

**2010. 05.31-06.01. Magyarország
FEELS Project**

„Termőföldtől az asztalig tartó élelmiszerlánc”

Gyakran hallani a termőföldtől az asztalig tartó élelmiszerláncról, ritkán fordul elő azonban, hogy a teljes folyamat egy kézben legyen. Borbás Zsolt Jászapátiban és környékén működő családi alapú agrárvállalkozása ezen ritka kivételek közé tartozik: az előállított gabonát saját malmukban dolgozzák fel, majd a lisztből saját pékségük készíti a pékárut, amit a saját tulajdonú boltjaikban árusítanak a környékbeli településeken. Nem csak termelnek azonban, hanem ha van rá igény, szervezik is a termelést - tevékenységükről az alapító-cégvezető beszélt egy nemzetközi gazdacsoport látogatása kapcsán.

Jászapáti határában, a múlt század húszas éveiben ugyanitt gazdálkodó dédapjáról elnevezett István-majorban építette ki Borbás Zsolt és testvére a mára komoly mezőgazdasági üzem képét mutató vállalkozásuk központját. A Borbás-Ker Kft. zöldmezős beruházások nyomán, saját tervek alapján, saját munkával felhúzott labor-és irodaépülete, a terménytisztító és -szárító, a tizenhatezer tonnát meghaladó raktár-kapacitás, a tavaly átadott malom és a komoly géppark ráadásul jelentős részben önerőből jött létre. Mint kiderül, a beruházási források egy része közvetve mégis az EU-nak köszönhető: a cégtulajdonos-ügyvezető szerint ugyanis egyértelmű kitörési pontot jelentett a gabona-intervenció 2004-es megnyílása. Nem csak az egyes esetekben a valós piaci ár fölötti értékesítés lehetősége miatt, hanem az ennek nyomán szintén fellendülő raktározási tevékenység miatt is, így az elmúlt években nem csak építették, hanem fel is töltötték a raktáraikat. Az 1992-ben alakult cég története során egyik tevékenység hozta magával a másikat, és a termeléstől eljutottak a termelés-szervezésig, azaz ha üzletfeleik, gazdtársaik közül valaki igényli, akár teljes "integrációban" is együttműködhetnek, de a vetőmag-eladástól a tanácsadáson és bér munkán keresztül a terménykereskedelemig minden szolgáltatásukat a lehető legkevesebb kötöttség elvének szem előtt tartásával alakítják.

A jelenleg testvérével együtt 500 hektáron szántóföldi növénytermesztést folytató Borbás Zsolt keserű tapasztalatokról is beszámol: az EU-csatlakozás óta sok visszásságot tapasztaltak az építési pályázatok kapcsán. Ezek közül az egyik a megfelelő előzetes felkészülés nélkül tarthatatlan tervezési határidők kitűzése volt, de ennél is nagyobb gond, hogy a fiatal agrárvállalkozó szerint Magyarországon a politika folyamatosan erős kontroll alatt igyekezett tartani az EU-s forrásokat. Ezért voltak kénytelenek szinte mindent önerőből megvalósítani - teszi hozzá - és bár a szubjektív szempontoktól mentes géptámogatásokból részesültek, ezek összegei eltörpülnek az építési beruházások forrásigénye mellett.

Mióta a tavaly év végén átadott malom is megkezdte működését, a Borbás-Ker a teljes termékpályát lefedi a pékárut tekintetében: az itt előállított, minőségi lisztből a Hevesen működő péküzem készíti a prémium minőséget képviselő pékárut, amivel jelenleg több mint ötven élelmiszerboltot, és öt saját boltjukat látják el.

"A legjobb minőségbiztosítást a vevők döntése jelenti" - szögezi le Borbás Zsolt a nemzetközi gazda-delegáció kérdései kapcsán. Bár azt elismeri, hogy a tanúsított minőségbiztosítási rendszerekre szükség van, de sok más termelőhöz hasonlóan ő is sokallja ezek működtetésének adminisztrációs terheit. "Milliószámú tétel lehet csak a rendszer bevezetése,

és emellett például egy húsz alkalmazottal dolgozó pékségben még két embert kell felvenni csak azért, hogy rendben legyen a HACCP adminisztrációja." - sorolja Borbás Zsolt.

Zeke Tamás – Magyarország

- *Az előadó közvetlen értékesít füstölt húsrut.*

Közvetlen értékesítés és a modern info-kommunikációs eszközök használata



Nógrád megyéből, Pásztórol érkezett, amely egyike Magyarország legelmaradottabb területeinek. Esztergomban tanult, magyar-kommunikáció szakot végzett, Budapesten dolgozott televízióban majd a PR szövetségénél.

14 évesen borzasztóan elvagyódott otthonról, mert ez egy szegény régió volt. Nem akart otthon maradni, semmilyen szinten nem akart hazamenni a tanulmányok után. Álma az volt, hogy ügynökséghez kerüljön be, ami a szakma csúcsa. Sikerült, elérte céljait, sokat dolgozott és bár gondolkozásának központja az érték volt, életét értéktelennek érezte.

28 évesen úgy döntött, hogy hazaköltözik, feladta budapesti életét és a nógrádi megyeszékhelyen kapott munkát, majd fiatal gazdának pályázott. Nyert és akkor a munkát is feladta. Motiváció volt, hogy az első föld, amit megvett, az a nagyapai föld volt, ahol gyerekkorát töltötte. Ez a családi indíttatás biztonságot adott számára. A föld és az ember megmarad, mert tudást és értéket ad.

Jelenleg a gazdaság fő profilja a húsmarha és sertés tenyésztés. Az állomány: 20 anyából birka, 30 hízó sertés. A tevékenységet kiegészíti egy állatsimogató működtetése, amikor nem megy az értékesítés, akkor rendezvényeket szervezve segíti a bevételt.

A pályázat megnyerése után indította el a közvetlen értékesítést. Kis gazdasága van. Kiadásai közt szerepel a telephely, állatok, földek megszerzése, vállalkozás költségei és a megélhetés. Bevétele: A régi parasztok mondták, hogy a tej biztosítja a megélhetést, a leadott marha volt a summapény. Fejni nem akart, ezért a füstölt áru előállítás mellett döntött, erre Magyarországon könnyebben lehet engedélyt kapni. Ez bővült később élőállat eladással, állatsimogatással.

A közvetlen értékesítéssel kapcsolatos tapasztalatai a következők. A jó termék kell, azt megveszik. Pásztón volt egy vevőkör, de nagyon ár-érzékenyek voltak, bővíteni kellett. Megkérdezte közvetlenül budapesti ismerőseit nem kérnek-e kolbászt, sonkát. Kértek. Jelenleg 100 családnak szállít Budapesten és 100 családnak Pásztón.

Kellett a marketing, kellett egy egységes arculat. Készültek termékfotók és elindult egy arculatgyártás, honlapot készített, táskát csináltatott.

Vásárokon vett részt, ahol a kisebb családi húsgyárak, termelők nagy mennyiséget árulnak;

tudta, hogy kell a specializáció. Eldöntötte, hogy nem ad tápot az állatoknak, természetes módon eteti őket. Meg kellett találni azokat az embereket, akik ezt értékelik. Ez egy nagyon lassú folyamat és nem megy csak vásárokon.

Elkészítette honlapját, mely könnyed, vicces honlap az életéről, amely bemutatja a valóságot és képekkel illusztrált, mely a hitelességét erősíti. Budapesten értékelik mindezt és a tiszta áru nyomon követését. Az állatsimogató propagálása, kutyák, disznók, birkák kapnak helyet a honlapon.



Minden hónapban küld hírlevelet, mikor lesz a vágás, mennyivel előtte kell rendelni. A hírlevelekben PR tevékenység is zajlik, mert ez egy folyamatos építkezés, az emberek bizalmát meg kell tartani, nemcsak el kell nyerni. Kisbárányok születéséről készült fotókat nagyon jó néven veszik a vevők.

A működéshez fontos a vevőlista, ez 200 vevőről jelent pontos nyilvántartást a rendelésekre vonatkozóan.

Az őszinte, személyes hangvétel jól értékelhető. Az utókövetés is fontos, mert 100 családból 10 küldi vissza a rendelési igényt, 90 nem válaszol, de telefonhívás során mind leadja a rendelést.

A nők döntenek el az élelmiszervásárlást, ők a célcsoport, a nekik szóló médiumokat kell megtalálni. A minőséget választókat kell megtalálni. A részvétel a vásárokon, szövetkezetek megkeresése nagyon sokat lendíthet az értékesítésen.