekkel, azonban a technológiában van különbség. A fordító box, mely lehetővé teszi a kóser vágást egyedülálló az országban. A termékek közül a hipp bébiétel alapanyagául szolgáló ín mentes pépes húst említeném meg, mely szigorú szabályok mentén készül egy báder (íntalanító) gép segítségével.

Földrajzi elhelyezkedésfontosága és befolyásossága. Jászszentandrás az Alföldön Jász-Nagykun-Szolnok vármegye északi területén helyezkedik el. Könnyen megközelíthető, az M3-as autópályától mindösszesen 30 kilométerre fekszik, tehát gyorsan megközelíthető. A beszállítóink nagy része a Duna-Tisza közén, Alföldön, illetve az ország keleti részén vannak jelen, tehát a vágóhíd 150 kilométeres sugarú körében. Logisztikai költség ennek következtében jóval alacsonyabbak azoknál a konkurens cégekkel szemben, akik a Dunántúlra kényszerülnek menni szarvasmarhát vásárolni. Továbbá Dunántúlon magasabb árak vannak jelen, hiszen az osztrák vágóhidak is mozgolódnak azon a területen.

Lehetőségek azok a külső tényezők, melyekre nem tudunk hatással lenni, azonban pozitív hatással lehet a vállalat számára, és ezt fokozni is tudjuk külső beavatkozás segítségével.

Piaci verseny csökkenése, új piacra való belépés lehetőségei. A verseny olyan módon csökkent, hogy a kisebb úgynevezett vágó pontok száma lecsökkent, így azok a partnerek, valamint szarvasmarhák száma áttért nagyobb vágóhidakhoz, jelen esetben a Bos Taurus Tradehez is. Ennek következtében növekedésnek indul a bér munka, különösképpen az ünnepek előtt.

Melyek azok a technológiai változások, melyek erősíthetik a vállalatot? Minden olyan beruházás, mely végrehajtásával csökkenteni lehet a kiadások mértékét. Első sorban gondolkodom a napelem létesítésére az áram számla csökkentése érdekében. Továbbá napkollektorok üzembehelyezése a tetőn, ugyanis sok meleg víz felhasználásra van szükség a termelés során. A beruházás jóvoltából csökkenne a meleg vízhez felhasznált energia költségek. Továbbá a termelésben aktívan résztvevő berendezések folyamatos korszerűsítés és fejlesztése, hogy minél könnyebben, gyorsabban és hatékonyabban lehessen elvégezni az adott munkafolyamatot.

Veszélyek szintén külső tényezők, melyekre nem tudunk hatással lenni, azonban sajnos negatív befolyással van a vállalatra hiszen a sikert csökkentik és a jövőre kockázatot jelentenek.

Negatív társadalmi, gazdasági és jogi változások. Az új adók bevezetése sosem érinti jól a vállalatot, hiszen jelenleg lassú folyamat beépíteni az eladási árakba ezeket a plusz költségeket, így történt ez a NÉBIH felügyeleti díj bevezetése során is.

Milyen tényezők veszélyeztetik a bevételeink növekedését? Legfőképpen az alapanyag beszerzése, gondolok itt a szarvasmarhára, ugyanis évről évre csökken az állományban lévő szarvasmarhák száma az országban, megnehezítve a vágóhid növekedését és a vevői igények kielégítését (mennyiségben).

Munkaerőhiány jelenléte a térségben. Jelenleg nem küzd olyan mértékben a vállalat munkaerőhiányban, hogy azt a termelésen észrevehető legyen. Azonban a hentes szakma nem túl kedvelt és nem „divat” szakma, tehát aggodalomra kissebb ok lehet a jövőt tekintve, -hogy képes lesz-e a vállalat megoldást találni erre a problémára. (Chikán, 2021)

3.6 Makrokörnyezeti elemzés – PEST/STEEP

A PEST, egy vállalat külső környezetében lévő politikai, gazdasági, társadalmi és technológiai tényezők elemzése, amelyek hosszú távon befolyásolják a szervezet

tevékenységét, teljesítményét. (Chikán, 2021) Az elemzés elkészítésében a mélyinterjúban³ feltett kérdésekre kapott válaszok voltak segítségemre.

P – Political analysis	politikai tényezők
E – Economical analysis	gazdasági tényezők
S – Social analysis	szociális, társadalmi tényezők
T – Technological analysis	technológiai tényezők

Gazdasági környezetet tekintve számos kulcstényező merül fel a vágóhíd életében. Első sorban az energia árak alakulása a vállalat számára nagyon negatív irányba mentek el. Rettenően magasak lettek, 10-12-szeresére nőttek a közüzemi számlák ugyanolyan mértékű termelés mellett. Ennek következtében nagy hatással van az áruk értékesítési árára, emelni kellett több lépcsőben, hogy ne egy nagy drasztikus áremelést hajtsunk végre. Megoldásként szolgálhat a napelemek kiépítése az üzem tetején, ami hosszútávon csökkentené a kiadását a vállalatnak, és fedné a villanyenergia költségek nagyobb részét. Másik kulcstényező a munkanélküliség aránya a térségben és a munkaerőhiány. A vállalat rendelkezik megfelelő létszámú sofőrrel és irodai asszisztenssel is, azonban az üzemben dolgozó hentesek kevesebb vannak, mint kellenének. Manapság nem népszerű szakma a hentes, ezért próbálunk bérezéssel ösztönözni munkaerőt, illetve kapcsolatban állunk egy Gyöngyösi iskolával is, melynek gyakorlati helyszínt biztosítunk az ott tanuló jövőbeli henteseknek. Továbbá kulcstényezők közé tartozik az országban működő néhány konkurens vágóhíd. Minden vágóhíd igazából kiépült vevői körrel rendelkezik, nincsenek értékesítése problémák és versengések a piacon az árut, azaz a húst tekintve. Azonban a nagyobb probléma az alapanyag, a szarvasmarha felvásárlása okoz gondot minden üzem számára. Minél kedvezőbb áron hozzá jutni mennyiséghez, hogy elegendőt tudjon termelni a vevői igények kielégítése érdekében egyre nehezebb. Megoldásban nagy előnyt szerzett a jászszentandrási vágóhíd, ugyanis a konkurens cégek vágás utáni elszámolással fizetnek az állattartó telepeknek, ez annyit jelent, hogy megnézi az adott vágóhíd, hogy mennyiért tudja eladni a már feldolgozott szarvasmarhát, majd ezt alapul véve fizeti ki a termelőt. Ennek ellentétje a Bos Taurus Trade Kft. hiszen élő súly árat fizet azonnali fizetési határidővel, nem kell várni a gazdának, termelőnek míg feldolgozásra kerül a szarvasmarha. Másik előnye a vágóhídnak, hogy saját élőállat szállító gépjárművekkel rendelkezik ennek következtében azonnal tudnak indulni a szarvasmarhákért bármikor.

³ Kérdései a mellékletben megtalálhatók

Politikai-jogi környezetnek is számos kulcstényezője van. Első sorban a pályázati lehetőségek az élelmiszeriparban. Minden évben vannak meghirdetve pályázatok melyek által jelentős mértékben megnőnek azoknak a vállalkozásoknak a száma, melyek igénybe veszik is technológiai fejlesztésbe kezdenek. A vállalatnak is van beadva több pályázat. Gépjárműpark fejlesztése, 1 új élőállat szállító teherautóval, illetve egy új magas pályás hűtőautóval. Üzem korszerűsítése azon belül is a vágósor fejlesztése, valamint egy új higiénikus beléptető kapu kialakítása. Mindezeket egybe véve számos lehetőség áll rendelkezésre egy termelőüzem korszerűsítésére és fejlesztésére is. Negatív hatása ezt a környezetet vizsgálva az adók, illetve az új adók bevezetése volt. 2011-ben ugyanis bevezettek egy új adót mely, az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről szóló 2008. évi XLVI. törvény 2011. év végi módosítása alapján az élelmiszerlánc meghatározott szereplői élelmiszerlánc-felügyeleti díjat kötelesek megfizetni a NÉBIH (Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal) felé, mely az előző évi értékesítési nettó árbevétel 0,1 %-a.

Társadalmi környezet esetén első sorban a környezettudatos működést említeném meg. Egyre több ember számára fontosabbá válik a környezettudatos életmód folytatása, odafigyelnek a környezetükre. Ennek következtében tudatos felhasználók vagyunk ugyanis környezetbarát tisztítószereket alkalmazunk az üzem tisztán tartása során. Dolgozók biopamut ruhát viselnek, nem hordanak semmiből sem egyszerűhasználatos eldobható öltözetet, figyelve ezzel a szemét keletkezésére, továbbá lebomló kéztörölő papírt használ minden alkalmazott. Fontos és nagy beruházás volt vállalat számára egy saját szennyvíztisztító létrehozása, mely nem mellesleg előírássá vált azóta. A beruházás jóvoltából az üzem egész területén használatban lévő víz megtisztítása után kerül a lakossági csatornába, így nem szennyezve fertőzve a térségi csatornahálózatot. Hazai húsfogyasztás az elmúlt 10 év során nem változott kiugróan lehet azt is mondani, hogy stagnál, hiszen az éves marha hús fogyasztása egy főnek 2,8-3,1 kg volt. Továbbá a hasznos résztvevője a cég a társadalmi szerep vállalásban, hiszen a Te szedd! mozgalom során évről évre segédkezik az alkalmazottakkal együtt a vállalat és nagy mennyiségű szeméttől szabadítja meg a térség utcáit. Több éves hagyomány e mellett, a helyi strandon megrendezésre kerülő rendezvény a nyári hónapokban, mikor a vállalat összes dolgozója egy csapatépítő eseményen vehet részt a család tagjaikkal együtt.

Technológiai környezet terén igyekszik a vállalat korszerűsíteni és fejleszteni magát évről évre. Tervben van a járműflotta újítása, új élőállatszállító, valamint új magas pályás hűtős teherautó beszerzésével. A Covid következtében szigorítani kellett az üzem területén a higiénia betartásán, ezért egy higiéniai ellenőrző beléptető kaput szeretnénk beszerezni, ezzel figyelve

az ott dolgozók egészségügyi állapotát, valamint, hogy maximális egészségi állapot uralkodjon a dolgozók között munka során. A közel jövőben a vállalat tervében áll egy nagyobb beruházás, mely az állati eredetű hulladékok tárolását szolgálná. Jelenleg is szabályosan történik a tárolása az erre előírt konténerekben a felszínen. A beruházás abban segítene, hogy a hulladék tárolása a föld alatt történjen ezzel elkerülve a kellemetlen szagok terjedését, a lakosság nagy örömére. Mindezek megvalósításában nem csak saját tőkét, hanem pályázati forrást is alkalmaznánk. (Chikán, 2020)

3.7 Porter öt erő modell

A Porter féle öt erő alapján tekintsük végig a húsiipart, mert általában ez az öt tényező határozza meg egy vállalat nyereségességét. Így a modell segítségével megvizsgáljuk a szektoron belüli versenyt, a piacot, a potenciális új versenytársakat, illetve, hogy a lehetséges piacra lépők milyen fenyegetettséget jelentenek számunkra. Az új belépők piacra lépése számos belépési korláttól függ, mely általában hosszútávon megtérülő, vagy egyáltalán nem megtérülő beruházás. Érdekes vizsgálni még a vevők alkupozícióját, mely erősnek számít, ha sok a helyettesítő termék, alacsony az áttérési költség, illetve nem annyira fontos számukra a minőség. Ehhez hasonlóan a szállítók alkupozícióját vizsgálva arra a következtetésre jutunk, hogy nagy az alkuerejük, ha magas a más szállítóra való áttérési költsége, egyedi a termékük és nincs helyettesítő termékük. A helyettesítő termékek ugyanis, minél komplexebb, egyedibb egy termék, annál kevésbé jelennek meg. A vállalatnál történő elemzés elvégzésének háttérét, forrását a vezetővel, Édesapámmal készített mélyinterjú⁴ adta, amelynek köszönhetően fogalmazódtak meg a válaszok.

3.7.1 Új belépők, belépési korlátok

A húsiipari ágazatot tekintve, a gazdaságos sorozatnagyság, főleg egy új belépőnek nagy költség hátrányokat jelent, ugyanis újként nem tud érvényesülni a piacon. Nem tud kellő mennyiségű és minőségű alapanyagot vásárolni, mind élőállatból, illetve húskészítményekből sem. Ehhez kapcsolódik negatívumként a termék megkülönböztetése is, hiszen a több évtized alatt kialakított jó kapcsolat a vevői körrel és az alapanyag ellátó gazdákkal/nagyüzemekkel (TSZ) előnyben részesíti a céget, míg hátrányban az új belépőt. Arra kényszeríti az új húsiipari vállalatokat, hogy nagy összegeket fordítsanak a Bos Taurus Trade Kft. már meglévő húséges kapcsolatai megtörésére.

⁴ Kérdései a mellékletben megtalálhatók

Áttérési költségeknél nagy beruházással jár az új húsipari berendezések létesítése és a már meglévő technológia fejlesztése, amelyek több tíz vagy akár száz millió forintos nagyságrendet is meghaladhatja. Pozitívumként van jelen, hogy az alkalmazottak átképzési költsége szinte elhanyagolható, mivel más feladatuk a szarvasmarha levágásán, illetve annak feldolgozásán kívül nincsen.

Továbbá elrettentő magában az egész élelmiszeriparban a kormányzati politika. Nagyon nehéz megfelelni a kormány által előírt működési engedélyeknek és a környezetvédelmi előírásoknak, valamint az állatjóléti védelemnek. A higiénia betartása, a szennyvíz tisztítása és tárolása, az évről évre újuló járműigények kielégítése iszonyatos pénzekkel járnak a vágóhíd számára.

Mérettől független költséghátrányokból számos példa van. Először is, ami minden más iparágban jelen van, a megfelelően képzett szakmunkás hiánya. A húsiparban a hentesekből, ami régen népszerű, gyakori szakma volt, ma már kihaló ágban van, ezért magas fizetésekkel kell csábítani a fiatalokat a szakma választásához. Az általam vizsgált cég a hiányt segédmunkásokkal pótolja. Ugyanakkor Édesapám elmondása szerint egy segédmunkás van olyan jó, hanem jobb, mint egy tanult hentes csak idő kell hozzá. További költséghátrányként jelentkezhet a technológia biztosítása, a megfelelő hőfokot biztosító hűtők, vágósor és csontozó asztal biztosítása. Tehát nagyon nagy tőkeszükséglete van ennek az iparnak. Ezek együttese alapfeltétel a termelés nagyságától függetlenül egy új belépő számára. Azonban ki lehet mondani, hogy az új versenytársaktól a húsiparban nem kell félni, hiszen, mint írtam, 1993-ban kezdték a szüleim ezt a vállalkozást és azóta kialakult Magyarországon az a 2-3 nagy vágóhíd velünk együtt, akik befolyásolják az árakat az alapanyag beszerzésében, illetve ezáltal konkurenciának is számítanak egymásnak. Bizton állíthatom, hogy a piac telített.

3.7.2 Versenytársak – iparágon belüli verseny

A szektoron belüli versenyt különféle tényezők határozzák meg, például, hogy mióta vannak az iparágban a résztvevők, ennek köszönhetően mekkora vevői kört és mennyire megbízható, stabil piacot tudott kialakítani magának az adott vállalat.

Tapasztalatok alapján fontos az üzem kapacitása, mind tényleges vágási szám, illetve tárolás esetén is. Előnye a nagy kapacitásnak, hogy biztos partner tud lenni a vállalat bármilyen féle bér munkának, ami egy nagyon jó kifizetés a saját termelése mellett. Ezzel eltudja csábítani a jászszentandrási vágóhíd a bér munkák túlnyomó többségét a konkurenciától.

Továbbá fontos, hogy ki melyik piacra dolgozik, hiszen aki belföldi piacra termel, az viszonylag kis mennyiségben ad el húst, ugyanis az átlag magyar ember évente 5 kg húst fogyaszt el. Exportáló vállalatok, melyeknek értékesítési céljuk Németország, Franciaország és Hollandia, ahol évente 20-35 kg marhahús fogyasztás/ember, a húsiparban ténylegesen drágábban tudnak értékesíteni, aminek köszönhetően az élő marha vásárlásakor jóval magasabb árat tud kifizetni, ennek következtében nem lesz probléma az alapanyag beszerzésben.

Mindemellett a vevőkkel való megállapodás a kifizetésről az egyik legfontosabb kérdés az iparban. Mivel nagyon magas a tőkeszükséglet a megfelelő berendezések és technológia megteremtéséhez, ezért nagyon sok esetben nem marad elég pénz az alapanyag finanszírozásához. Legjobb esetben az előre utalás a legjobb a vállalkozás számára, de a 8 naptári munkanapon belüli kifizetés is kiváló.

3.7.3 Helyettesítő termékek a vevők alkupozíciója

A Porter modell részét képezik még a helyettesítő termékek, melyek megjelenése lenyomhatja az árat, csökkentheti a forgalmat. Azonban a vállalatunknak a bér munkát tekintve, lényegében kevés helyettesítő terméke akad, hiszen az országban mindenki kiépítette a kapcsolat rendszereit és a megszokott bevált módokat használják. Természetesen függ az üzem állapotától, kapacitásától és a bér munka áráról is. Ugyanakkor a felvásárlók szemszögéből tekintve sok a helyettesítő termék, hiszen az ország és a világ bármely pontjáról érkezhethozzájuk áru, és értékrendjüket vizsgálva fontos számukra a minőség. Ezek alapján megállapíthatjuk, hogy a vevők, ez esetben felvásárlók alkupozíciója erős. Belföldön még csak-csak tudja a nagy vállalkozás befolyásolni az árakat, hiszen Magyarországon, a marhahús piacon kevés szereplő van jelen ennek következtében csekély a versenytárs, akiket felül kell múlni. Az export tevékenységre már jobban jellemző, hogy inkább a vevő, vagyis a felvásárló képezi az árat és kismértékű beleszólása van a cégnek.

Az általam vizsgált vállalatra az export tevékenység jellemző maximálisan. 95%-ban az export teszi ki a kapacitásukat, csupán a maradék 5% áru kerül belföldön való értékesítésre. Jóval stabilabb és megbízhatóbb az általunk kiszolgált ország, jelen esetben Kína piaca. Előnyünkre szolgál az előre utalásos fizetési rendszer, ami manapság egyre ritkább. Ezzel a fizetéssel csak erősíteni tudjuk a hazai nagyüzemeket, valamint a kisgazdákat, hiszen a vállalat is azonnali fizetéssel tudja megvásárolni az alapanyagokat. Továbbá ebben a helyzetben, hogy az Európai húsfeldolgozók bezártak a járvány miatt és az ország vágóhidjai bezártak, illetve

lecsökkentették a termelésüket minimálisra, ezzel a Bos Taurus Trade Kft. nyílt utat kapott a hazai élőállat felvásárlásban, hiszen jelenleg is zavartalanul üzemel.

3.7.4 Szállítók alkupozíciója

Utolsó pontban a szállítók alkupozícióját említénem, -értem ez alatt a berendezéseket, késeket, munkaruhákat és az egyéb húsipari kiegészítők beszállítóit-, amely gyengének tekinthető, hiszen tömeggyártók, termékeik könnyen helyettesítők, nem egyedi termékeket értékesítenek. Ebből adódóan a köztük fellépő versenyt az ár határozza meg a minőség helyett. Azonban a legfontosabb alapanyag, ami nélkül a vállalkozás képtelen az élő marha felvásárlása. Itt maximálisan jelenik meg a szállítók alkupozíciója, hiszen a legmagasabb árral lehet hozzájutni legtöbbször, de érzékelhető a 27 éves ismeretsége Édesapámnak, mivel a húség jelen van a beszállítói körében, ugyanis még ha nem is a legmagasabb árat tudjuk adni, akkor is nekünk adják a jószágokat az ismeretségnek és bizalomnak köszönhetően.

3.7.5 Jövőbeni stratégiai irányok

A vállalat jövőbeli stratégiai irányultságai közé tartozik a profitnövelés, illetve maximalizálás, a rendelkezésre álló tőke nagyságának, valamint a hatékonyságnak a növelése. Profitnövelés érhető el a hatékonyság növelésével, a korszerű technológiai fejlesztések alkalmazásával, továbbá a meglévők bővítésével. Ehhez hozzá tartozik az berendezések folyamatos cserélése, újítása, karbantartása is. Ahhoz, hogy a vállalat még hatékonyabban tudjon működni, célszerű az emberi erőforrást fejleszteni, hiszen manapság, mint ahogy azt fentebb említettem, hiány van a szakképzett munkaerőből. Továbbá a cég tervei között áll egy új közel 1000 négyzetméteres épület kivitelezése is (fagyasztók, sokkoló hűtők), amelynek a tervei és engedélyei már a kezeink között vannak. (Chikán, 2021)

3.8 Munkaerő, humánerőforrás

Világ- és hazai tendencia szerint képzett munkaerő hiánya az egyik legnagyobb gond, ami a Bos Taurus Trade Kft.-t sem kerüli el. Édesapámmal történő mélyinterjú⁵ segített megérteni a jelenlegi helyzetet a munkaerővel kapcsolatosan.

Cégünk szolgáltatásairól, termékeiről alkotott kedvező, vagy kedvezőtlen kép kialakításában, a fogyasztók elkötelezettségének vagy bizalmatlanságának kialakulásában a dolgozók, adminisztratív munkatársak, hentesek, üzleti eladók, anyagbeszerzők nagyon sokat tehetnek (véleményalkotás, munkamorál, munkahelyi légkör, személyes elégedettség, vállalati

⁵ Kérdései a mellékletben megtalálhatók

azonos). Éppen ezért cégünk vezetése nagyon fontosnak tartja, hogy a munkatársak minden rájuk vonatkozó információt megkapjanak, hogy tudják mi, miért, mikor hogyan történik. Az információnak nem csupán a vezetőktől a dolgozókhoz, hanem visszafele is szabad útja van. Fontosnak tartjuk, hogy a kétkezi munkások véleményét, javaslatait meghallgassuk, átgondoljuk.

Az üzemünk mérete, dolgozók magas létszáma miatt nehéz a személyes, szóbeli, kapcsolattartás intenzív fenntartása. Azonban valljuk, hogy a személyes kapcsolat által alakul ki a csapatszellem, a cégünkhöz való tartozás érzése (company feeling). Céljaink közé tartozik mindezek megőrzése a jövőben is. Nem szeretnénk a „nagygyá” válás következtében elfeledni azokat az embereket sem, akik mindezekhez nagy számban hozzá járultak.

A 3.ábrán a munkanélküliség aránya látható az EU-tagállamokat tekintve 2022. februárjában.



3. ábra Munkanélküliség az EU tagállamaiban

Forrás: <https://www.hrportal.hu/c/ime-az-eu-tagallamok-munkanelkulisegi-rangsora!-20220403.html>

A fentebbi ábrán jól látható Magyarország jó helyezése, ugyanis csak 3,7 százalék a munkanélküliségi ráta hazánkban, amely alacsonyabb az Európai átlagnál, megelőzve ezzel számos nagy Európai országot, mint például Franciaország vagy Spanyolország.

3.9 Bérezés. Anyagi érdekeltség. Szociális gondolkodás

Cégünknel a béreket a teljesítmény függvényében, úgynevezett százalékos rendszerben állapítjuk meg. Az optimális munkáért járó fizetség a százszázalék, ami a teljesítmény alapján változhat. Mindezek mellett a vállalatnál bérezés terén megkülönböztetjük a szakembereket, segédmunkásokat, sofőröket, irodai dolgozókat, illetve vezetőket is.

A dolgozók teljesítményét értékeljük, s a jobban teljesítő (mennyiség, minőség) fizetésemelést kaphatnak. A teljesítményen alapuló bérezés elismeri a magasabb szintű szakképzettségét, a szolgálati időhöz (vállalati hűség) kötött munkát. A vágóhíd nem úgynevezett átjáróház a térség számára, hiszen megtartjuk, megfogjuk a jó dolgozóinkat, ezt látni lehet is hiszen jól összeszokott csapat tevékenykedik a vállalat életében, amit a sok közösen ledolgozott éveknek köszönhetünk.

Az objektív teljesítményértékelés sok figyelmet, munkát, időt igényel. Viszont tapasztalat, hogy a körültekintően kialakított, „hírement” bérezés vonzó, törekvő, lendületes „jó szakik” számára. Mindezeket mondta Édesapám a mélyinterjú⁶ elkészítése közben.

3.10 Technikai, technológiai háttér

A technológiáink és a technológiai menedzsment munkájának színvonala alapvető szerepet játszik termékeink, elvégzett munkafolyamatok versenyképességében.

A kiváló minőség, a versenyképes ár mellett a siker záloga, hogy családi vállalkozásunk, az új technológiákat, az innovatív megoldásokat, a hozzájuk való tudást **a versenytársaknál hamarabb szerezze meg és vezesse be!**

Húsfeldolgozási technológiáink kialakítását a korszerű, egészséges táplálkozási igényeket, a környezettudatosságot, a fenntarthatóságot alapvető követelménynek tekintjük. Alábbiakban a technológiai sort fogom bemutatni a szarvasmarha vágóhídnak, melyben Édesapámmal készített mélyinterjú⁷ elkészítése volt segítségemre.

Technológiai sorunk:

- **Előkészítés** – 24 óra pihentetés pihentetőistállóban miután a hatósági állatorvos szemrevételezte a jószágokat és alkalmasnak látta a feldolgozásra

⁶ Kérdései a mellékletben megtalálhatók

⁷ Kérdései a mellékletben megtalálhatók

- **Kábítás** – az öntudatlan állapot elérése a lehető legrövidebb idő alatt, az erre kialakított úgynevezett fordító boxban (halal vágáskor kell használni ugyanis 180 fokos fordulatot tesz a szarvasmarha és fejjel lefele állapotban kerül elvágásra a nyak.
- **Véreztetés** – a szarvasmarha vérmennyisége a testtömeg 7-8 százaléka. A teljes vérmennyisége 60-70 százaléka nyerhető ki.
- **Csánkolás** – az állat hátsó két lába kerül eltávolításra, majd a magas „konvektor” pályára való feltétele következik
- **Tisztítás** – a testfelszín lemosása testmosó berendezéssel
- **Bőr elővágása** - késsel
- **Bőrfejtés** – gépi lefejtés
- **Szegy vágás**
- **Hasfal felnyitása** – bél és belső részek (máj, szív, vese) eltávolítása
- **Belső faggyú kiszedése**
- **Hasítás két félre**
- **Hatósági állatorvos megvizsgálja a féltestet** - hogy alkalmas-e értékesítésre
- **Féltest hűtőbe tárolás** – míg a mag hőmérséklet el nem éri az 5 Celsius fokot
- **Csontozás vagy féltest** – miután megfelelő a mag hőmérséklet (5 Celsius fok) ekkor kerül sor kicsontozásra a féltest vagy egyből féltest formában kerül értékesítésre



5. kép Szarvasmarha hasítása
 Forrás: <https://bivalyhalomhortobagy.hu/galeria/>

3.11 Alapanyag, termeltetés, beszerzés

Alapanyag beszerzésünk alkalmával a minőség, az ár, az érték mellett a szállító megbízhatósága, lojalitása is fontos szempont. Édesapámmal történő mélyinterjú⁸ beszélgetésem során kitértem az egyik legfontosabb kérdésemre is, mely az alapanyagokról szólt.

Cégünk, a kölcsönös előnyök alapjain, főként olyan hazai szarvasmarha-alapanyag beszállítókkal működik együtt, ahol a minőség mellett a nyomon követhetőség és a szállítás színvonala megfelel a szigorú előírásoknak.

Főként szarvasmarha tenyészetekkel és tehenészetekkel vannak negyedéves szerződések kötve a vállalatnak. Továbbá Magyarország egész területét behálózva van kiépítve kereskedelmi kapcsolatrendszerünk, ami által több kereskedő is a vágóhíd számára dolgozik be, természetesen jutalék érdekében. Az árak kisebb mértékben hetente változnak, mindig az aktuális élő árral van jelen a piacon a vállalkozás.

Az élő szarvasmarhák beszállítása kizárólag saját teherautókkal történnek, melyek minden Európai Unió előírásnak megfelelnek és a legkörnyezetkímélőbb besorolásúak. A gépparkunkkal egyedül állóak vagyunk, hiszen a hazai vágóhidak nem rendelkeznek saját élőállat szállító tehergépjárművekkel, ők ezt a feladatot bérfuvar szervezéssel oldják meg. Ennek következtében a jászszentandrási vágóhíd nagyon rugalmas a fuvarok gyorsaságában.

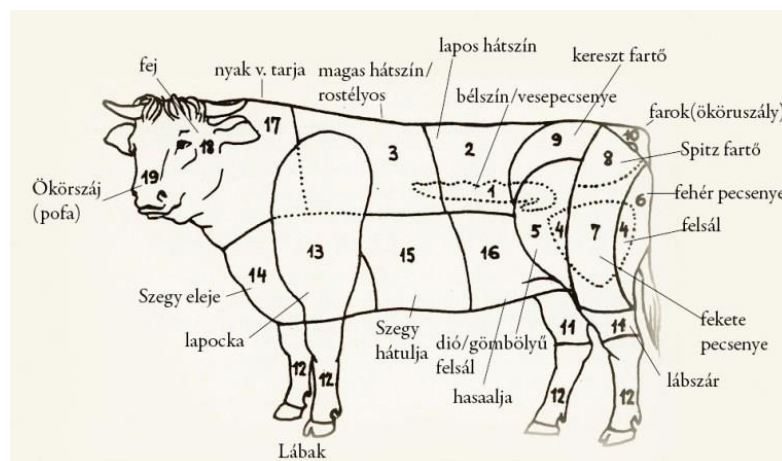
3.12 A termékszerkezet vizsgálata

A lehetőségekkel számoló termékszerkezet kialakítása már a kezdetek idején családi vállalkozásunk alapvető stratégiai törekvése volt. Kezdetekben, a bevezetés idején **termékeink megkedveltetése** volt a fő feladat. Miután a piac, a fogyasztó elfogadta a kínálatunkat, a termékfejlesztés került előtérbe. Továbbiakban a vezetőséggel folytatott beszélgetésem lesz a segítségemre, melyet mélyinterjú⁹ formában készítettem el.

Termékeink közé tartozik a hasított marha, halál- és kóser vágású húsok, bio szürkemarha húsból készült bébiétel alapanyag. Az elmúlt években előtérbe került a csontozás ugyanis 90%-ban Kínába értékesít a vállalat és a kínai partnereink kicsontozva kérik az árut. Azonban több évvel ezelőtt a holland és osztrák partnereink negyedekben vásároltak a vágóhídtól az alapanyagot, amelyeket ők maguk bontottak fel a saját feldolgozó üzemeikben.

⁸ Kérdései a mellékletben megtalálhatók

⁹ Kérdései a mellékletben megtalálhatók



6. kép Szarvasmarha részei

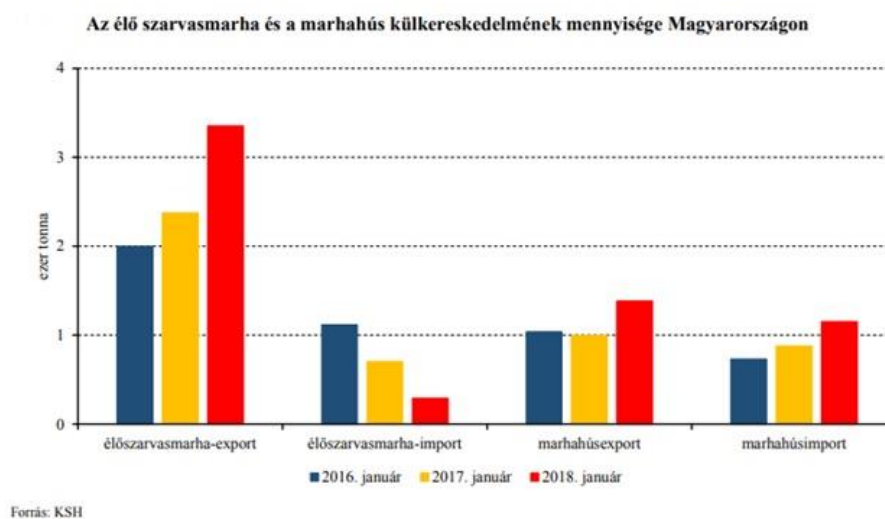
Forrás: <https://nyugdijban.sk/2021/04/25/a-marhahus-a-husok-kiralya/>

3.12.1 Családi húszemünk fő terméke a hagyományos darabolású hasított marha

Az évente átlagosan előállított 11 400 000 tonna termékünk 90 százalékát 3 éve Kínába exportáljuk. Kínai partnereink teljesen részekre bontva, kicsontozva vásárolják az árut, melyeket lefagyasztás után hűtőkonténerekbe pakolják. A hűtőkonténert teherautó viszi a Csepeli kikötőbe, ahol konténer szállító hajóra kerül az átrakodás. Ettől a ponttól kezdve 40-50 nap utazás vár a húsokra, míg megérkeznek a célországba Kínába.

Célország: Kína, Oroszország, Törökország, Ausztria

A 4.ábrán az élő szarvasmarha és a marhahús külkereskedelmének mennyisége látható magyar viszonylatban



4. ábra Az élő szarvasmarha és a marhahús külkereskedelmi mennyisége Magyarországon
Forrás: <https://www.agrotrend.hu/piac/agarpiac/tobb-elomarhat-exportaltunk-es-a-marhahus-kiviteli-mennyisege-is-nott>

A fentebbi 4. ábra jól szemlélteti, hogy az élőszarvasmarha-export mennyivel jelentősebb Magyarországon, mint a marhahúsé. Továbbá 2 év alatt az élőállat export majdnem megduplázódott 2018-ra, míg az import tevékenység folyamatosan nagy számban csökkent. A marhahús export tartja az élőállathoz képest alacsony szintet, azonban az importja lineárisan növekszik az évek alatt.

3.12.2 Rituál szerinti kósher és halal vágás

Mindkét vágási mód a gyors, kíméletes, a legkevesebb szenvedéssel járó feldolgozási folyamat. Vallást és politikát, jelképeket képviseli. Komplikált rituálékat, hagyományokat hordoz.

Jelentésük:

- Kósher – megfelelő (Izrael)
- Halal – megengedhető (Mohamedám)

Mindkét vallás tiltja a sertéshús fogyasztást. A kósher az állat teljes, gyors kivéreztetését írja elő. Az úgynevezett fordító boxnak tulajdonsága ilyenkor van kihasználva. 180 fokos fordulatot tesz a szarvasmarha, mikor fejjel lefele van a szarvasmarha, akkor kerül elvágásra a nyak, az arra kiképesített szakember kezei által, miközben a szarvasmarha „allah uh akbar” (Isten a leghatalmasabb” / „Isten a legnagyobb”) feliratot néz. A rituál szerinti vágás ismertetésében Édesapámmal történő mélyinterjú¹⁰ volt segítségemre.

A hagyományos kósher vágást az arra hivatott szakember, a sakter, vagy sajchet végzi. A vágás műveletét egyetlen gyors, határozott mozdulattal kell végezni. A kést nem szabad nyomni.

Ezeknél a termékeinknél fontos megjegyezni, hogy az alapanyagok és az eszközök megfeleljenek a szigorú, merev szabályrendszernek. A hagyományok szerint a hasított körmű kérődző állatok húsát nevezik kósernek, azaz megfelelőnek.

Mindezekből következik, hogy a termékek gyártása vállalatunktól, henteseinktől, a hagyományosnál nagyobb felkészültséget igényel. Ennek következtében **nagyobb a ráfordítás és az eladási ár is jóval nagyobb**, mint a hagyományos termékeknél.

¹⁰ Kérdései a mellékletben megtalálhatók

Rituális vágással évente átlagosan a termelésünk negyedét végezzük el. Elmúlt évek során csak bérvágás esetén volt szükségünk az ilyen féle vágásra.

3.12.3 Bébiétel - alapanyag gyártás

„Bébiétel minden olyan puha, könnyen fogyasztható minőségi étel, amely a csecsemők számára készült és hozzájárul a babák és kisgyermekek egészséges fejlődéséhez.” E termékünket a világhírű Hipp Kft. bébiétel cégnek szállítjuk, amelynek követelménye szigorúbb, mint az EU BIO.

Magyarszürkemarha igazi hungarikumnak számít. A magyar szürkemarha védett történelmi állatfajtnak számít. Nagy számban Hajdú-Bihar vármegyében azonban belül is Hortobágy körül van jelen. Erről a vidékről, valamint a Fertő-Hanság területéről kerülnek beszállításra az állatok.

Húsa az első látásra különbözik a többi fajta hústól: színe sötétebb, állaga szárazabb, rostosabb, márványossága szembe tűnőbb. Rostjai között kevesebb a zsír/faggyú, de nagyobb részben vannak benne a telítetlen zsírsavak (Omega 3 és 6). A korszerű táplálkozásban, a húsok között elsősorban a szív-és érrendszeri betegségek megelőzésében élvez előnyt. A szürkemarha hús jóval kevesebb vizet tartalmaz a többi marhahúsnál.

Érdekesség: egykor fő exporttermékünk a lábon szállított szürkemarha volt. A német városokban törvény mondta ki, hogy amikor a magyar gulyák megérkeztek, a mészárszékeken tilos volt más fajtájú szarvasmarhát vágni és árusítani, nehogy a kiváló minőségi, drága szürkemarhahús közé más keveredjen.

Az Egyedek fajhasznosságát a Magyar Szürkemarha Tenyésztők Egyesülete igazolja. Ebből a húskiválóságból üzemünk évente átlagosan 250 000 tonna terméket állít elő.

3.13 Ár képzés. Ár-érték arány. A tudatos vásárlás ösztönzése

Árpolitikánk célja az értékesítés, a piaci részesedés növelése, a szezonális elkerülése, a profit maximalizálása és vezető termékeink minőségének fenntartása (árak és a fogyasztói magatartás). A keresletalapú ár képzés, a legmagasabb árat keressük, figyelemmel követjük, hogy melyik az a legalacsonyabb értékesítési szint, amely mellett az összes költségünk megtérül.

A versenyalapú ár képzés esetén cégünk a piacon szokásos szinten szabja meg árait. A végső ármegállapítással figyelembe vesszük a versenytársak reagálását is.

A tudatos vásárló tájékozódik a termék értékéről, minőségéről, az árakról. A pénztárcájához szabottan olyan terméket vásárol, amit megismert, szeret, amire szüksége van, ami megéri. Nem a spórolás az elsődleges cél, hanem a minősége.

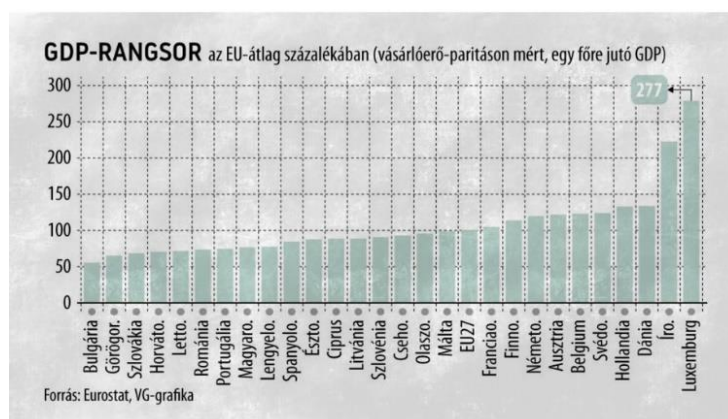
A vágómarha termelői ára Magyarországon							
Megnevezés	Minőségi kategória	Mértékegység	2017. 13. hét	2018. 12. hét	2018. 13. hét	2018. 13. hét/ 2017. 13. hét (százalék)	2018. 13. hét/ 2018. 12. hét (százalék)
Fiatal bika	E-P	darab	116	209	181	156,03	86,60
		hasított meleg súly (kg)	30 929	50 210	43 008	139,05	85,66
		HUF/kg hasított meleg súly	767,78	773,55	778,85	101,44	100,68
Vágótehén	E-P	darab	417	611	508	121,82	83,14
		hasított meleg súly (kg)	118 042	176 869	190 831	161,66	107,89
		HUF/kg hasított meleg súly	522,68	542,15	605,72	115,89	111,72
Vágóúszó	E-P	darab	66	77	78	118,18	101,30
		hasított meleg súly (kg)	15 847	18 814	19 303	121,81	102,60
		HUF/kg hasított meleg súly	587,28	580,34	573,76	97,70	98,87
Vágómarha összesen	E-P	darab	680	977	794	116,76	81,27
		hasított meleg súly (kg)	192 457	271 186	260 570	135,39	96,09
		HUF/kg hasított meleg súly	587,62	597,79	633,28	107,77	105,94

Forrás: AKI PÁIR

3. táblázat A vágómarha termelői ára Magyarországon

Forrás: <https://www.agrotrend.hu/piac/agrarpiac/tobb-elomarthat-exportaltunk-es-a-marhahus-kiviteli-mennyisege-is-nott>

Az ár-értékarány szorosan kapcsolódik ilyen irányú felfogáshoz és lényegében magába foglalja a tudatos vásárlói kört is. Az ár-értékarány kialakulásával a költségünket vesszük alapul. A fogyasztói árunkban benne van a termék előállítás költsége és az ÁFA is. **Az ár képzés** a gyártó, a kereskedő és a vásárló szempontjából alapkérdés. **Az ár és a minőség kapcsolata** rendkívül szoros. Karbantartása, rendszeres ellenőrzése a vállalatvezetés feladata.



Forrás: Eurostat, VG-grafika

5. ábra GDP rangsor az EU-átlag százalékában (vásárlóerő)

Forrás: <https://civiliek.info/2022/03/25/magyarorszag-megelőzte-portugaliat-a-gdp-rangsorban/>

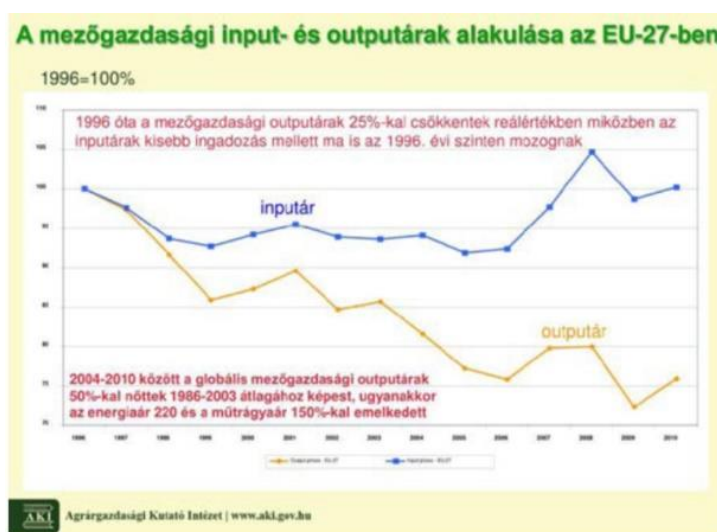
Az 5. ábrát tekintve szinte mindegyik ország azonos értékekkel bír. Azonban két ország magaslik ki, Írország és Luxemburg.

A minőségmenedzsmentünk (TQM) nem csupán a termékellenőrzésre terjed ki, hanem a vállalkozásunk valamennyi folyamatát átfogja. Lélektani hatásokra vezethető vissza, hogy a kereskedelemben az árak 9-re, vagy 9-esekre végződnek. Cégünk jó hírének védelmét is fontosnak tartjuk, hogy a termékeink ára a valódi értéket tükrözzék és vevőink igényeivel közös ponton találkozzanak.

Eladás ösztönzéshez nagy részben hozzá járulhat egy jó marketing terv. Első sorban egy marketing piackutatás kell végezni, melynél a vágóhíd a „konkurens” vállalatok stratégiáját térképezi fel. Ezt követően a célcsoportot térképezzük fel, ami az egyik legfontosabb hiszen az ügyfélnek szeretnénk eladni a termékeinket, de először magát az ügyfeleket kell megismerni (vágyaikat, igényeiket, szükségleteiket). Majd visszatérünk a konkurencia vizsgálatához miután feltérképeztük a potenciális vevőinket, hogy ők hogyan szolgálják ki, hogyan elégítik ki az igényeiket, ebből is sokat tanulhatunk. Továbbá kikell tűzni célokat, mérőszámokat, hogy miket szeretnénk elérni egy adott periódusban a termékeink értékesítésével. Egy jó marketing terv segíti a vállalatnak észre venni a buktató tényezőket, melyeket megoldhatóvá is tesz egyben.

3.13.1 A fenntartható fejlődés záloga. Az egekbe szökő input árak és adói

Az élelmiszeripari és mezőgazdasági vállalatokhoz hasonlóan a **Bos Taurus Trade Kft.** /víz-, villany-, gáz-, szállítás-, logisztika-, alapanyag (vágómarha) beszerzés/ előmunka költségek egyik fő gondja az **elviselhetetlen mértékű input ár növekedés**. Továbbá az energia válság is hatalmas mértékben lesúlytott a vágóhíd életére. A közüzemi költségek meg tízszeresződtek, néhány esetben 12-13-szoros árat kell fizetnie a vállalatnak a szolgáltatók felé.



6. ábra A mezőgazdasági input- és outputárak alakulása az EU-ban
Forrás: <https://www.ubm.hu/ubm-monitor-2022-marcius>

A mostanihoz hasonló európai és globális piaci ár sokkokat az évszázad forduló óta **többször is megtapasztaltuk**. A legfontosabb kiváltó **okok**, a szélsőséges időjárás mellett: a mezőgazdasági-és ipari nyersanyagok, valamint a kőolaj piaca közötti kapcsolat, amit a szakpolitikai intézkedések, új befektetési eszközök piaca, vagy logisztikai problémát egyaránt előidézhette. A befektetői tőke pénzügyi és az árupiacok közötti ingázás, geopolitikai konfliktusok, a meghatározó exportőr országok nemzetközi kereskedelmet korlátozó piaci beavatkozásai, Kínában az állattenyésztés szerkezeti átalakulását kikényszerítő környezetvédelmi megszorítások és az afrikai sertéspestis-járvány egybeesése tovább súlyosbítja a helyzetet.

Mindezek okán a gazdálkodók - köztük mi is – **az inputok visszafogására kényszerülünk**. A termékelőállítás költségei több mint harmadával nagyobbak, ugyanakkor a termékek átadói és ehhez mérten csak lassabb ütemben (nagyjából 15-20%) emelkedtek jó esetben. **Ezek a tendenciák vállalatunknál is határozottan tapasztalhatók.**

A következtetés: az eredménytelen/veszteséges termelés hosszabb távon nyilván nem tartható fenn (vagy üzemen belül nem finanszírozható), így a termelés/vágás csökkenésével párhuzamosan nő az átadói ár, s ez óhatatlanul beépül a fogyasztói árba is.

Az előállat-előállítás és vágás alapvetően jövedelmezőségi kérdés. Így az e körben résztvevőknek olyan felvásárlási és átadói árakat kell kapniuk, amelyek működésüket fenntarthatóvá teszik. Az állati termékek előállítási költségeinek legalább kétharmada, sok eseteként annak nagyobb hányadát **a takarmányozási költségek teszik ki**. Az elmúlt két évben a takarmány alapanyagok árai /az inputárak/ is jelentősen növekedtek. Ennek okai ma is fennállnak és sajnos semmi féle jele annak, hogy a pár évvel korábbi árak visszatérjenek. A szélsőséges időjárás eredményeként fellépő takarmányhiány következtében pedig az alapanyag (élőmarha) felvásárlása is megdrágult, soha ilyen magas árak még nem voltak az elmúlt 30 évben.

A tengeri fuvarok kiszámíthatatlansága, Kína környezetvédelmi okok miatt csökkentett szintetikus aminosav termelése, továbbá takarmányfoszfát körüli gondok is egyre nehezebb helyzetet teremtenek. Kezdetben mikor az első Kínai export történt a vállalat számára, az utazási idő 40-50 nap volt hűtött konténerekben. Ez az idő 60-70 napra emelkedett a tengeri fuvarok kiszámíthatatlansága miatt.

Fel kell készülni arra, hogy a takarmánygyártás egyes anyagainál ellátási gondok és ár növekedések lesznek/vannak. **(Bustyaházai, 2016)**

3.14 Mi lesz a hazai családi cégekkel?

A jelenleg is tartó orosz-ukrán háború, valamint az elmúlt években tomboló korona vírus járvány következtében kiszámíthatatlanná és bizonytalanná vált, áremelkedések következtek be, és megváltoztak a hazai tulajdonú vállalatok vezetőinek a szemlélete. Az infláció egyre jobban kifejti hatását a beszállítók áraira, valamint a vevői rendelések száma is közre játszik a vállalatok eredményeire. Mindezeket figyelembe véve a hagyományos családi vállalkozásoknak minél előbb kell alkalmazkodnia és előtérbe kell helyezniük a változtatást.

Magyarországon 26 éves csúcsot döntött az infláció 2022 szeptemberében. Ehhez hasonló mértékű infláció egyre nagyobb gondokat okoz a hazai és a családi vállalkozások körében. Az alábbi környezeti tényezők befolyásolják a hazai tulajdonban lévő vállalatok eredményességét, illetve annak működését:

- Beszállítók árai (beleértve az energiaköltségeket)
- Vevői kapcsolatok fontossága
- Külföldi vásárlók szerepe.

A mindennapi működést és a jövőbeli tervezéseket egyre jobban megnehezíti a vállalatok számára az áremelkedések. Áremelkedés alatt a drágább nyersanyagokat, illetve az input- és output árakat értem. Negatív tényezők ezek, hiszen nehezíti a fejlődést a vállalkozások számára, azonban mindezek arra kényszerítik a családi vállalkozásokat, hogy egyre jobban összpontosítsanak a hatékonyságukra nem csak hosszú- de rövid távon is. A pozitív, eredményes döntéshozatal gyorsasága nagyon fontos, hiszen minél előbb képesek vagyunk reagálni a külvilág adta helyzetekre, annál könnyebb verseny helyzetben maradni és kialakítani egy biztos pozíciót a vállalkozás számára. Továbbá szintén fontos, hogy nyitott tudjon maradni a vállalkozás egy esetleges termékprioritásra vagy egy munkafolyamat digitalizációjára.

4. Következtetések. Javaslatok

A családi gazdaságok kibontakozása idején

Az 1980-as évek végén az 1990-es évek elején – a magyar gazdaságban bekövetkezett változások (EU-s csatlakozás, keleti piacok elvesztése, megkezdett földárverések, az ellehetetlenült gazdaságok, egekbe szökő veszteségek, hogy csak néhányat említsek a legfontosabbak közül) engedményt nem kérő módon kényszerítették ki az új agrár- és termeléspolitikai változtatásokat.

A piaci szemlélet

A kereslet és a kínálat érvényesítése a termékkel kapcsolatban a piacon nagyon fontos. A vállalat célja, hogy olyan mértékben növelni lehessen a keresletet a marhahús iránt, hogy ne árulni, eladni kelljen, hanem szétosztani a vevők között. Tehát jóval nagyobb legyen a kereslet, mint a kínálat. Ennek következtében az árat a vágóhíd szabhassa meg, ezzel bebiztosítva a helyét a piacon és egy biztos stabilitást is képes legyen kialakítani magának. Az ilyen fajta szemlélet mód jellemző a vezetőkre a vállalatnál.

A minőség az egyik legfontosabb piacformáló erő

Az árpolitikát, a vásárlók ösztönzését, a tudatos vásárlás befolyásolását is ennek összefüggésében kell szervezni. Tapasztalataink szerint a tudatos vásárló a termékek értékéről, minőségéről, áráról érdeklődik és ezek, valamint pénztárcája méretének megfelelően vásárol. A Bos Taurus Trade Kft. mindezek ismeretében folyamatosan és szervezeten menedzseli termékeit, hogy széles körben képes legyen kielégíteni vevői körét. Az elmúlt évtized tapasztalati szerint a magyar embereknek marhahúst tekintve nem fontos a minőség, mert drága a keresetükhöz mérten, és nem engedhetik meg maguknak a minőségi marhahúst. Minőségi árukat Hollandiába, Ausztriába és kisebb mennyiségben Kínába exportál a vállalat jóval magasabb áron. Hazai piacon az olcsóbb szarvasmarha fajta kerül értékesítésre.

Biztonság, több lábon állás

A Bos Taurus Trade Kft. számára mindig is a több lábon állás volt a célja, hogy kialakítsa a kezdetektől kezdve. Minimum 4-5 láb kialakítása mellett nem tudja meglepetés érni a vállalatot a tapasztalatok szerint. A vágóhídnak az értékesítését nézve a hazai piactól kezdve értékesít keletre és nyugatra is, hogy minden vevő ki legyen szolgálva kisebb, nagyobb mértékben. Termékeit nézve a vágóhídnak vannak vákuum csomagolt termékek is negyedbe, félbe értékesített szarvasmarhák is, valamint a bébiételnek megfelelő hús és a kóser termékek is. Továbbá egy másik láb a bér munka elvégzése is, mely tiszta haszon a vállalat számára. A

fentebb írtak alapján igaz erre a pontra is, hogy mindig nagyobb legyen a kereslet, mint a kínálat, hogy az árat a piacon mi szabhassuk meg. Ezáltal nem kerülhet a vállalat kiszolgáltatott helyzetbe.

Nemzetközi színvonalú technika, technológia

A technológia és menedzsment munkájának színvonala, az innováció a versenyképesség alapja, a siker záloga. Családi vállalkozásunk arra törekszik, hogy mindezeket versenytársaiknál hamarabb szerezzé meg és vezesse be. Sosem tagadta meg a fejlődést a vállalat, sőt a konkurenssekkel ellentétben élen jár a jászszentandrasi üzem a fejlesztésekben. Fejlett technológia alkalmazási mindig kifizetődőbb, mint egy elavult régi. Tapasztalat szerint az új gépek, berendezések rövidebb idő alatt térülnek meg, mint egy régi technológia használata. Költség-hatékonyan, gyorsan, hiba és baleset mentesen dolgozni csak fejlett technológiával lehetséges.

Nyomon követhető termelés

Termékelőállítás során az Európai Unió által előírt technológiai, higiéniai és az egészségügyi szabályoknak megfelelő termelés zajlik az üzemben. Fontos hangsúlyt fektetünk a nyomon követhetőségre a termelés minden szakaszán, az alapanyag felvásárlástól a termelés folyamata alatt egészen a vevőig való értékesítés nyomon követhető.

Fontos erőforrások

A kiváló termékeinket előállító, elkötelezett, hozzáértő szorgalmas szakképzett csapatunk. A képzett, minőségi munkaerőhiány világszerte visszatérő gond. Vállalatunk jobb minőségi munkára ösztönző bérezéssel, szociális juttatásokkal igyekszik stabilizálni munkaerő helyzetét. Dolgozóbarát magatartással tájékoztatjuk dolgozóinkat minden rájuk tartozó történésről s szívesen vesszük, kérjük, várjuk dolgozóink visszajelzéseit. Tapasztalatunk szerint ez ilyenfajta vezetési siker, a csapatszellemet, vállalatunk iránti lojalitást, a vállalati tudatot erősíti.

A kis csapatunk után fontos erőforrásunk a gyorsaság és hatékonyság. Gondolok itt az alapanyag beszerzésre és annak feldolgozására. Mind saját járműpark és megfelelő technológia rendelkezésre áll a termelés számára.

Társadalmi felelősség, szerepvállalás, Térségi hatás

Az élelmiszertermelés **nagy felelősséggel jár** cégünk felfogása szerint a vállalatok okozta környezetszennyezés, a fenntarthatóság és az egészséges táplálkozás előtérbe van

helyezve és kiemelten fontosnak tartjuk őket, mindezek tudatában folytatja a termelést a vágóhíd. Minden vállalkozásnak kötelessége lenne környezettudatosná és fenntarthatóvá tenni a tevékenységét mérettől függetlenül. Első sorban a szelektív hulladék gyűjtésre gondolok, mely nem kerül nagyobb kiadásba a cégnek, a vágóhíd egész területén szelektíven van gyűjtve a szemét. Továbbá felhívtuk a figyelmet a dolgozóknak, hogy csökkentsék a szükséges papírhasználatot, mind az irodában és az üzemben egyaránt.

Az energia terén is környezettudatosnak mondható a szarvasmarha vágóhíd, ugyanis energiatakarékos izzók és lámpák vannak felszerelve minden helységben, valamint tervezés alatt áll az üzem egész tetőszerkezetét igénybe vevő napelem kiépítése. Továbbá a dolgozók bejárását mikro-buszok működtetésével segítjük, ugyanis a cég számára nem csak anyagi érdek, hanem környezetbarát is, hiszen csak 3-5 kis busz szennyezi a levegőt és nem 25-30 személygépjármű.

Társadalmi szerepvállalásban is részt vesz a Bos Taurus Trade Kft. A Jászsági kultúra, népművészet, sportiskolák és idősebbek segítségével veszünk részt. A falu és a térségi rendezvények, programok támogatása anyagilag és hússal is történik. Évente egyszeri megrendezésre kerül egy főzőverseny melynek fő szervezője a vágóhíd. Továbbá szoktunk szervezni véradásos napot is évente kétszer a dolgozók körében, melyeken kivétel nélkül minden dolgozónk részt vesz.

Jászszentandrás legnagyobb munkáltatójaként és legnagyobb adózójaként, több mint 50 dolgozó – 50-nél több család megélhetése, mely nem kevesebb mint 150-200 embert jelent. Minden döntésnek nem csak anyagi kérdése van a vállalat vezetés számára, hanem erkölcsi is, hiszen a dolgozóink családjának a megélhetése is múlik rajta. Mindezek tudatában vezetjük a családi vállalkozásunkat nap mint nap.

Végkövetkeztetés

A lassan egy évtizedes múlta visszatekintő folyamatosan fejlődő, Bos Taurus Trade Kft a térség egyetlen Európai Unió előírásai szerint dolgozó, jelentős értékeket hordozó üzeme.

Célunk a nemzetközi színvonal.

Mércénk a vásárlóink, partnereink elégedettsége.

Cégfilozófiánk: felfogni, érteni, reagálni, dönteni, beilleszkedni a piaci résbe. Sok mindent megéltünk, átéltünk, túlélünk, biztos alapjainkon a viharos gyorsasággal változó világunkban – talpon vagyunk.

Hiszünk magunkban, munkatársainkban, partnereinkben, termékeinkben!

A Bos Taurus családi vállalatunk céltudatosan kijelölt sajátos jogkövető, hiteles pályát jár be: -Humán- és technológiai erőforrásait, anyagi lehetőségei és a piaci igényei szerint folyamatosan fejleszti, eközben kialakította egyedi arculatot és márkatermékeit. Maga és partnerei előtt magas erkölcsi rendet állított fel, melyet követ a jövőben is. A cég fejlesztéspolitikájában a lehetőségeivel számoló, mértékfogó innováció, digitalizáció, a modern technológia, az automatizáció és robotizáció fontos szerepet kap. Továbbá a vállalat hasonlóan fontosnak tartja dolgozóinak, a képzett munkaerőnek anyagi, erkölcsi elismerését, valamint a konstruktív észrevételeik, javaslataik hasznosítását. (Dolgozóbarát munkahely, hangulat)

Az eredményesség mozgatója a különösen előnyös, (érdekeltség és kockázatviselés) empátikus partneri kapcsolatépítés, amelyben az egyértelmű, jogilag megalapozott szerződésekkel együtt az adott számok hitele van. A minőség, a pontosság, a megbízhatóság, a nyomon követhetőség és a márkahűség versenyképességi piacnyelvi tényező. Továbbá a kereskedőképeség fontos értékmérő, jól kell venni és jól eladni. Tehát a kettő között a logisztikaépítés a fő feladat, ami legalább annyira fontos, mint az és. Azonban az egekbe szökő inflációk az eredményes és a fenntartható termelést egyre jobban veszélyeztetik, mely nagyban megnehezíti a vállalat életét.

A pályázatok részvételekor észleltük, hogy sajnos egy családi vállalkozás nehezebben jut tőkéhez és jól célzott támogatáshoz, mint a nagyobb méretű társak. Az ok, többek között kevesebb biztosítékkal és tárgyi eszközzel való rendelkezések.

Személyi befolyás

Családi vállalkozásunk életében a tulajdonos-menedzser Édesapám meghatározó szerepet tölt be. Személyisége, felkészültsége, viselkedése határozza meg a fő vállalati folyamatokat. Aki korábban a hentes szakmában alkalmazottként dolgozott, így a közösség – tekintélynövelő módon minden észrevételét elfogadja és követi. Édesapám nem csak úgymond a „levegőbe” beszél, ugyanis ő végig járta a ranglétrát mielőtt vállalkozni kezdett. Eleinte rakodó volt egy sofőr mellett, majd sofőr lett és Budapestre, Balatonra vitte a húsokat hűtős autón. Később maradva a teherautón, élőállatot szállított. Tehát minden munkafolyamatra nem csak rálátása, hanem saját munkatapasztalatai is vannak. Számomra hatalmas előnye Édesapámnak, hogy minden véleményt meghallgat, származzon is az akárkitől, minden emberhez közvetlen, barátságos és azonnal megtalálja a közös hangot.

Ilyen alapokon az egy évtizedes múltra visszatekintő folyamatosan fejlődő, Bos Taurus Trade Kft. a térség egyetlen Európai Unió előírásai szerint dolgozó, jelentős értékeket hordozó, sikeres húszeme.

Hiszünk magunkban, munkatársainkban, partnereinkben, termékeinkben!

5. Összefoglalás

A szakdolgozatom során a Bos Taurus Trade Kft. családi vállalkozásunk tevékenységét mutattam be, valamint gazdasági elemzést végeztem.

Dolgozatomat szakirodalmi áttekintéssel kezdtem, amelyben vázoltam az általam választott családi vállalkozási forma történelmét, továbbá a vállalkozás megalakulásának a történetét és az iparág fejlődését. Majd gazdasági áttekintést tettem, mely megkönnyítette az elemzés tovább haladását. Gazdasági elemzés részben kiemeltem a marketinget és a piacot, ugyanis nagy hangsúly van egy termék értékesítése során, hogy jól ismerjük a piacot, ahol egy jó marketing tervet szeretnék használni.

Mielőtt rátértem volna a vállalat elemzésére, bemutattam a vágóhíd fő export országának, Kínának az élelmiszerpiacát, amely rendkívülin szélsőséges, mint anyagilag és időjárásban. Hatalmas ország, nagy ellentétekkel, de annál ügyesebb és jobb megoldásokkal, gondolok itt a növénytermesztésben az öntözés megoldására. Kínában nagy potenciál rejlik, és szerencsére jó a két ország közti kapcsolat, melyet ki is használ a vállalat.

Továbbá a fő világtendenciák vizsgálatával folytattam, mely a marhahús és egyéb hús fogyasztását mutatta be. Sajnos a marhahús fogyasztása hazánkban stagnál, nem mozog az éves hús fogyasztása /fő/kg aránya, de a vállalat számára nem is a hazai adatok a fontosok. Hollandia a fő felvevő piaca a marhahúsoknak, ugyanis átlagosan évente 1 holland 10-szer annyi marhahúst fogyaszt el, mint egy magyar.

Következő fejezetem már a szarvasmarha vágóhíd bemutatása volt, mely Jászszentandráson található meg. Először magát a vállalatot mutattam be, honnan hová ért el az idők során. Édesapám másodmagával kezdte, majd az idő teltével már több mint 50 embernek ad munkát napjainkban. A vállalkozás életútjának bemutatása után kezdtem el a gazdasági elemzést. A vállalat stratégiáját elemeztem, melyben számos kérdésre választ kaptam, mint például: Honnan indultunk és hová tartunk? Mit tartogat a jövő számunkra? És számos hasonló kérdésre.

Ezt követően néhány elemzési módszer segítségével megvizsgáltam a vállalatot, mint mikro- és makrokörnyezeti tekintetben. SWOT elemzéssel kezdtem, ahol a vállalkozás fennálló gyengeségeit, erősségeit, lehetőségeit és a fennálló veszélyeit tekintettem át. Az elemzés során látható volt, hogy a vállalatnak jóval több erőssége és lehetősége van, mint gyengesége és veszélye. Makrokörnyezeti vizsgálatomnál a PEST elemzést használtam, melynek segítségével

feltérképeztem a politikai-, környezeti, társadalmi és technológiai környezetét a vágóhídnak. A jövőben nagyobb fejlesztések várhatóak, mely tovább növeli a vágóhíd értékét és elősegíti a termelés hatékonyságát és gyorsaságát. Fontos kiemelni ennél a pontnál a környezettudatos megoldásokat és beruházásokat is. Továbbá részletes elemzést a Porter 5 erő modellel végeztem, melyben kitértem az új belépőkre, az ipar fennálló belépési korlátjaira. Továbbá a versenytársakat is megvizsgáltam a modell segítségével, van-e iparágon belüli verseny? A versenytársak után a helyettesítő termékeket tekintettem át, illetve, hogy hogyan alakul a vevők alkupozíciója a piacon. Fontos szempont volt a szállítók alkupozíciója, ugyanis az alapanyag beszerzés (élő szarvasmarha) egyre nehezebb és drágább. Majd a jövőbeni stratégiát néztem, mely során a fő cél a profit növelése és maximalizálása. A munkaerő kérdésére kapott válasz alapján sajnos elmondható, hogy a vágóhidat sem kerüli el a munkaerőhiány, mely jelenleg nem érezhető, de a jövőben nagy hangsúlyt kell fektetni az utánpótlásra. Munkaerőnél kitértem a bérezésre, melyben elmondható, hogy a vállalat kimagasló a konkurenssekkel szemben, valamint, hogy szeretnek a vállalatnál dolgozni az emberek.

Kisebb áttekintés következett a technikai sorról, hogyan történik egy szarvasmarha feldolgozása. Ennek segítségével könnyen átlátható ez az ismeretlen terület is. Majd az alapanyag beszerzésről írtam bővebben, mely kiderül, hogy egyre nehezebb megfelelő számban vásárolni. Magáról a termékről, azaz a szarvasmarha húsról is írtam, milyen módszerekkel dolgozzuk fel, kinek hogyan hová értékesítjük.

Ezt követően a tudatos vásárlásra való ösztönzés következett, melyben az értékesítést és az ár képzést fejtettem ki. Cél, hogy a kereslet meghaladja a kínálatot, ezzel az árat a termelő vállalat alakítsa ki és mondja meg.

Ezt követően az egekbe törő input árak és adók hatását vizsgáltam. Az ilyen okok miatt is növekednek a termékek és az alapanyagok árai is, illetve sajnos sokan ezért kényszerülnek a bezárásra. Továbbá körüljártam a kérdést, hogy mi lesz a hazai családi cégekkel? Szemlélet változás jelentkezik a hazai vállalatoknál a háború és a rettentő magas infláció eredményeként.

Kitértem a termékek minőségére is, a környezettudatos termelésre és a nyomon követhetőségére is. Mindkét téren alapos, precíz, minden előírt szabálynak megfelelő munkát végez a vállalkozás egész csapata, hogy maximálisan ki legyen elégítve a vevők szükségletei, igényei. Megemlítettem, hogy a több lábón állás biztosítása a cél, a nemzetközi színvonalú technika és technológia mellett.

Társégi és a társadalmi szerepvállalás a vágóhíd számára jelentős, hiszen aktívan részt vesz a közösségi életben a térségben. Számos rendezvény támogatója, a sajátja mellett is. A jó hangulatban zajló nagy létszámú dolgozói családi napok megfelelő visszaigazolás a vállalat számára. Végezetül, pedig néhány sorban Édesapám személyes befolyását fejtettem ki pár gondolatban, hogyan ő miként vezeti a vállalkozását és milyen tulajdonságokkal.

6. Irodalomjegyzék

Agroinform (2022) Csökkent a marhahúsexportunk, nőtt az importált mennyiség, emelkednek az árak

<https://www.agroinform.hu/gazdasag/csokkent-a-marhahus-exportunk-nott-az-importalt-mennyiseg-emelkednek-az-arak-56290-001> (Letöltés dátuma: 2022.04.08)

Agroinform (2022) Csökkenő sertés-, juh-, és baromfi-állományok – mi lesz így az árakkal?

<https://www.agroinform.hu/gazdasag/ez-tortent-a-vagohidakon-itt-az-elso-felev-merlege-58826-001> (Letöltés dátuma: 2023.04.01)

Agroinform (2022) Gyakorlatban az őstermelők 2022-es adózási lehetőségei

https://www.agroinform.hu/program_gazdasag/gyakorlatban-az-ostermelok-2022-es-adozasi-lehetosegei-59073-001 (Letöltés dátuma: 2023.04.01)

Agroinform (2022) Ezeket kell tudnod, ha őstermelő szeretnél lenni

<https://www.agroinform.hu/gazdasag/ostermelove-valas-termelo-59303-001> (Letöltés dátuma: 2023.04.01)

Agroinform (2022) Meglepő, honnan érkezik a marhahús, ami a tányérra kerül

<https://www.agroinform.hu/allattenyesztes/marhahus-szarvasmarha-kina-60876-001> (Letöltés dátuma: 2023.04.01)

Agronapló (2022) Hamarosan igényelhető az új hiteltermék!

<https://agronaplo.hu/hirek/hamarosan-igenyelhető-az-új-hiteltermék> (Letöltés dátuma: 2022.04.08)

Agrokép (2022) A járvány előtti szintre tornázta vissza magát a brit marhahús-export

<https://agrokep.vg.hu/kozelet/kulfoldi-hirek/a-jarvany-elotti-szintre-tornazta-vissza-magat-a-brit-marhahus-export-26369/> (Letöltés dátuma: 2022.04.08)

Agrokép (2022) Drágábban exportáltunk kevesebb marhahúst

<https://agrokep.vg.hu/elelmiszer/dragabban-exportaltunk-kevesebb-marhahust-27252/> (Letöltés dátuma: 2023.04.01)

Agrokép (2022) Meglepően nyitottak a magyarok a vegán húshelyettesítő termékekre

<https://agrokep.vg.hu/elelmiszer/meglepoen-nyitottak-a-magyarok-a-vegan-hushelyettesito-termekekre-27743/> (Letöltés dátuma: 2023.04.01)

Agrokép (2022) Ezeket érdemes tudni az őstermelők családi gazdaságáról: földhasználat, hitel, elszámolás

<https://agrokep.vg.hu/kozelet/ezeket-erdemes-tudni-az-ocsg-rol-foldhasznalat-hitel-elszamolas-28024/> (Letöltés dátuma: 2023.04.01)

Bustyaházai László (2016) Állattenyésztés és takarmányozás, HOI Nonprofit Kft., Budapest, p.19-32

Centroszet.hu (2022) Marketing - a fogyasztói piac

http://centroszet.hu/tananyag/marketing/6_a_fogyaszti_piac.html (Letöltés dátuma: 2023.04.30)

Chikán Attila (2021) Vállalatgazdaságtan, Akadémiai Kiadó, Budapest

https://mersz.hu/hivatkozas/m795valgt_6/#m795valgt_6 (Letöltés dátuma: 2023.04.09)

Dávid Ádám (2022) SWOT elemzés – online marketing

<https://kiszervezettmarketing.hu/online-marketing/swot-elemzes/> (Letöltés dátuma: 2023.04.09)

Ecopedia.hu (2022) Piaci részesedés

<http://ecopedia.hu/piaci-reszesedes> (Letöltés dátuma: 2023.04.30)

Facemedia (2022) Marketingmérések és mutatószámok egyvelege

<https://facemedia.hu/cikkek/marketingmeresek-es-mutatoaszamok-egyvelege> (Letöltés dátuma: 2023.04.30)

Gunst Péter (1970) A mezőgazdasági termelés története Magyarországon (1920-1938) Akadémiai Kiadó, Budapest, p.65-68

Gyarmati György (1999) Magyarország a XX. században II. kötet, Babits Kiadó, Szekszárd, p.120-122, 467-551

Gyöngyösi Balázs (2022) Így vált a gazdaság zászlóshajójává a kiskereskedelem

<https://www.vg.hu/vilaggazdasag-magyar-gazdasag/2022/04/igy-valt-a-gazdasag-zaszloshajjava-a-kiskereskedelem> (Letöltés dátuma: 2022.03.02)

Horn Péter (2012) A föld természetes tápanyag forrásainak ésszerű hasznosításával összefüggő néhány kérdés, Magyar Tudományos Akadémia, Budapest

Kónya Ádám (2022) Ebben látja a húsmarhaágazat jövőjét a szakember

<https://haszon.hu/haszonagrar/allattenyesztes/szarvasmarha> (Letöltés dátuma: 2022.04.08)

KSH (2020) Mi jellemezte a magyar gazdaságot?

<https://www.ksh.hu/ac2020db/2022/index.html> (Letöltés dátuma: 2022.02.24)

KSH (2020) – Mezőgazdaság

<https://www.ksh.hu/mezogazdasag> (Letöltés dátuma: 2022.02.24)

Magro (2022) Egy év alatt 31 százalékkal nőttek a mezőgazdasági termelői árak

<https://www.magro.hu/agrarhirek/egy-ev-alatt-31-szazalekkal-nottek-a-mezogazdasagi-termeloi-arak/> (Letöltés dátuma: 2022.02.08)

Marketinginfo (2022) Alapfogalmak

https://www.marketinginfo.hu/alapfogalmak/index.php?filter_abc=P&no_results_total=65&lsresults=6 (Letöltés dátuma: 2023.04.30)

Molnár József (2007) Közgazdaságtan I. Mikroökonómia, Debreceni Egyetem Agrár- és Műszaki Tudományok Centruma Agrárgazdasági és Vidékfejlesztési Kar, Debrecen, p.33-35

Morris Tom (2023) Érvelj akár egy filozófus! Taramix Kiadó Kft, Budapest, p.63-68

NAK (2022) KAP 2023-2027

<https://www.nak.hu/kap-2023-2027> (Letöltés dátuma: 2023.05.07)

Némethné Pál Katalin (2000) - A vevői elégedettség mérésének szerepe és története, p.45-51

Origoprofit (2022) Pénzügyi-szótár

<http://www.origoprofit.hu/penzugyi-szotar/penzugyi-kifejezesek-p/> (Letöltés dátuma: 2023.04.30)

Pallas70 (2011) Új élelmiszeripari adó

<https://pallas70.hu/tudashalo/hirek/uj-elelmiszeripari-ado> (Letöltés dátuma: 2023.04.09)

Piac és profit (2021) Milyenek is valójában a magyar vállalkozók?

https://piacesprofit.hu/kkv_cegblog/milyenek-is-valojaban-a-magyar-vallalkozok/ (Letöltés dátuma: 2022.04.08)

Piac és profit (2022) Mi várhat még ebben az évben a kiskereskedelmi szektorra?

https://piacesprofit.hu/kkv_cegblog/mi-varhat-meg-ebben-az-evben-a-kiskereskedelmi-szektorra/ (Letöltés dátuma: 2022.03.02)

Piac és profit (2022) Nagy veszélyben vannak a hazai kisvállalkozások

<https://piacesprofit.hu/infokom/nagy-veszelyben-vannak-a-hazai-kisvallalkozasok/> (Letöltés dátuma: 2022.03.02)

Piac és profit (2022) Minél kisebb a cég annál nagyobb a munkavállalók szava

https://piacesprofit.hu/kkv_cegblog/minel-kisebb-a-ceg-annal-nagyobb-a-munkavallalok-szava/ (Letöltés dátuma: 2022.02.24)

Sanghaj.mfa.gov.hu Agrár-együtműködések

<https://sanghaj.mfa.gov.hu/page/agrar-egyuettmukoedések> (Letöltés dátuma: 2023.05.07)

Sárecz László (2022) A főbb állattenyésztési ágazatok piaci helyzete és kilátásai az EU-ban

<https://agronaplo.hu/szakfolyoirat/2022/07/allattenyesztes/a-fobb-allattenyesztesi-agazatok-piaci-helyzete-es-kilatasai-az-eu-ban> (Letöltés dátuma: 2023.04.01)

Üzletem (2022) A járvány alatt is növelték a bevételeiket a családi cégek

<https://uzletem.hu/vallalkozo/a-jarvany-alatt-is-noveltek-beveteleiket-a-csaladi-cegek> (Letöltés dátuma: 2022.04.24)

Üzletem (2022) Mi lesz a hazai családi cégekkel?

<https://uzletem.hu/vallalkozo/mi-lesz-a-hazai-csaladi-cegekkel> (Letöltés dátuma: 2023.04.01)

Üzletem (2022) Mi a titka a generációkon átívelő családi vállalkozásnak?

<https://uzletem.hu/velemenym/ai-a-titka-a-generaciokon-ativelo-csaladi-vallalkozasnak>

(Letöltés dátuma: 2023.04.01)

Ábrajegyzék:

1. ábra A piac körforgása	9
2. ábra Az egy főre jutó húsfogyasztás alakulása Magyarországon (1990-2016)	15
3. ábra Munkanélküliség az EU tagállamaiban	31
4. ábra Az élő szarvasmarha és a marhahús külkereskedelmi mennyisége Magyarországon	35
5. ábra GDP rangsor az EU-átlag százalékában (vásárlóerő)	38
6. ábra A mezőgazdasági input- és outputárak alakulása az EU-ban	39

Képjegyzék:

1. kép A Bos Taurus Trade Kft. logója	17
2. kép Szarvasmarha vágóhíd	18
3. kép Csontozó helyiség	20
4. kép Szarvasmarha féltetek a hűtőházban	21
5. kép Szarvasmarha hasítása	33
6. kép Szarvasmarha részei	35

Táblázatjegyzék:

1. táblázat Az élelmiszeriparban való átalakulás szemléltetése az 1990-es években	7
2. táblázat A világ hústermelésének megoszlása	14
3. táblázat A vágómarha termelői ára Magyarországon	38

Mellékletek

Mélyinterjú vázlat

Pontosan mi a tevékenysége a családi vállalkozásunknak?

Hogyan nőtte ki magát az idők során a vállalkozás a mai formájáig?

A Porter 5 erő modell elemzés elkészítéséhez segítségül említs pár dolgot, amely egy új belépő tevékenységét megnehezíti a húsiparban!

Milyen belépési korlátokkal fog szembesülni az új vállalkozó?

Továbbá mekkora erőjű, mennyi és milyen konkurenciára lehet számítani manapság?

A cégnek milyen erőjű versenytársai vannak?

Kell félni, hogy a fejlődő világunkban megjelenik valamilyen helyettesítő termék?

Hogyan viszonyul a Bos Taurus Trade a vevőkhöz?

Milyen kapcsolatokat létesít a vevői és beszállítói között?

Milyen jogi és gazdasági akadályokba ütközhetünk a húsipari cég üzemeltetése közben?

Melyek azok a működéshez nélkülözhetetlen erőforrások, melyekből a legnagyobb kiadások adódnak?

Végül, határozz meg néhány jövőbeli stratégiai irányt, említs néhány jövőbeli terved, fejlődési lehetőséget!

Honnan indult a cég és hová tart?

Mit, hogyan és milyen hatékonysággal termel az üzem?

Mit tartogat a jövő és mik a fő célkitűzések melyeket el szeretnél érni?

Kérlek mutasd be a technológiai sort, fontos folyamatokat!

Több fajta termék előállítására képes az üzem? Ha igen, akkor ezek többféle módon készülnek?

Fontos kérdés az alapanyag beszerzés! Hogyan és honnan történik a szarvasmarha beszerzése?

Az értékesítése formát és csatornákat mutasd be kérlek! Melyik termékre van a legnagyobb igény a piacon és melyik ország a legnagyobb felevező piac?

Melyek azok a dolgok melyek a leginkább megnehezítik az életet a vágóhíd számára?

Függelék

Konzultációs nyilatkozat

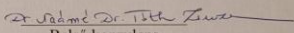
**KONZULTÁCIÓS
NYILATKOZAT**

A Borbély Dominik (név) (hallgató Neptun azonosítója: OR7D5C) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfólió¹ 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 javaslom².

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem³

Kelt: 2023 év 05 hó 08 nap


Belső konzulens

¹ A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törlendő.
² A megfelelő aláhúzendő.
³ A megfelelő aláhúzendő.

Hallgatói nyilatkozat

NYILATKOZAT

A szakdolgozat nyilvános hozzáféréseiről és eredetiségéről

A hallgató neve: Borbély Dominik
A Hallgató Neptun kódja: OR7D5C
A dolgozat címe: A Bos Taurus Trade Kft. Húsiipari családi vállalkozás működésének gazdasági értékelése
A megjelenés éve: 2023
A konzulens tanszék neve: Közgazdaságtani és Természeti Erőforrások Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió¹ egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, s az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

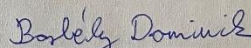
Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítást teszek, tudomásul veszem, hogy a Záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

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 tulajdonkezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe.

Kelt: 2023. év 05. hó 08. nap


Hallgató aláírása

¹ A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törölendő.

A szakdolgozat tartalmi kivonata

A Bos Taurus Trade Kft. Húsipari családi vállalkozás működésének gazdasági értékelése **Borbély Dominik**

Gazdálkodási és menedzsment szak, alapképzés, nappali tagozat

Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet, Közgazdaságtani és Természeti Erőforrások Tanszék

Belső konzulens: Dr. Naárné Dr. Tóth Zsuzsanna Éva, egyetemi docens

A szakdolgozatom során a Bos Taurus Trade Kft. családi vállalkozásunk tevékenységét mutattam be, valamint gazdasági elemzést végeztem.

Dolgozatomat szakirodalmi áttekintéssel kezdtem, amelyben vázoltam az általam választott családi vállalkozási forma történelmét, továbbá a vállalkozás megalakulásának a történetét és az iparág fejlődését. Ezt követően gazdasági áttekintést tettem, mely megkönnyítette az elemzés tovább haladását, amely részben kiemeltem a marketinget és a piacot.

Bemutattam a vágóhíd fő export országának, Kínának az élelmiszerpiacát. Szerencsére jó a két ország közötti kapcsolat, melyet ki is használ a Bos Taurus Trade Kft. Továbbá a fő világtendenciákkal folytattam, mely a marhahús és egyéb hús fogyasztását mutatta be. Sajnos a marhahús fogyasztása hazánkban stagnál, nem mozog az éves hús fogyasztása /fő/kg aránya, de a vállalat számára nem is a hazai adatok a fontosak. Hollandia a fő felvevő piaca a marhahúsnek, ugyanis átlagosan évente 1 holland 10-szer annyi marhahúst fogyaszt el, mint egy magyar.

Következő fejezetem először magát a vállalatot mutattam be, honnan hová ért el az idők során. A vállalat stratégiájának elemzése során számos kérdésre választ kaptam, mint például: Honnan indultunk és hová tartunk? Mit tartogat a jövő számunkra? Ezt követően néhány elemzési módszer segítségével megvizsgáltam a vállalatot, mint mikro- és makrokörnyezeti szemmel. SWOT elemzéssel kezdtem, ahol a vállalkozás fennálló gyengeségeit, erősségeit, lehetőségeit és a fennálló veszélyeit tekintettem át. Makrokörnyezeti vizsgálatomnál a PEST elemzést használtam, melynek segítségével feltérképeztem a politikai-, környezeti, társadalmi és technológiai környezetét a vágóhídnak. További részletes elemzést a Porter 5 erő modellel végeztem, mely kitért az új belépőkre, az ipar fennálló belépési korlátjaira, illetve a modell segítségével a versenytársakat is megvizsgáltam, van-e iparágon belüli verseny. Fontos rész volt a szállítók alkupozíciója, ugyanis az alapanyag beszerzés (élő szarvasmarha) egyre nehezebb és drágább. Majd a jövőbeni stratégiát néztem, mely során a fő cél a profit növelése

és maximalizálása. A munkaerő kérdésre adott válasz alapján sajnos elmondható, hogy a vágóhidat sem kerüli el a munkaerőhiány, mely jelenleg még nem érezhető akkora mértékben, de a jövőben nagy hangsúlyt kell fektetni az utánpótlásra.

Ezt követően áttekintés készítettem a technikai sorról, hogyan történik egy szarvasmarha feldolgozása. Magáról a termékről, azaz a szarvasmarha húsról is írtam, milyen módszerekkel dolgozzuk fel, kinek hogyan hová értékesítjük. Ezt követően a tudatos vásárlásra való ösztönzés következett, melyben az értékesítést, az ár képzést fejtettem ki, majd az egekbe törő input árak és adók hatását vizsgáltam. Továbbá körüljártam a kérdést, hogy mi lesz a hazai családi cégekkel? Kitértem a termékek minőségére is, a környezettudatos termelésre és a nyomon követhetőségére is. Megállapítottam, hogy a több lábon állás biztosítása a cél, a nemzetközi színvonalú technika és technológia mellett. Térségi és a társadalmi szerepvállalás a vágóhíd számára jelentős, hiszen aktívan részt vesz a közösségi életben a térségben. Végezetül, pedig néhány sorban Édesapám személyes befolyását fejtettem ki pár gondolatban, hogyan ő miként vezeti a vállalkozását és milyen tulajdonságokkal.