



A TEJTERMELŐ KISGAZDASÁGOK VERSENYKÉPESSÉ TÉTELE A HOZZÁADOTT ÉRTÉK NÖVELÉSÉVEL

Szilágyi Szabina¹, Horváth József²

¹Szegedi Tudományegyetem, Mérnöki Kar

²Szegedi Tudományegyetem, Mezőgazdasági Kar

e-mail: szilagyi.szabina13@gmail.com

ABSZTRAKT

A tejtermelő szarvasmarha ágazat gazdasági nehézségei és azok megoldásai nagyüzemi és kisgazdasági szinteken nem ugyanazok. Jelen esetben – az első szerző gyakorlati tevékenységéből kiindulva – egy tejtermelő szarvasmarhatartással foglalkozó családi kisgazdaságot terveztünk. A kalkuláció során számításba vettük a kisgazdaságok sajátosságait, a gazdaság teljes gazdasági tervét felállítottuk, figyelembe véve az összes kiadást és bevételt. Egy 17, egymással összefüggő munkalapból álló Excel-táblázatot állítottunk fel, hogy teljes egészében modellezzük az általunk tervezett, átlagos körülmények közt működő kisgazdaságot. A számításainkból kimutattuk, miként alakulnak a különböző gazdasági mutatók egy háromfős családi gazdaságban. A projektben a magyartarka állatállomány – a fajtaválasztás a későbbiekben a feldolgozás során lesz jelentős – 15 tehénből és azok szaporulatából áll. Első körben a fő bevételi forrás a nyerstej eladása. A tej értékesítési árát első lépésben a KSH honlapján is olvasható 2023-as adat mintájára 176 Ft/l-ben határoztuk meg. A gazdasági modell egyértelműen kimutatta, hogy a 176 Ft/l tejátvételi ár mellett az ágazat deficitese. Az ágazat alacsony jövedelmezősége további kutatásokra ad(ott) okot, megvizsgálva, hogy miként lehet az ágazati bevételt növelni az adott termelési paraméterek mellett. A hozzáadott érték növelésében és újfajta értékesítési csatornák felkutatásában látjuk a megoldást a jövőre nézve, a hosszú távú fenntarthatóság és a stabil, versenyképes jövedelmek elérése érdekében. Elengedhetetlennek tartjuk a vidéki fiatal lakosság helyben tartása céljából a megfelelő életszínvonalat biztosító gazdálkodási formák kidolgozását. Az állattenyésztés népszerűsítése, gazdasági hatékonyságának növelése elengedhetetlen. Az első – teljességgel életképtelen – gazdasági modell megalkotását követően több szegmensét is megvizsgáltuk a tejtermelő családi vállalkozásnak, hogy miként érhetnénk el látványos, megvalósítható és radikális változásokat. A gyakorlatban az első szerző maga is ugyanezekkel a problémákkal néz szembe – mint a házitej keresletének visszaesése, – a magas minőségű kézműves sajtok eladásához új – a lokális értékesítés mellett – másfajta értékesítési csatornák felkutatása szükséges. További kalkulációk megalkotásával rávilágítottunk, a hozzáadott érték növelése lényegesen megváltoztatja a kisgazdaság jövedelmezőségét pozitív irányba. Ugyanakkor a helyi értékesítésen túlmutatva, a viszonylagosan alacsony létszámú vásárlókör, melyet felméréssel igazoltunk, arra sarkalt bennünket, hogy új értékesítési csatornákat iktassunk be, melyekkel az ország más pontjain is érhetünk el potenciális vásárlókat, akik gyakran a helyi árnál magasabb árat is hajlandóak fizetni a kézműves termékekért. Az online értékesítési csatornával elsősorban a fővárosi lakosságot céloztuk meg, mint vásárlói kört, mivel felméréseink alapján abban a régióban jóval magasabbak az árak, mint az alapkoncepcióban szereplő dél-alföldi régióban. Felmerült az automatából történő értékesítés lehetősége is az megoldások közt. A későbbiekben további alternatív megoldásokon dolgozunk, hogy minél inkább versenyképessé, fejleszthetővé és hosszútávon fenntarthatóvá válhassanak a tejtermelő kisgazdaságok.