

OTDK-DOLGOZAT

Ladányi Krisztina
BA

2013

A KÉZMŰVES CUKRÁSZIPAR JELENLEGI HELYZETE MAGYARORSZÁGON
THE CURRENT SITUATION OF CRAFTSMAN CONFECTIONERY INDUSTRY IN
HUNGARY

Ladányi Krisztina

Kézirat lezárva: 2012. április 5.

TARTALOMJEGYZÉK

TARTALOMJEGYZÉK	3
TÁBLÁZAT- ÉS ÁBRAJEGYZÉK	4
BEVEZETÉS	5
1. TÉMAFELVETÉS	7
2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS	8
2.1. A kézműves cukrászipar fejlődése, kialakulása Magyarországon	8
2.2 A magyar élelmiszerkereskedelem múltja és jelene	15
2.3. Kereskedelem és beszállítók kapcsolatának változásai	19
3. ANYAG ÉS MÓDSZER	21
4. EREDMÉNYEK ÉS AZOK ÉRTÉKELÉSE	25
4.1 A mélyinterjúk kiértékelése	25
4.1.1 <i>A piac alakulása</i>	25
4.1.2 <i>A gazdasági környezet és az azt befolyásoló tényezők</i>	28
4.1.3 <i>Oktatási problémák</i>	34
4.1.4 <i>Technológia és alapanyag felhasználás</i>	38
4.1.5 <i>Az ágazat lehetőségei és jövője</i>	40
4.2. A magyar kézműves cukrászipar SWOT-analízise	43
4.3. A magyar kézműves cukrászipar problémafája	46
5. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK	49
ÖSSZEFOGLALÁS	51
IRODALOMJEGYZÉK	52
MELLÉKLET	56

TÁBLÁZAT- ÉS ÁBRAJEGYZÉK

1. táblázat: Cukrászdák számának változása, 2010	11
2. táblázat: Cukrászdák számának változása hónapra lebontva, 2010.....	12
3. táblázat: Cukrászdák száma területi egységekre bontva, 2010	12
4. táblázat: Cukrászdák számának alakulása a kiemelt üdülőkörzetekben, 2010.....	13
5. táblázat: A top 5 nemzetközi édességgyártó cég	13
6. táblázat: A kereskedelmi vendéglátóhelyek forgalma, 2010.....	14
7. táblázat: Interjúalanyok	25
8. táblázat: Magyarország munkanélküliségének helyzetét (1998-2011).....	31
1. ábra: A bevásárlóközpontok és hipermarketek alakulása (1976-2007)	16
2. ábra: Az újonnan megnyitott hipermarketek számának alakulása évenként (1995-2007) ..	18
3. ábra: A kutatómunka lefolytatásának felépítése	21
4. ábra: SWOT analízis	22
5. ábra: Problémafa	23
6. ábra: ÁFA-kulcsok az Európai Unióban (2012)	29
7. ábra: 15-64 évesek foglalkoztatási aránya és 15-74 évesek munkanélküliségi rátájának alakulása	32
8. ábra: Munkanélküliségi ráta az Európai Unióban (2011)	32
9. ábra: Szakközépiskolai tanulók megoszlása képzési területek szerint (%) (2006).....	35
10. ábra: A magyar kézműves cukrászipar SWOT- analízise	45
11. ábra: Az magyar kézműves cukrászipar problémafája	48

„Nincs hazánkban még egy olyan iparág, amelynek múltja, illetve múltjának bizonyos szakasza annyira misztikus, titokzatos lenne, mint a magyar cukrászaté.”
Zsemley Oszkár, 1940

BEVEZETÉS

A század elején az édességkészítő ipar anyagilag és szakmailag egyaránt megerősödött, keresett és jól menő szakmának bizonyult. Majd a világháború, később pedig az államosítás visszább vett lendületéből. Ezekben az években az ÁFÉSZ-ek és vendéglátó vállalatok vették át a cukrászatokat. Az egykori fellendült vendéglátóiparnak – beleértve a cukrárszipart is – a szakma egy virágzó korszakának vetett véget ez a változás. Az összevonási törekvések hatására, eleinte csak a termelőműhelyek nagysága változott, korszerűsítés nélkül. Több emberrel egy helyen, régi technikákkal, szakmai fejlődés nélkül folytatódott a termelés. A változásra egészen az 1980-as évek végéig kellett várni, ekkor újra elkezdtek kialakulni a magáncukrászatok. Sorra nyitották meg a különböző típusú vendéglátóhelyeket. A szakma ismét fejlődésnek indult, kezdett újjáéledni. 1995-től ismét akadály gördült a cukrárszok elé, a multinacionális cégek térnyerése évről évre nehezíti helyzetüket. Ehhez az eddig sem felhőtlen állapothoz 2008-ban csatlakozott még a gazdasági válság is. A sötétnek látszó kép ellenére cukrászaink nem teljesen pesszimisták, bíznak a helyzet javulásában.

Az utóbbi években egyre több kereskedelmi lánc jelent meg országunkban. Az élelmiszerkereskedelem és élelmiszeripar kapcsolata szélsőségesen megváltozott a láncok térnyerésével. Az általuk forgalmazott áruk iránt nagy a kereslet, főként széles termékskálájuk és alacsony áraik miatt. Ezek a multinacionális cégek kedvezőbb áron kínálják a helyben készített, illetve az előrecsomagolt, fagyasztott, pék- és cukrásztermékeiket. Ezáltal a hagyományos kézműves cukrárszok háttérbe szorulnak a piacon, mivel ők minőségi alapanyagokból állítanak elő kiváló termékeket, amelyek árban nem tudják felvenni a versenyt. A cukrászaink nap, mint nap, országszerte szembesülnek ezzel a problémával. Ezekre a bonyodalmakra keresik a megoldási lehetőségeket, hogy a piaci versenybe ők is be tudjanak kapcsolódni és talpon tudjanak maradni.

A probléma nagyon összetett, fogyasztóként mi magunk is felelősek vagyunk a kereskedelmi láncok térnyeréséért. Az emberek döntő többsége háttérbe szorítja a minőséget, az itthon gyártott magyar termékeket, az egyetlen és elsődleges szempont az ár. A fogyasztói szemléletváltással valószínűleg még éveket kell várnunk Magyarországon. Mindemellett a

magyar kézműves cukrászipar is küzd különböző nehézségekkel, mint a szakképzés, szakemberek képzettsége, felkészültsége, alapanyag használat. Előtérbe kerülnek a mesterséges anyagok és félkész termékek használata. A technológiai fejlődés az egyszerűbb, szakmai ismereteket nem igénylő folyamatok felé halad, mely a szakma oldaláról is egyfajta igénytelenséget mutat.

A gazdasági válság sem javít helyzetükön, nehéz megtalálni azt a szűk, de létező fogyasztói szegmensét, amely rendelkezik a megfelelő jövedelemmel és meg tudják fizetni ezeket a kézzel készített, minőségi termékeket.

1. TÉMAFELVETÉS

Témaválasztásomat nagyban befolyásolta a családi kötődés és a szakma iránti elkötelezettség. A vendéglátásban nőttem fel, édesapám 27 éve dolgozik a cukrászatban egyéni vállalkozóként. Ez idő alatt egy kis faházból, eljutott egy kerthelyiséggel rendelkező, városközpontban lévő cukrászdáig. Az évek során számos problémával szembesült, melyek nehezítették helyzetét, ezen problémák többsége az egész ágazatra átfogóan jellemző.

Tudományos Diákköri Dolgozatom fő célkitűzése a magyarországi hagyományos kézműves cukrászati iparág helyzetének és az azt befolyásoló legfontosabb tényezőknek a feltárása. Ezzel együtt egy összefoglaló képet kívánok adni a cukrászat múltjáról, jelenéről és jövőéről. Ahogyan azt a bevezetésben is említettem ez az ágazat számos problémával küzd, ezeket a problémaköröket szeretném feltárni és ezeket ok-okozati összefüggéseiben vizsgálni.

Célom továbbá az ágazat számára olyan kutatást végezni, amelyet a szakemberek tudnak hasznosítani, illetve a későbbiekben is értékes információkkal szolgál. Sajnálatos módon hamar szembesülnöm kellett azzal a problémával, hogy az ágazatnak nincsenek összegyűjtött információi. A Magyar Cukrász Iparosok Országos Ipartestületét kerestem fel elsőként, de nem tudtak adatokkal szolgálni, mivel nincs belépési kötelezettsége a vállalkozóknak, így reprezentatív adatokat nem tudtak biztosítani. Amiatt, hogy az ágazatnak eddigiek során nem készült semmiféle elemzése, összegzése, így tovább nehezedett a kutatásom. Ezen okok miatt a primer vizsgálatok során személyes interjúkra fordítottam a hangsúlyt így sokkal mélyebb és nagyobb információ tömeghez jutottam. Már a kapcsolatfelvételkor pozitív visszajelzéseket kaptam a szakemberek oldaláról kezdeményezésemre.

A dolgozat célkitűzésének megvalósításához, konkrét feladatokat rendeltem, melyeket vázlatosan ismertetek:

- Szekunder adatgyűjtés, szakirodalmak feldolgozása;
- Primer adatgyűjtés, mélyinterjúk lefolytatása;
- Az ágazat SWOT-analízisének elkészítése;
- Az ágazat problémafájának összeállítása;
- Megoldási javaslatok megfogalmazása.

2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

2.1. A kézműves cukrászipar fejlődése, kialakulása Magyarországon

Az édességkészítés első nyomait hazánkban közvetlenül az államalapítás utáni időkből találjuk. Az édes ételek készítésének színhelyei a királyi, főúri, főpapi konyhák voltak. A kolostorokban, egyházi birtokokon alakult ki először a méhészet, eleinte méz begyűjtésével, később, pedig termelésével foglalkoztak. Fontos foglalkozássá vált a méhviasz és viaszgyertya termelése, ebből következett a méz más irányú felhasználása, kialakult a mézeskalács készítés (Siki és Tóth-Zsiga, 1997; Csordás, 1998).

Az első édességkészítők Magyarországon a mézeskalácsosok voltak, viaszgyertya öntése mellett kolostorokban, egyházi szervezetekben, királyi, főúri, és egyházi birtokokon készítették a mézédességek finomságait. Az egyház irányítása alól csak egy-kétszáz év múlva kerültek ki és fokozatosan váltak ártermelő iparosokká. Ők alapították az első édességeket készítő céheket. Kimondott cukrász céhből nagyon kevés volt, mert vándoriparosok alkották az első önálló édességkészítőket. Számukra nem volt kötelező a céh alapítása (Siki és Tóth-Zsiga, 1997; Csordás, 1998).

A mézeskalácsosok addig élvezték a monopolhelyzetet az édességkészítésben, amíg csak a méz volt ismert édesítőszerként. A XV. század vége felé kezdődött el az édes mandulás sütemények sütése, a nádcukor használata mindennapossá vált, később a répacukor is elterjedt. A XV-XVII. században az édességeket a mézeskalácsosok, finom sütők és gyógyszerészek készítették. A cukrászat szerepét a XVII. század végéig a gyógyszertárak töltötték be, a nagy udvartartások részére a cukrot illetve a belőle készített csemegéket a gyógyszerészek szállították. Nyilvános cukrászdák még nem voltak, főurak, főpapok házi szakácsai készítették remekműveiket (Siki és Tóth-Zsiga, 1997; Csordás, 1998).

A XVIII. század Európájában az édességkészítő ipar kialakulását és fejlődését három, egész Európára kiható tényező is befolyásolta.

- 1766-ban politikai okokból, Velencéből több száz édességkészítőt utasították ki, akik közép-európával megismertették az Olaszországban kialakult édességkészítési és – fogyasztási kultúrát.
- 1798-ban olcsóbb cukor került a piacra az első répacukorgyár felépítésével.
- Fokozatosan ismertté és elterjedté vált a csokoládé, mint édesipari alapanyag.

Az újkori édességkészítő ipar kialakulása a XIX. században indult meg hazánkban az előbb említett hatások miatt. A hazai kézműves cukrászok műhelyeiben készítettek cukorkát, tartós csokoládés-árakat, kandírozott gyümölcsöket, sütöttek ostyákat, teasüteményeket, cukorból, marcipánból díszeket, figurákat formáztak (Siki és Tóth-Zsiga, 1997). Ebben az időszakban alakult ki a maihoz hasonló cukrász kézműipar. Több Svájc-ból érkező cukrász vándorolt be az országba, akik újszerű technológiákkal, új készítményeket honosítottak meg, ezzel meggyorsították az ipar fejlődését. A legtöbb cukrászműhelyben a cukrásztevékenység több ágazatát is művelték. A fejlődés következtében egyre jobban kezdett elkülönülni a csokoládé, drazsé és a lisztesáru, vagyis azoknak a termékeknek az előállítása, amelyek termelése gépesíthető (II).

A XIX. század elején, Pesten és Budán 12 cukrász és 1 csokoládékészítő dolgozott. 1847-ig a két városban összesen 49 cukrászt és csokoládékészítőt tartottak számon. Összetételükre az is jellemző, hogy közülük, csak 5-en születtek Magyarországon. Az új fővárosban, Budapesten az 1870-es években 20-22 cukrásznak volt utcára nyíló üzlete, és 8-10 édességkészítő rendelkezett csak műhellyel (Siki és Tóth-Zsiga, 1997).

A századforduló táján a lisztes édességek gyártása felé terjeszkedtek a cukráziparosok és édességkészítő gyáriparosok egyaránt. Nagy részük bővítette üzemét, bevezette vagy növelte a lisztesáruk termelését. Előtérbe került a keksz, teasütemény és kétszersült gyártása (II).

Az első világháború végére teljesen megszűnt az ipar alapanyag ellátása. 1920-ban következett be a termelés mélypontja. A cukor és tüzelőanyagok hiánya teljessé vált. Lassú fejlődés következett, egy évvel később indult meg a cukor és egyéb édesipari alapanyagok behozatala és a cukor hazai gyártása. A fellendülés hatására a két háború között növekedett az édesipari üzemek száma. 150-200-ra tehető azoknak a száma, melyek ez időben alakultak vagy növekedtek kisüzemből középüzem nagyságúvá. Magyarországon lehetővé tették a fellendülő tőkeerős édesipari vállalkozások a késztermékek behozatalnak csökkentését, kialakult az édesipari termékek exportja. Néhányan, mint például Gerbeaud, vagy Lukács komoly exportot bonyolítottak le nyugat felé. Késztermékek helyett egyre inkább a nyersanyagok behozatala került előtérbe. A két háború között a különböző állami megszorítások némileg visszább vették a vállalkozói kedvet. 1920-ban bevezették a cukoradót és a fényüzési-forgalmiadót. Előbbi minden olyan vállalkozót sújtott, aki cukrot használt fel ipari célból, utóbbi rendelet pedig az ülfogyasztásra berendezkedett kézműipari cukrászokat érintette. Ezek a plusz adók az édesipari termékek árának 50%-át is kitették (Siki és Tóth-Zsiga, 1997; Csordás, 1998).

Az anyagilag és szakmailag megerősödő édességkészítő iparra, a II. világháború után a teljes megsemmisülés veszélye várt. Az I. világháború utáni helyzetnél is rosszabbat teremtett az energia és nyersanyag hiánya. Ezek hatására többen akarták temetni az édességkészítő ipart, mint megmenteni. Kialakult egy olyan szemlélet, mely szerint nem illik bele a népelelmezésbe az édességfogyasztás. Főleg luxusnak tekintettek rá, luxusiparnak minősítették és nem látták szükségét újraéledésének (Siki és Tóth-Zsiga, 1997).

1946-ban bevezették a kötött gazdálkodást ebben az iparban is, vagyis szabályozták az ipar anyagellátását, így részleteiben ugyan, de beindult az édesipari termelés. Az inflációt is megfékeztek a stabil pénz bevezetésével, eleinte szűkösen, de biztosították a gyártáshoz szükséges anyagellátást. Az édességkészítő ipar csak részlegesen pusztult el, életben maradt, azonban a megmaradt vállalkozások termelése csak szerény mértékű volt. 1951-ben a nagy gyárak után a kis cukrászdákat is államosították (Siki és Tóth-Zsiga, 1997).

Az újjáéledésig egészen a nyolcvanas évekig kellett várni, ekkor magántulajdon formájában a cukrász kézműiparban fejlődésnek indult. Működésüket azonban korlátozták, a középüzemmé válás lehetősége fel sem merülhetett. 1990 után az 1948-50 között államosított tulajdonokat kellett megváltoztatni, ismét magánkézbe adni. Az újonnan alakult és már meglévő kis-, illetve középüzemek száma növekedett a privatizáció hatására. Újak nyíltak vagy régebbi kisüzemek fejlődtek fel közép és gyáripari színvonalra. Budapesten és a vidéki településeken egyaránt nyíltak és szaporodtak szép, elegáns cukrászdák. Régi édességkészítő családok sarjai tértek vissza nagyapáik foglalkozásához, új vállalkozásokat indítottak vagy folytatták a már megkezdett utat (Siki és Tóth-Zsiga, 1997).

A fellendülőben lévő cukrász kézműipar a szakmában új munkamegosztást alakított ki. A cukrász munka egyszerűsítésére olyan kiszolgáló vállalkozások alakultak, amelyek kisüzemek részére néhány szolgáltatást nyújtanak. Kialakultak azok a szolgáltatók is, akik a félkész alapanyagok szállítása mellett segédanyagokat, berendezéseket és szerszámokat is szállítanak a termelőknek (Siki és Tóth-Zsiga, 1997).

Napjainkban a fejlődés együtt jár a korszerű táplálkozást szolgáló készítmények megismerésével és megjelenésével. 2005-ös adatok szerint a cukrászok és szakácsok száma hazánkban összesen 30 000 fő körül mozog, a cukrászok száma ezen belül körülbelül 6 000 fő. A cukrászok indíthatnak saját vállalkozást, vagy dolgozhatnak alkalmazottként is. Dolgozhatnak kis- és mikro vállalkozásokban, ahol jellemzően 5-10 főt alkalmaznak, általában a tulajdonos mellett 3-4 szakképzetlen kisegítő van, ez a legelterjedtebb az országban. Saját cukrásszal rendelkeznek a nagyobb szállodák, itt 10-15 főt foglalkoztatnak, például az ötcillagos Corinthia Hotel Budapesten, mely saját cukrászdával várja vendégeit. A

harmadik típusú munkahely a cukrászüzem, ahol 50 főnél is több dolgozónak biztosítanak munkát. Ez utóbbiból viszonylag kevés van az országban. A harmadik típushoz sorolhatjuk a kézműves manufaktúrákat is, melyre kiváló példa a Szamos Marcipán Kft..

A kereskedelmi és vendéglátó-ipari ágazatban foglalkoztatottak száma kiemelkedik Budapesten és Pest megyében. A szakácsok és a cukrászok iránti kereslet az összes többi megyében is megjelenik, kiemelten a turisztikailag jelentős országrészekben és nagyobb városokban. A cukrászok iránti keresletet nagyban befolyásolja a turizmus és vendéglátó ipar növekedése. Az újonnan épülő, nagy vendégforgalmat bonyolító, magas színvonalú ellátást biztosító szállodák sok cukrásznak kínálnak elhelyezkedési lehetőséget. Szintén sok cukrászt foglalkoztatnak a turisztikai helyekre és városokra jellemző nagyszámú, kisméretű cukrászdák és fagyaltozók (Siki és Tóth-Zsiga, 1997).

1. táblázat: Cukrászdák számának változása, 2010

Év	Cukrászdák száma (db)	Változás (db)	Változás (előző év = 100%) (%)	Változás (2004=100%) (%)
2004	1850	-	-	100,0
2005	1847	-3	99,8	99,8
2006	1824	-23	98,8	98,6
2007	1745	-79	95,7	94,3
2008	1705	-40	97,7	92,2
2009	1541	-164	90,4	83,3

Forrás: KSH (2010)

Az 1. táblázat adatai szerint 2009. június 30-án összesen 1541 cukrászda volt Magyarországon. A számuk 10%-kal visszaesett az előző évi adatokhoz képest. 2004-től kezdődően egyre növekvő csökkenési tendencia mutatkozik, számuk 2009-re 309-cel kevesebbet mutat. A csökkenés mértéke 2009-tben erősödött meg, ekkor 164 cukrászdával kevesebbet regisztráltak Magyarországon.

A 2. táblázat szintén a cukrászdák számának változását mutatja, de már hónapokra lebontva. Az 1. táblázatban bemutatott növekvő csökkenési tendencia 2009 június 30-áig tartott. Ekkor jelentős növekedés figyelhető meg a cukrászdák számában. 2009. júliusától kezdődően megduplázódott számuk. A növekedésnek több oka is lehet, többek között a cukrászok egy része a műhely kapacitásának kihasználtsága érdekében újabb üzleteket nyitott, ezzel is növelve a cukrászdaszámot. A különböző édesipari termékeket forgalmazó üzletek felvették a cukrászda megnevezést, például fagyaltozók, pékségek, kávézók, melyek szintén

növelték az adatokat. Többen cukrászdai vállalkozás indításában látták a megoldást a jövedelem kiesésükre a gazdasági válságban. Ezen hirtelen alapított vállalkozások többsége rövid ideig marad fenn, általában 1-2 évig.

2. táblázat: Cukrászdák számának változása hónapra lebontva, 2010

Évek	Hónapok	Cukrászdák száma (db)	Változás (db)	Változás (előző év = 100%) (%)	Változás (2007=100%) (%)
2007	1-6.	1 763	-	-	100,0
	6-12.	1 745	-18	99,0	99,0
2008	1-6.	1 733	-12	99,3	98,3
	6-12.	1 705	-28	98,4	96,7
2009	1-6.	1 541	-164	90,4	87,4
	6-12.	3 108	1 567	201,7	176,3
2010	1-6.	3 371	263	108,5	191,2

Forrás: KSH (2010)

3. táblázat: Cukrászdák száma területi egységekre bontva, 2010

Területi egység	Cukrászdák száma (db)	Területi megoszlás (%)
Közép-Magyarország	568	36,86
ebből Budapest	321	-
Közép-Dunántúl	177	11,49
Nyugat-Dunántúl	129	8,37
Dél-Dunántúl	156	10,12
Észak-Magyarország	139	9,02
Észak-Alföld	174	11,29
Dél-Alföld	198	12,58
Összesen	1541	100,00

Forrás: KSH (2010)

Magyarország cukrászdáinak több mint az egyharmada Közép-Magyarország régióban összpontosul, erről a területről, ki kell emelni Budapestet mivel Közép-Magyarország cukrászdszámának több mint a fele ide koncentrálódik, ezt jól szemlélteti a 3. táblázat. A bővülés is főként erre a régióra koncentrálódik, ahol a vizsgált vendéglátóhelyek száma növekvő tendenciát mutat. A legkevesebb cukrászda az Észak-Alföld régióban található.

4. táblázat: Cukrászdák számának alakulása a kiemelt üdülőkörzetekben, 2010

Kiemelt üdülőkörzetek	Cukrászdák száma (db)	Területi megoszlás (%)
Budapest	321	50,8
Balaton	89	13,9
ebből part menti települések	73	11,4
Dunakanyar	81	12,6
Mátra-Bükk	62	9,7
Mecsek és Villány	37	5,8
Sopron-Kőszeg hegyalja	26	4,1
Tisza-tó	10	1,6
Velencei-tó – Vértes	15	2,3
Kiemelt üdülőkörzetek összesen	641	100,0
Egyéb üdülőkörzetek	900	-

Forrás: KSH (2010)

A 4. táblázat főként turisztikai szempontból csoportosítja a vendéglátóhelyeket. Itt is jól látszik, hogy az idegenforgalmilag frekvenciált helyekhez magasabb cukrászdaszám párosul. Budapest, Balaton illetve a Dunakanyar van vezető pozícióban.

Nemzetközi tekintetben nem találtam cukrászda számra vonatkozó összefoglaló adatokat, ez abból is adódhat, hogy a külföldi cukrászdák jellege eltér a magyartól. Az angol „confectionery” szó, sokkal tágabban értelmezett, mint magyarul a „cukrászat”. Ebbe beletartoznak például a nagyobb élelmiszer- csokoládégyártó cégek, kávézók, pékségek stb.

5. táblázat: A top 5 nemzetközi édességgyártó cég

Édesipari cég megnevezése	Nettó bevétel (milliárd USD)	Dolgozók száma (fő)	Gyárak száma világszerte (db)
Mars Inc. (Virginia USA)	16,50	65 000	1 353
Nestlé SA (Vevey, Switzerland)	11,39	283 000	4 563
Ferrero Group (Piedmont, Italy)	8,99	21 600	18
Candbury PLC (London UK)	8,81	47 000	64
Kraft Food Co. (Illinois, USA)	8,33	98 000	1 683

Forrás: I8

Nemzetközi tekintetben piacvezető a Mars élelmiszer-, édességgyártó cég, mely Magyarországon is képviselteti magát 1990 óta (5. táblázat). Hazánkban jelenleg több mint

800 főt foglalkoztat, állateledel, élelmiszer csokoládé és édesség tekintetében képviselteti magát a piacon. Legfőbb termékei melyeket hazánkban gyártanak a Pedigree, Whiskas, Kitekat, Uncle Bens. A Mars cég példájából is jól látszik, hogy ezen vállalatok többsége az édességek mellett számos más terméket is előállít.

6. táblázat: A kereskedelmi vendéglátóhelyek forgalma, 2010

Év	Kereskedelmi vendéglátóhelyek forgalma (millió Ft)	Változás (előző év = 100%) (%)	Változás (2007=100%) (%)
2001	369 999	-	100
2002	421 513	113,92	113,92
2003	443 077	105,12	119,75
2004	496 785	112,12	134,27
2005	567 047	114,14	153,26
2006	565 089	99,65	152,73
2007	586 580	103,80	158,54
2008	598 032	101,95	161,63
2009	587 476	98,23	158,78
2010	595 366	101,34	160,91

Forrás: KSH (2010)

A vendéglátóhelyek bevételein is jól tükröződik a gazdasági válság hatása (6. táblázat). 2008-ról 2009-re több mint 10 milliárdos forgalom visszaesésről beszélgetünk, később pedig a 2010-es értékek sem érték el a 2008-as adatokat, még mindig közel 3 milliárdos a forgalom csökkenés. A cukrászdák a kereskedelmi vendéglátóhelyek közé tartoznak, ide tartoznak még az éttermek, büfék, italüzletek és zenés szórakozóhelyek, a bevétel ennek arányában oszlik meg.

A kézműves cukrászat jelenlegi helyzetéről megoszlanak a vélemények. A legnagyobb problémaként többen a szakképzési rendszert említik. Több korosztály fejezi be úgy tanulmányait, hogy egyetlen egyszer sem dolgozik magas színvonalú alapanyagokkal, sosem látnak, vagy használnak valódi csokoládét vagy minőségi vaját. Kijelenthető, hogy a szakma nem tud továbblépni szakoktatás nélkül.

2011 márciusában került sor egy szakmai konferenciára Cegléden, ahol a szakma nagyjai, szakoktatók és tanulók tartottak tanácskozást a cukrászat jelenéről és jövőjéről. A diákoknak lehetősége volt találkozni a szakma kiválóságaival, beszélgetni, kérdezni, tapasztalatot cserélni. Pataki János, a Nemzetközi Cukrász Szövetség elnöke bemutatta a

hazai helyzetet és kitért a hamarosan megváltozó szak- és szakmunkásképzésre is, ami minden bizonnyal hatással lesz a cukrászoktatásra is (I2).

Több szakmabeli a fogyasztókat is felelőssé teszi a negatív változásokért. A magyar vásárlók első és legfontosabb szempontja az ár, háttérbe szorul a minőség és a magyar márka iránti elkötelezettség. Ilyen feltételek mellett viszont egy minőségi cukrászdába való befektetés pénzügyileg nem kimondottan vonzó, hiszen a megtérülés elhúzódik.

A sötétnek látszó kép ellenére a cukrászok próbálnak optimisták maradni. Úgy vélik, legrosszabb esetben 10 évet kell várni a valódi minőséget kereső fizetőképes kereslet kialakulására (Kádár, 2010).

2.2 A magyar élelmiszerkereskedelem múltja és jelene

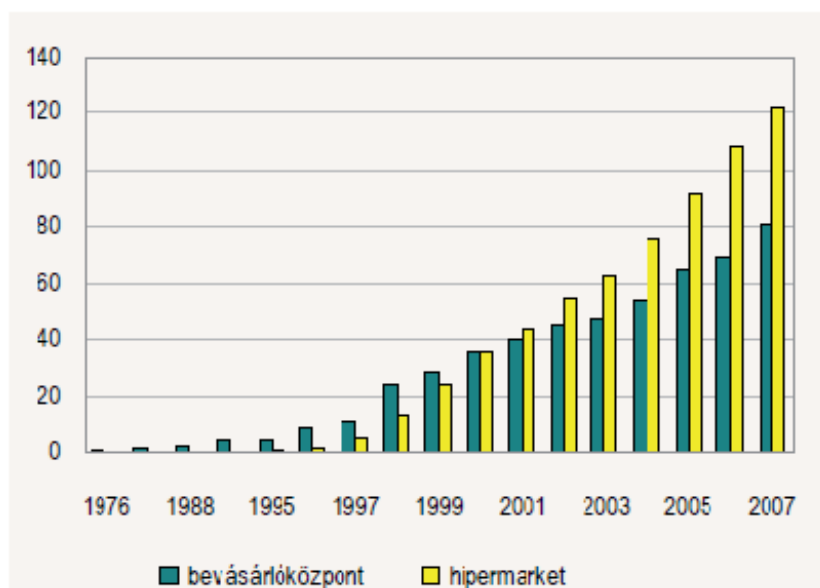
A következőkben térjünk át a magyar élelmiszerkereskedelem komplexebb vizsgálatára. Az ezredfordulón a szakemberek újabb külföldi cégek betörését várták a piacra, mint például az Ahold, Aldi, Wal-Mart, Carrefour-Promodés. Ezen túl növekedést vártak a kereskedelmi márkák szerepében is, ami az iparra nagyobb nyomást eredményez. Ez kedvezőtlenül hat a termelőkre, főként az alacsony árak miatt. Úgy gondolták, hogy az elkövetkezendő években kiemelt szerepet kap a logisztika. Láncreakciószerűen indul el az élelmiszerkereskedelmi logisztika fejlődése a multinacionális láncok magyarországi megjelenésével

2000-ben az élelmiszerkereskedelem struktúráját az alábbiak szerint képzelték el:(Stauder, 2000):

- 1) Nagy nemzetközi élelmiszerláncok
- 2) Regionális magyar láncok
- 3) Beszerzési társulások
- 4) Önálló közepes és nagy élelmiszerboltok
- 5) Cash&Carry boltok
- 6) Továbbá:
 - a. Speciális boltláncok, például illatszer profillal
 - b. Kényelmi boltok, például benzinkút-shopok
 - c. Kioszk láncok

Az akkori elképzelések többsége napjainkra megvalósult. 2009-ben négy nagy nemzetközi cég képviselteti magát hazánkban az FMCG-kiskereskedelmi piacon: Tesco, Interspar, Auchan, Cora. „Fast Moving Consumer Goods” vagyis magyarra fordítva a gyorsan

forgó fogyasztási cikkek kiskereskedelme. Olyan termékek találhatók meg kínálatukban melyek szavatossági ideje rövid, és készletértékük naponta változik. Főként élelmiszerek, élvezeti cikkek és dohányárúk tartoznak ide. A Tesco rendelkezik a legtöbb üzlettel és legnagyobb forgalommal. 1996-ban nyitotta meg kapuit Budapesten, jelenleg 89 üzletet üzemeltet és a magyarországi hipermarketek 65%-át ő birtokolja. Az Interspar üzletszámát tekintve a második helyen szerepel, első üzletét 1995-ben nyitotta, mára 29 hipermarketet tartozik hozzá. A harmadik legtöbb üzlettel rendelkező és második legnagyobb forgalmat lebonyolító lánc az Auchan. Első üzletét 1998-ban nyitotta, jelenleg 11 hipermarketet üzemeltet. Utóbbi időben a forgalomnövelésre koncentrált új áruházak nyitása helyett. 2009 elején a Cora volt a legkisebb a magyar kiskereskedelmi piacon. 1997-ben nyitotta meg első üzletét, manapság 7 üzlettel rendelkezik. Üzleteinek száma nem változott 2004 óta, 3 üzlete van Budapesten és 4 az ország keleti részében (Sárközy, 2009).



1. ábra: A bevásárlóközpontok és hipermarketek alakulása (1976-2007)

Forrás: KSH (2008)

Magyarországon az elmúlt években egyre nagyobb mértékben terjeszkedtek a hipermarketek és bevásárlóközpontok, így a kiskereskedelem lényeges és kihagyhatatlan tényezőivé váltak. Ahogy az *1. ábra* is jól mutatja, a bevásárlóközpontok száma évről évre változik, 1997-től ugrásszerűen megnövekedtek. A cukrászipar szempontjából is számtalan lehetőség és akadály rejlik bennük. Gondoljunk először a bevásárlóközpontokra, általában minden plázában megtalálható egy kávézó, mely kis választékban, de kínál süteményeket és

fagylaltokat. Cukrászdák számára igen jó lehetőség itt üzletet létesíteni, mivel nagy a látogatottságuk. A legnagyobb hátrányuk viszont a magas bérleti díj, kezdő vállalkozás számára szinte lehetetlen ezt megfizetni.

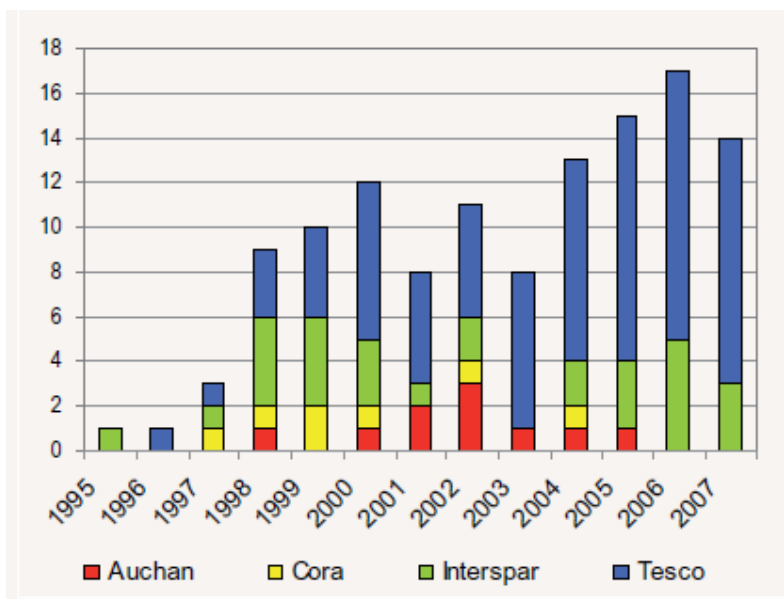
1976-ban nyílt meg az első bevásárlóközpont Budapesten, „mindent egy helyen” elv alapján, széles árukészlettel, megszokott áruházi jelleggel próbálta megnyerni magának a vásárlókat. Közel 20 év telt el, s az új típusú több tízezer négyzetméteres bevásárlóközpontok megkezdték hódító útjukat. A felépülő bevásárlóközpontok már kettős szerepet tölthettek be, igyekeztek megfelelni az elvárásoknak és az új kihívásoknak, az állandóan változó vásárlási és szórakozási szokásoknak, valamint a szabadidő-eltöltési lehetőségek széles skálájával a vásárlási körülményeket még inkább vonzóbbá tenni. 1996 végéig mindössze 9 bevásárlóközpontot tartottak számon, ebből 1 működött a fővároson kívül, de számuk az elkövetkezendő 4 évben megnégyszereződött. A budapesti beruházások mellett, folyamatosan épültek az ország különböző pontjain ilyen komplexumok, ezekkel együtt 2000 végére közel annyi pláza működött Budapesten (19), mint a fővároson kívül (17). A következő 6 évben számuk mellett új értékesítési formával is gyarapodtak a bevásárlóközpontok. Ekkor nyíltak meg az első outletcenterek (GL Outlet, Premier Outlet Center, Buy-Way) strip mall-ok (Stop.Shop-bevásárlóközpontok, Family Centerek) és szakosodott bevásárlóközpontok, melyek szintén otthont adhatnak egy-egy cukrászdának vagy kávézónak (Material Center Építő és Design Center, Max City, Home Center). 2007-ben ismét több nagy alapterületű komplexummal bővült a hazai kiskereskedelem, ebben az évben 11 nyílt, így számuk az év végére 81-re emelkedett (KSH, 2008).

1995-től számítjuk a hipermarketek megjelenését, ekkor nyílt meg Győrben az első Interspar. Ugrásszerűen bővült állományuk a következő 5 évben. 2000 végére számuk megegyezett a bevásárlóközpontokéval (36), de területi elhelyezkedésük kiegyenlítettebb képet mutatott. Közép-Magyarországra összpontosult a hipermarketek több mint egyharmada, de a többi régió is átlagosan 4 egységgel részesedett. A hipermarketek terjeszkedése 2001-2005 között is folytatódott, számuk 91-re emelkedett, 2007-re elérte a 122-t.

Koncentráció jegyei itt is megfigyelhetők, a legtöbb hipermarket Budapesten (18) és Pest megyében (17) volt 2007-ben. Ezzel szemben voltak olyan megyék az országban (Nógrád, Heves és Somogy) ahol csupán 1-2 hipermarket állt a vásárlók rendelkezésére. 2007-ben 17 olyan hipermarket nyitotta meg kapuit mely valamilyen bevásárlóközpontban volt megtalálható, ezek közül 8 működött Budapesten (KSH, 2008).

A hipermarketek legintenzívebb térhódítása 2006-ban volt megfigyelhető, ekkor összesen 17 új egység nyílt meg, ez a lendület 2007-ben is kitartott, ismét nagyfokú

terjeszkedés indult, 14 új hipermarketekkel bővült a hazai piac (2. ábra). 2007 végére a legtöbb áruházzal a Tesco és Interspar rendelkezett (KSH, 2008).



2. ábra: Az újonnan megnyitott hipermarketek számának alakulása évenként (1995-2007)

Forrás: KSH (2008)

A cukrászvállalkozóknak lehetőségük van a hipermarketekbe beszállítani, de ennek számos feltétele van. A beszállítóknak széles termékskálát kell összeállítani, amiből ezek a vállalatok csak kevesebb terméket választanak ki, rendelkezniük kell a megfelelő dokumentumokkal, többek között: HACCP, gyártmánylapok, akkreditált labori termékvizsgálat, banki igazolások, szállítási feltételek biztosítása stb. Általában a helyi vállalkozókat részesítik előnybe, ami egy kis létszámú településen a beszállítónak hátrányos. A vállalkozó által meghatározott árakat felülvizsgálják, ezeket nem minden esetben fogadják el, alacsonyabb árat kérnek, melyet a beszállító kénytelen elfogadni. A vállalkozókra terhelik továbbá a belistázási díjat, polcpénzt, reklámköltség-hozzájárulást stb., ez kb. a havi forgalom 10%-át is meghaladhatja. Továbbá ha az adott termék szavatossági ideje lejár és nem fogy el, akkor a vállalkozó köteles visszavenni azt. Ilyen feltételek mellett a cukrászok nem tudják vállalni a beszállítást. Ezek a problémák, nem csak ezt az ágazatot érintik, hasonló a helyzet a baromfi egységnél is. Aszimmetrikus érdekérvényesítés jellemző itt is a gyártói és kereskedői oldal között. Megjelenik a beszerzési ár alatti értékesítés, kiszolgáltatott helyzetben vannak a beszállítók, nem mernek fellépni az ilyen árképzés ellen, pozíciójukat nem merik kockára

tenni. Erre a kereskedelmi oldalról gyakran hallott válasz: „Nem kell ide beszállítani, külföldről is meg lehet oldani a beszerzést.” A beszállítók által fizetett díjak és ezek jogcíme a kereskedők határtalan kreativitásának eredménye, például jubileumi hozzájárulás, kóstoltatási díj, születésnap, arculatváltási hozzájárulás, polcrendező díj és még sorolhatnám. Ezen visszatérítések mértéke elérheti a beszerzési ár 40%-át is (Tóthné, 2007).

Szabályozott versenyhelyzetben tevékenykednek a kereskedelmi hálózatok az Európai Unió több országában. Saját áraikat az azonos kategóriájú kereskedelmi társaság áraihoz hasonlítják. Ezzel szemben Magyarországon mindenki versenyez mindenkivel, vagyis a hipermarket hálózat a független kis bolthálózat áraihoz is igazítja árait (Tóthné, 2007).

2.3. Kereskedelem és beszállítók kapcsolatának változásai

Az utóbbi években, a magyar élelmiszerkereskedelemben, rendkívüli mértékű növekedést mutatott a kereskedelmi láncok piaci részesedése, ezen belül főként a külföldi tulajdonú láncoké. A láncok közvetlen és központi beszerzés, raktározás és disztribúció miatt „kikapcsolták” az élelmiszer nagykereskedelmet; ezek az eltolódások alapjaiban változtatták meg a régi rendszert (Stauder, 2000).

Az élelmiszeripar és élelmiszerkereskedelem kapcsolata radikálisan megváltozott a láncok térnyerésével. Többnyire nem egyenrangú partnerként állnak egymással szemben a kereskedelmi láncok és élelmiszertermelők, az egyik fél általában domináns pozícióban van. A kereskedelmi láncok főként az adott termék kategória forgalmazásában érdekeltek, a márkák, minőség és származás háttérbe szorulnak. Élelmiszertermékek nagy része egymással helyettesíthető, ezáltal a kereskedelmi láncok diktáló pozíciója jut a leggyakrabban érvényre. A nagy multinacionális kereskedelmi láncok beszállítói körükből főként a szétaprózódott termék választékuk miatt esnek ki a kisebb hazai vállalkozók (Stauder, 2000).

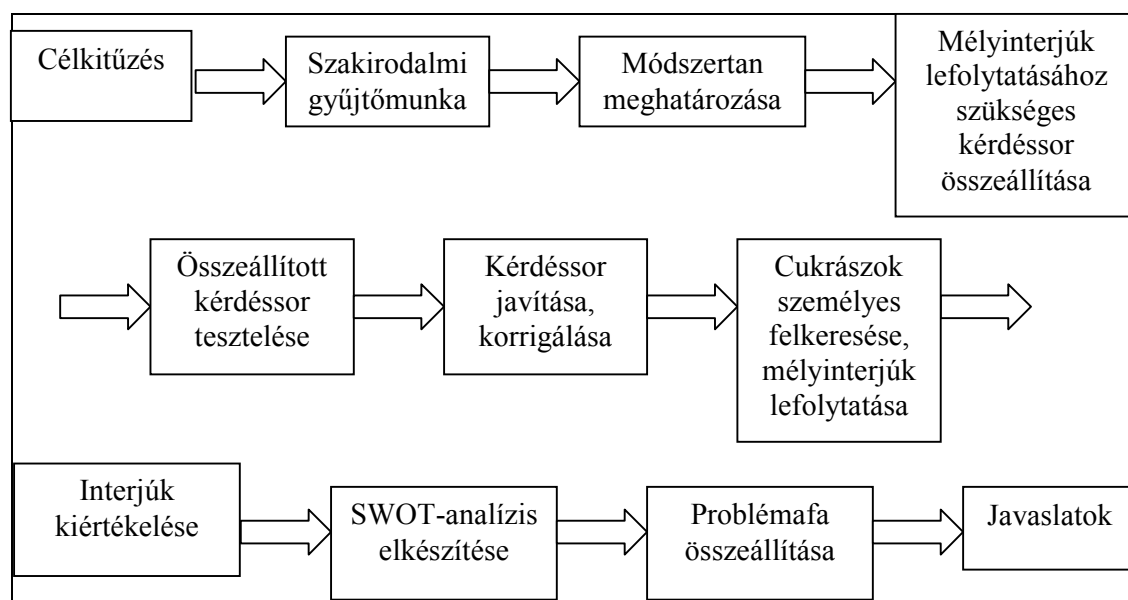
Ahogy már feljebb is említettem, a változások miatt az élelmiszeripar felé irányuló elvárások fokozatosan nőttek, az élelmiszeriparnak teljesen új gondolkodásmóddal, fogalmakkal, feladatokkal kell szembenéznie. Addig ismeretlen fogalmakon – belistázási díj, polcpénz, reklámköltség-hozzájárulás – túl a beszállítók elé igen magasra állítják a mércét a szállítások ütemezésével, pontosságával, megbízhatóságával, áruk minőségével, kereskedelemnek megfelelő csomagolásával illetően. Ezzel párhuzamosan a láncok mindent megtesznek erőpozíciójuk kihasználása érdekében az árak, az értékesítési kondíciók és fizetési feltételek terén (Stauder, 2000).

Az élelmiszeripari termelők között sajátos, új típusú verseny alakult ki. Olyan tényezőkre is figyelmet kell fordítani, mint polcfedezet, áruk forgási sebessége a polcokon, stb. Az élelmiszertermelők körében ezek az újítások kezdetben sokkoló hatást váltottak ki. A multinacionális cégek terjedésével rá kellett jönnie a hazai élelmiszeriparnak, hogy ezek a láncok olyan elemei a hazai piacnak, melyekkel meg kell találniuk az együttműködés lehetőségeit, partnerként tekintve ezeket a szerveződéseknek. Pozitívum, hogy a kezdeti évekhez képest enyhültek a beszállítókkal szembeni elvárások, hiszen nekik sem volt érdekük a termelők ellehetetlenítése (Stauder, 2000).

3. ANYAG ÉS MÓDSZER

A cukrásszattal kapcsolatos szakirodalmak többsége tankönyvszerű, technológiai szakkönyvek. Ez nehezíti a történeti kutatásokat, elsősorban az édes-, sütő- és térsztaipari írások álltak rendelkezésemre. A mai helyzet felmérése még nehezebb feladat volt. Hiányoznak a szakmai szervezetek, melyek adatokkal szolgálhatnának. Főként szaklapokból, szakdolgozatokból, interjúkból kaptam képet a cukrászipar jelenlegi helyzetéről. A multinacionális cégek feltérképezése már könnyebb feladat volt, itt számos irodalmat, statisztikai adatot találtam a témában. A legtöbb és leghitelesebb adatot interjúk során lehet megszerezni.

Ahogy a 3. ábrán is megjelenik, célkitűzéseimhez konkrét feladatokat rendeltem. Első lépésben szekunder adatgyűjtést végeztem, KSH, EUROSTAT adatokat gyűjtöttem és elemeztem, cikket és szakirodalmakat dolgoztam fel. A következő lépésben megterveztem a primer vizsgálatot, összeállítottam a mélyinterjúk lefolytatásához szükséges kérdéscsoportokat, melyet előzőleg nem küldtem el az interjúalanyoknak, ezzel is segítve a szubjektív vélemény kialakulását, ezeket a kérdéseket leteszteltem, majd javítottam.



3. ábra: A kutatómunka lefolytatásának felépítése

Forrás: Saját szerkesztés

Kutatásom során a szakma által elismert cukrászokat személyesen felkerestem, velük mélyinterjúkat készítettem, ezek időtartamai kb. 20-60 perc volt, melyekről hangfelvételt készítettem. Az általuk megfogalmazott javaslatok és problémák alapján elkészítettem az ágazat SWOT-analízisét. Amely rávilágított az ágazat legnagyobb problémáira és legerősebb területeire is. Ezek után következett a problémafa elkészítése. Végül pedig javaslatokat tettem ezen problémakörök megoldására.

Azért választottam a mélyinterjú kutatási módszert, mivel így sokkal mélyebb és nagyobb információ tömeghez jutottam. A szakemberekkel való beszélgetések során közvetlenül gyűjtöttem a szükséges adatokat. A kvalitatív kutatások egyik alapszere, a fókuszcsoportos vizsgálatok mellett. Legfőképp akkor alkalmazzuk, ha egyedi gondolkodásmódból, szemléletből a legmélyebb szintű értékelést szeretnénk megkapni. Fókuszcsoportos vizsgálattal szemben akkor ajánlott, ha ki akarjuk zárni a társas viselkedés, befolyás lehetőségét. „A mélyinterjú eszköz mellyel elérjük, hogy kérdeztünk verbálisan, szóbelileg leképeződik, idegen hozzászólás nélkül.” Mélyinterjú során két ember nyilvánul meg, ők beszélgetnek. Közülük az egyik – a kérdező – csak egy eszköz. Ezt az eszközt a feldolgozás során ki kell vonni az anyagból, hogy a válaszadó tisztán önmaga lehessen. A kérdező kizárólag jelenlétével, némi semleges szóbeli megnyilvánulással ösztönzi beszédre a vizsgált személyt, valamit észrevehetetlenül irányítja a beszélgetést (Heltai és Tarjányi, 1999).

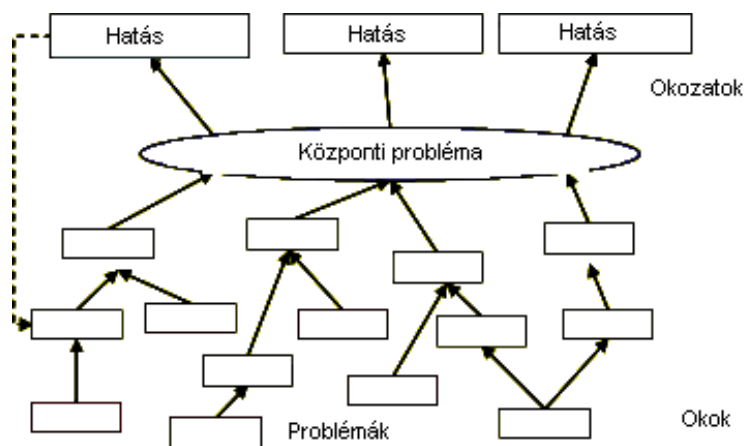


4. ábra: SWOT analízis

Forrás: Saját szerkesztés

A sokféle helyzetfeltáró módszer közül leggyakrabban a SWOT analízist használják. Ezt a 4. ábra szemlélteti. Első lépésben számba kell vegyük a vizsgált terület, vagyis a cukrászipar legfontosabb jellemzőit – erősségek, gyengeségek, lehetőségek és veszélyek

kategóriákba csoportosítjuk. Erősségként a rendelkezésre álló erőforrások és kedvező belső feltételek jelennek meg, gyengeségként, pedig az ellentétek. Lehetőségekként olyan kedvező feltételek kerülnek előtérbe, melyek pozitív irányba befolyásolhatják az adott terület helyzetét. Kedvezőtlen külső feltételrendszerrel jellemezhetőek a veszélyek. Ezután az egyes kategóriákba tartozó információkat elhelyezzük egy koordináta-rendszerhez hasonló táblázatban, így feltárulnak a stratégia meghatározásához nélkülözhetetlen pontok. Offenzív jellegű stratégiát akkor érdemes tervezni, ha megvannak az erőforrásaink és a kedvező külső körülmények. Csak jól meghatározott preferencia sorrend alapján lehet változásokat tenni a lehetőségek és gyengeségek találkozásánál. A gyengeségek és a kedvezőtlen külső körülmények által meghatározott területen az a legjobb stratégia, ha nem veszítjük el erőforrásokat e terület fejlesztésére, a lépítés a legcélszerűbb. Nagy körültekintést igényel a veszélyek és erősségek közös területére eső fejlesztések, akkor érdemes ezekkel a területekkel foglalkozni, ha az offenzív stratégiát igénylő területek nem léteznek. A SWOT elemzésből levezethető stratégiákat mérlegelni kell kockázati tényezők alapján is, ami elengedhetetlen része a helyzetelemzésnek (Nagy és Szűcs, 2004).



5. ábra: Problémafa

Forrás: Szűcs et al (2005)

A helyzetértékelés második szakaszában végeztem el a konkrét a problémák feltárását és elemzését, így részletes képet kaptam a vizsgált terület aktuális problémáiról és az azok között lévő ok-okozati kapcsolatról. Itt elsősorban a SWOT analízis által kimutatott veszélyeket és hátrányokat mérlegeltem. Ezután következett a problémafa elkészítése (5. ábra). Itt az egymással logikai kapcsolatban álló elemek, alulról felfelé mutatják a köztük lévő ok-okozati kapcsolatokat. Összeállításához első lépésben, számításba vettem az előzőek

alapján, a vizsgált területhez kapcsolódó vélt illetve valós problémákat. Második lépésben az egyes problémák között lévő ok-okozati kapcsolatokat tártam fel, majd ezeket egy rendszer szerint csoportosítottam, így kaptam meg a problémafát. Ez egy ágakra bomló fastruktúra, amely megmutatja a területen mutatkozó ok-okozati összefüggéseket, rávilágít arra, hogy a részproblémák hogyan függenek össze a fő-, központi problémával, így az elemzések során világos és egyértelmű képet kaphatunk a cukrászipar legfőbb és legaktuálisabb problémáiról (Grasselli és Szűcs, 2007).

4. EREDMÉNYEK ÉS AZOK ÉRTÉKELÉSE

4.1 A mélyinterjúk kiértékelése

Az általam felkeresett cukrászdák és cukrászok főként Magyarország keleti felén helyezkednek el, illetve Budapesten. Debrecenben három, Budapesten kettő, Érden, Békésen, Békéscsabán, Gyulán, illetve Szeghalmon egy interjút készítettem (7. táblázat). Nem csak területileg különböznek a vállalkozások, hanem a méretük is eltérő. Megtalálható közöttük az egyszemélyes vállalkozástól kezdve a több mint száz embert foglalkoztató vendéglátóhely is.

7. táblázat: Interjúalanyok

Név	Város	Cukrászda neve
Balogh István	Debrecen	Mignon Cukrászda
Balogh László	Gyula	Kézműves Cukrászda
Csordás László	Debrecen	Mandula Cukrászda
Fehér György	Békéscsaba	-
Gara Gyula	Debrecen	Gara Cukrászda
Horváth Ferenc	Budapest	Horváth Cukrászda
Juhász Zoltán	Békés	Juhász Cukrászda
Ladányi László	Szeghalom	Ladányi Cukrászda
Pataki János	Érd	Pataki Cukrászda
Zila László	Budapest	Krisztina Cukrászda

Forrás: Saját szerkesztés

A következő alfejezetekben az ágazat helyzetének értékelését taglalom az interjú alanyok által elmondottak alapján. Elsőként a kézműves cukrászipar jelenlegi helyzetét fogom bemutatni, a piac alakulását, majd ezek után áttérek az ágazat problémáira, különös tekintettel a oktatási problémákra, gazdasági környezetre illetve a technológia és alapanyag felhasználásra. Szintén ezekben az alfejezetekben térek ki az ágazat lehetőségeire és jövőbeli kilátásaira.

4.1.1 A piac alakulása

Az elmúlt években csökkent a hazai cukrászok forgalma. A probléma nagyon összetett, a 2008-as gazdasági válságtól kezdve, a feketegazdaságon át, oktatási problémák,

kiszámíthatatlan politikai helyzet stb. nehezíti napról napra a cukrászok helyzetét. Pataki (2012) szerint a válság érzékenyen érintette az ipart, a válság begyűrűzésekor úgy gondolta a szakma, hogy a fogyasztók a nehéz gazdasági helyzetben sem mondanak le az édességekről. A hagyományok alapján „a magyar egy igen édesszájú nemzet”, a cukrászszakma átvészelte a háborúkat, válságok idején sem mondtak le az emberek az édes ízekről, ez esetben most megdőlni látszik az elmélet, mivel a piacon megjelentek a multinacionális kereskedelmi láncok, melyek megváltoztatták az erőviszonyokat. A jelenlegi gazdasági környezetben a családok a legkisebb luxusnak számító termékekről is kénytelenek lemondani. Míg régebben megszokott vasárnap délutáni program volt egy-egy cukrászda meglátogatása, süteményezés, fagylaltozás vagy akár csak kávézás, manapság ez háttérbe szorult. A bevásárlóközpontok térnyerésével elérhetővé váltak az alacsony értékű és minőségű sütemények, melyeket a nagybevásárlások során meg lehet vásárolni, mellyel időt és pénzt takarítanak meg. Az áruházak és bevásárlóközpontok fokozatosan kezdik átvenni a cukrászda szerepét a nehéz gazdasági helyzetben, mivel olcsóbb árakon kínálják édesipari termékeiket.

A beszélgetések során kiderült, hogy a cukrászok között többen álltak kapcsolatban multinacionális cégekkel, ezt a kapcsolatot mára már megszakították az előnytelen feltételek és helyzet miatt. Ezekre a negatív feltételekre a korábbiakban már a baromfi ágazattal kapcsolatban kitértem például, belistázási díj, polcpénz, reklámköltség-hozzájárulás fizetése. Többségük, se ellenséget, se lehetőséget nem lát bennük, de azt mindannyian megerősítették, hogy számukra egy piacrontó tényező.

Balogh (2012b) két évig állt velük beszállítói kapcsolatban, melyet ő szakított meg, mivel úgy látta, hogy ezeken a helyeken nem erre a minőségre van szükség. A tárgyalási feltételek a kisvállalkozások számára hátrányosak. Ezek után úgy gondolta, hogy nem engedhetik meg, hogy a vállalkozásukat ez a kapcsolat ennyire befolyásolja, felmondták a szerződést, ami után változtak a feltételek. Ladányi (2011) is hasonló tapasztalatokról számolt be, szintén üzletláncba szállított, ez sem volt pozitív, ennek ellenére nem lát bennük ellenséget. Szerinte azok számára jelent lehetőséget, akik ezzel a kereskedelmi móddal tudnak azonosulni. Mivel az árakat az adott multinacionális cég határozza meg, így egy bizonyos szintig lehet elmenni a minőségben, a mennyiség is ez által behatárolt. Pozitív és negatív oldaluk is van. Lát bennük lehetőséget más termékek tekintetében, de a cukrászok esélyeit összességében gyengítik. Mivel konkrét árakat határoznak meg, így a minőséget tompítják, mennyiséget behatárolják, mert visszárut tartanak fenn, ami nem fogy el azt a beszállító köteles visszavenni, ők kockázatot nem vállalnak, beszállítói oldal különösen problémás, főként ezeknél a rövidebb szavatosságú termékeknél. A hosszabb szavatosságú árukkal

kapcsolatban már valamivel nagyobb lehetőségek mutatkoznak, például az előre gyártott, félkész fagyasztott pogácsák, rétesek melyeket otthon sütnek meg a háziasszonyok.

Ezzel szemben Gara (2011) egyértelműen ellenséget lát ezekben a cégekben, mivel ők kiemelt kedvezményeket kapnak az államtól több tekintetben is. Ár alá tudnak menni, mivel ezek a vállalatok nem a hagyományos kézműves cukrászatot művelik, porból készítenek süteményeket. Olcsó áraikkal csábítják a vevőket, akik megveszik a mindennapi élelmiszereket, húst, a kenyeret és még a süteményt is, az a vásárló már nem fogja felkeresni a helyi cukrászdát. Ez a cukrászok számára hátrány, ezzel nem tudnak konkurálni. Nagyban szükséges a probléma megoldásához az, hogy a vendég észrevegye a két termék közötti minőségi különbséget. Juhász (2012) nagy vetélytársnak tekinti ezeket a vállalatokat, de szerinte a cukrászoknak van egy nagy előnyük a hipermarketekkel szemben. Össze sem lehet hasonlítani, amikor egy kisvállalkozó áll kapcsolatban egy vendéggel, a cukrászdákban vendégül látják a vásárlókat, élmény lehet az ott töltött idő.

Csordás (2011) egyik legfőbb problémának azt tartja, hogy olyan helyeken forgalmaznak süteményeket, ahol előtte ez elképzelhetetlen volt. Olyan széles körben árusítanak cukrásztermékeket, ez ugyanúgy a fagyalatra is érvényes, a jégkrémeket is ma már szinte mindenhol meg lehet találni, nagyon nagy a kínálat a különböző multinacionális cégeknél is. Ezeknek a termékeknek a minőségüket össze sem lehet hasonlítani a kézműves termékekkel.

Pataki (2012) szerint „A multiknak nem az a dolga, hogy a mindennapi élelmiszerekkel ellássa a piacot, elláthatja, beszállíthat pékségekből, de nem neki kell, hogy előállítsa azokat. Ezeknek a vállalatoknak elosztó szerepet kellene vállalniuk, nem pedig termelőit, amíg ebben nem tudunk rendet tenni, nem tudunk előrébb lépni. Sose fogunk egy oldalon állni ezekkel a cégekkel mivel, sem a minőségre, sem a színvonalra nem figyelnek, kizárólag a profit a cél.”

Fehér (2012) úgy véli, hogy a pék szakma is hátráltatja a cukrászokat, nem maradtak meg a kiflinél, kenyérnél és zsömlénél, hanem igenis készítik a süteményeket, édes termékeket is, ami rontja a cukrászatot. Ezalatt azt értem, hogy silányabb minőséget gyártanak, ami presztízsrontás a cukrászoknak, illetve a piaci versenyt is befolyásolják. Előnyük az talán, hogy sok üzletük van, sok üzletbe szállítanak, gyorsan melegen frissen kínálják árujukat. Ahogy ők felléptek, elkezdtek dolgozni, beleolvadtak kissé a cukrász szakmába.

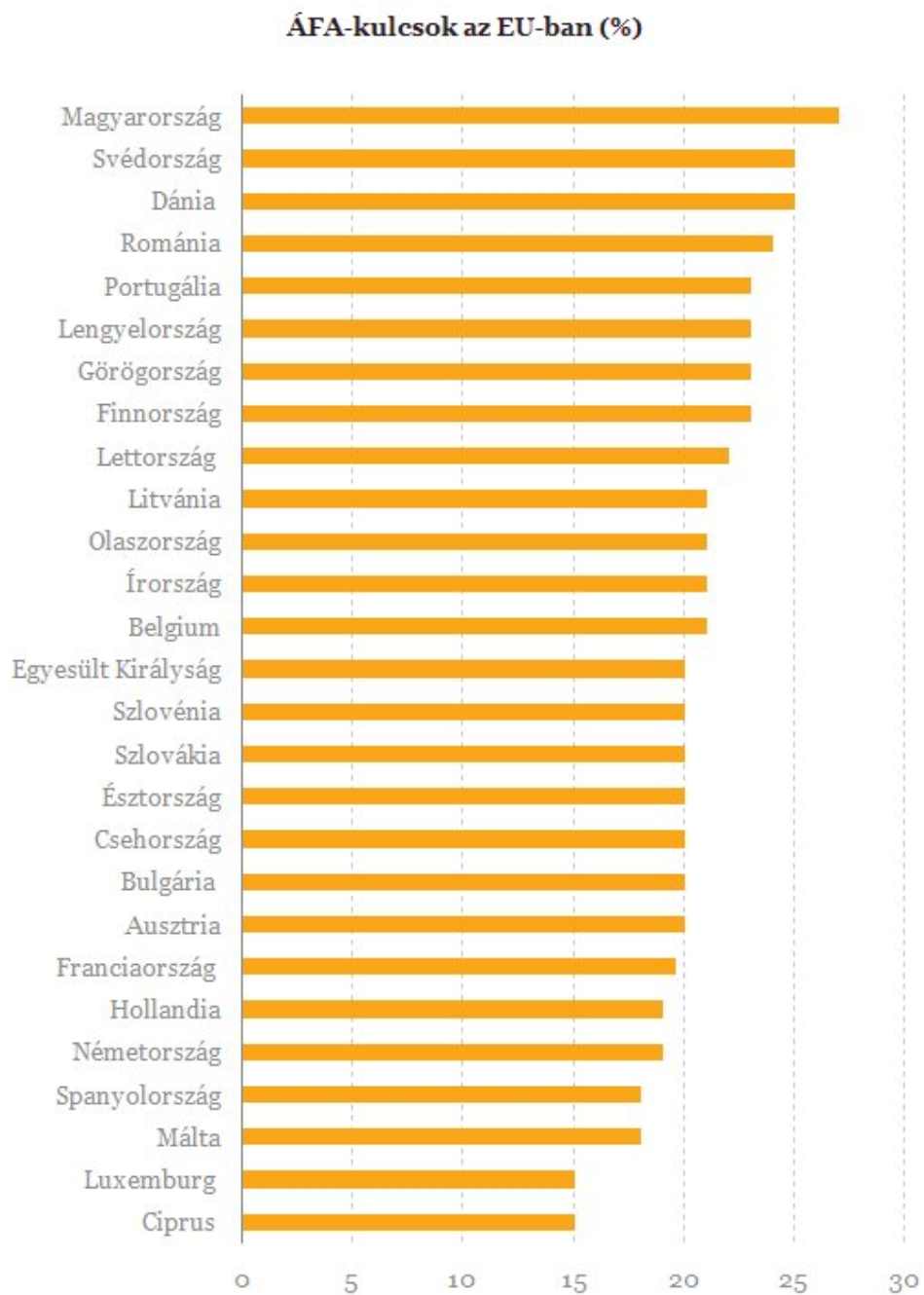
4.1.2. A gazdasági környezet és az azt befolyásoló tényezők

A jelenlegi gazdasági környezetben kevesebben engedheti meg maguknak ezt a fajta „luxust”, számuk csökkent, de még mindig jelen vannak a piacon. A cukrászok abban bíznak, hogy ha a gazdasági helyzet stabilizálódik, újra megnő a kereslet a termékeik iránt, addig is minőséggel, vendégszeretettel próbálják megtartani vendégeiket.

Balogh (2012b) is úgy gondolja, hogy a cukrász kisiparnak, mint ahogy Nyugat Európában is, van jövője. Az átmeneti nehézségek ellenére is úgy gondolja, hogy ha a jó minőségű alapanyagok mellé jó szaktudás párosul, akkor a jövőben nem kell aggódnia az ágazatnak. Vannak rosszabb periódusok, jelenleg kívülálló okok miatt van most ilyen helyzetben az ágazat. Nem csak a cukrásziparban vannak problémák, hanem az egész országba, teljes gazdasági életben. A munkanélküliség hatása érezhető, mely a vásárlóerőre is kihat. Azokra az emberekre, akik egyik pillanatról a másikra veszítik el a munkájukat, nem számíthatnak, mint vásárló. Ebben az időszakban az lenne a legrosszabb döntés, ha a minőség csökkentésével, rossz alapanyagokból, gyenge minőségű termékeket állítanak elő.

Ez a gazdasági helyzet senkinek sem kedvező, Pataki (2012) szerint a gazdaság a politika befolyása alatt áll, de a prioritást a gazdaság jól működésére kellene helyezni. Első sorban a gazdaságot kellene fejleszteni addig a pontig, amíg az emberek diszkrecionális jövedelem elérne egy olyan szintet, hogy azt magas fokon fogyasztásra tudja költeni.

2011. július 1-jétől újra kétféle ÁFA kulcsot kell alkalmazni a cukrászsütemények értékesítésekor. Elvitelre történő értékesítés esetén az ÁFA 18%, míg helyben fogyasztásnál 25%. A 25%-os kulcsot 2012. január 1-jén 27%-ra emelték. A legtöbb cukrászat ezt nem hárítja át a vevőre, hanem átvállalja. Ennek következtében az ÁFA illetve járuléknövelésekkel egyre szűkül az árrés, így a tevékenység jövedelmezőképessége is. Jelenleg a januári adóemeléssel a 27 tagú Európai Unióban Magyarországon a legmagasabb az ÁFA kulcs, mely nagyban megnehezíti a vállalkozók helyzetét (6. ábra). 2009-ben is volt egy hasonló „áfamizéria”, ekkor vezették be a liszt alapú sütemények 18%-os áfáját, a bevezetésekor nagy vihart kavart az ellentétes jogi értelmezések miatt, de azóta megnyugodtak a kedélyek. Vannak olyan vendéglátóhelyek, ahol emiatt drágább a helyben fogyasztott termék, mint az elviteli. Más helyeken két féle nettó árat számolnak, így a bruttó ár változatlan, de a cukrászda veszít, most már 9%-ot. Az adóváltozást indokolta egy Európai Unió szabály, mely szintén 2011. július 1-jén lépett hatályba, miszerint a helyben fogyasztott süteményekhez jár egy kiegészítő szolgáltatás-felszolgálat, cukrászda helyiségeinek használata, stb. – ezzel szolgáltatássá minősült a helyben fogyasztás, így nem maradhat 18%-os az ÁFA-ja.



Forrás: tmf-vat.com, Portfolio.hu

6. ábra: ÁFA-kulcsok az Európai Unióban (2012)

Forrás: I6

Pataki (2012) szerint sokkal vevőbarátabb, az egy áras rendszer, így nem kell minden vendégnek külön elmagyarázni, hogy miért kell ennyit fizetnie, ha itt fogyasztja és annyit, ha

elviszi. Vállalkozásában ezt úgy oldották meg, hogy a két ÁFA kulcs között meghatároztak egy áremelést, és úgy alakították ki az új árakat a sütemények tekintetében.

A cukrászok bíznak benne, hogy a mostani kormánynak van egy olyan perspektívája, alternatívája mely számukra is kedvező. Nagyban függnék a kormánytól és annak intézkedéseitől, megszorítások alkalmával sok ember veszíti el az állását, ők megszűnnek, mint vásárlóerő, amely számukra nem kedvező, vélekedett Balogh (2012b). Gara (2011) is azt szeretné, ha az adott kormány jobban figyelne a vállalkozókra, segítené őket.

A keleti országrészben elhelyezkedő cukrászok, főként a kisebb cukrászdák erőteljes forgalomcsökkenésről számolnak be, Fehér (2012) is a forgalomesést tudja megerősíteni. Békésen az egyik legmagasabb a munkanélküliség a megyében, nincs munkájuk az embereknek, így pénzük sincs, csökken vagy teljesen megszűnik a diszkrécionális jövedelmük, ezáltal a helyi cukrászat mélypontra került, állapította meg Juhász (2012). Ladányi (2011) szintén megerősíti a forgalomcsökkenést, de ő is úgy vélekedik, hogy csak egy szűkebb réteg tudja jelenleg megtenni azt, hogy valódi süteményeket vagy fagyaltot fogyasszon. A többség, akinek van igénye az édesség fogyasztásra, de nem rendelkeznek a megfelelő anyagi háttérrel, az olcsóbb, de minőségében gyengébb termékeket fogja választani. Ezek a termékek egészségtelenek, tele vannak tartósítószerrel és ízfokozókkal, illetve kisebb az élvezeti értékük, de a jelenlegi gazdasági helyzetben nagyon sokan csak ezeket, a termékeket tudják megengedni maguknak, az összetétel nem dominál csak az ár.

Juhász (2012) a változásokat szorgalmazza, legfontosabb a munkahelyteremtést. Magyarországnak kb.10 millió a lakossága és ennek csak több mint az egy negyede, aktív dolgozó mely nagy problémát jelent. Az ő adójukból és befizetéseikből finanszírozzák az ország működését, ez nagy terhet ró erre a csoportra. Juhász (2012) és Fehér (2012) kifejezetten a munkanélküliséget okolják, az általános szegénységben látják a probléma okát.

A következőkben pedig térjünk át Magyarország, illetve az Európai Unió munkanélküliségi helyzetére. Többen kiemelték a munkanélküliséget, mint negatív tényezőt illetve összefüggést vontak a munkanélküliség növekedése és a fizetőképes kereslet csökkenése között.

A 8. táblázat bemutatja Magyarország munkanélküliségének helyzetét 1998 és 2011 között. Megfigyelhető az állás nélküliek számának növekedése évről évre, de a növekedés mértéke változó. 10 év alatt, 2001-2011 között megduplázódott számuk. Kiemelkedően magas volt 2009-ben, mely a gazdasági válság begyűrűzését is jól mutatja. Ettől az évtől kezdődően pedig kétszámjegyű munkanélküliségi rátáról beszélhetünk, mely az Európai Unióban igen magasnak minősül. 2011. december – 2012. februári időszakban 497 ezer fő

volt a munkanélküliek száma, melyhez 11,6%-os munkanélküliségi ráta tartozott. Ismételten növekedés figyelhető meg az előző éves adatokhoz képest.

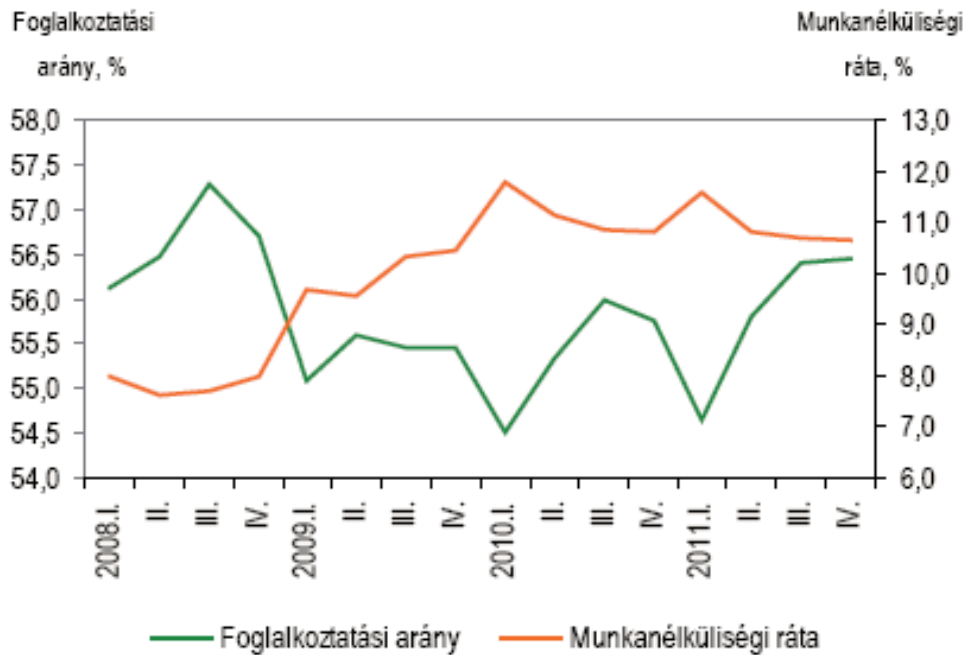
8. táblázat: Magyarország munkanélküliségének helyzetét (1998-2011)

Év	Munkanélküliek száma (ezer fő)	Változás (ezer fő)	Változás (előző év = 100%) (%)	Változás (2007=100%) (%)	Munkanélküliségi ráta (%)
1998	314	-	-	100	7,80
1999	258,3	-55,7	82,26	82,26	7,00
2000	263,7	5,4	102,09	83,98	6,40
2001	234,1	-29,6	88,78	74,55	5,70
2002	238,8	4,7	102,01	76,05	5,80
2003	244,5	5,7	102,39	77,87	5,90
2004	252,9	8,4	103,44	80,54	6,10
2005	303,9	51	120,17	96,78	7,20
2006	316,8	12,9	104,24	100,89	7,50
2007	311,9	-4,9	98,45	99,33	7,40
2008	329,2	17,3	105,55	104,84	7,80
2009	420,7	91,5	127,79	133,98	10,00
2010	474,8	54,1	112,86	151,21	11,20
2011	467,9	-6,9	98,55	149,01	10,90

Forrás: KSH (2012)

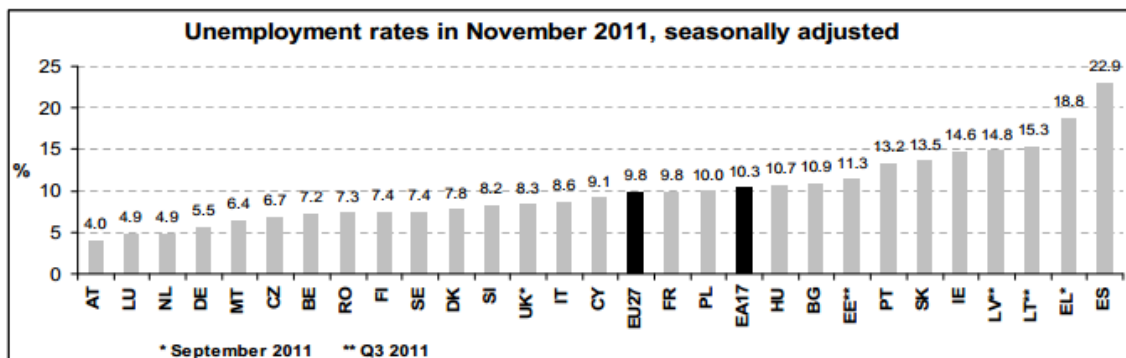
A 7. ábra diagramja jól szemlélteti a munkaerőpiac változásait, 2008. III. negyedétől kezdve erőteljesen csökkent a foglalkoztatási arány egészen 2009. I. negyedévéig. A legalacsonyabb 2010. I. negyedévében volt a foglalkoztatottság, mely 2011. I. negyedétől kezdődően folyamatosan emelkedik. Ezzel szemben a munkanélküliség, emelkedő tendenciát mutat. A munkanélküliségi ráta 2008. II. negyedétől kezdve folyamatosan emelkedik, egészen 2010 első időszakáig. Majd lassuló ütemben csökken, de 2011. év eleje körül ismét kiugrás figyelhető meg. 2011. II. negyedétől kezdve lassuló csökkenés figyelhető meg.

Az Európai Unióban is hasonlóan magas munkanélküliségről beszélhetünk, ezt szemlélteti az 8. ábra, mely szerint 2011 novemberében 9,8%-os volt a munkanélküliek aránya. Az euró övezetben pedig, elérte a 10,3%-ot. A vizsgált időszakban, Japánban 4,5% az Egyesült Államokban 8,6% volt az állás nélküliek aránya. Az EU tagállamai közül a legalacsonyabb munkanélküliségi adatokról Ausztria számolhat be, a legmagasabbakról viszont Spanyolország. Magyarország a 10. helyen áll 10,7%-os mutatóval (I3).



7. ábra: 15-64 évesek foglalkoztatási aránya és 15-74 évesek munkanélküliségi rátájának alakulása

Forrás: KSH (2011)



8. ábra: Munkanélküliségi ráta az Európai Unióban (2011)

Forrás: EUROSTAT (2012)

Az ágazat szempontjából azért tartottam fontosnak az európai kitekintést mivel, például Ausztriával összehasonlítva Magyarország munkanélküliségét, jelentős különbség figyelhető meg. Az osztrák alacsony foglalkoztatás nélküliek számához, magas költési hajlandóság párosul, nem csak a cukrásztermékek tekintetében, illetve jóval magasabb életszínvonalról beszélhetünk, mint Magyarországon. Összefüggés vizsgálatot ugyan nem végeztem, de az ábráról jól leolvasható ez. Ezzel szemben Franciaország munkanélküliségi

mutatója csak kevésbé tér el a magyartól, mégis magas fizetőképes fogyasztói igények jelennek meg a cukrászipari termékek tekintetében. Ezt legfőképp a világhírű szakmai tradíciókkal és hagyományokkal lehet magyarázni, illetve azzal, hogy Franciaországban már megtörtént egy fogyasztói szemléletváltás, ezáltal kizárólag minőségi alapanyagokból készült termékeket preferálnak. Ha az életminőséget vizsgáljuk és ezen belül az egy főre jutó GDP-t, vásárlóerő egyenértékben akkor láthatjuk, hogy Ausztriának 124, Franciaországnak 107, Magyarországnak pedig 63 az egy főre jutó GDP, vásárlóerő egyenértékben (I7). Ezekből az adatokból arra következtetünk, hogy a munkanélküliség szoros kapcsolatban áll az életszínvonallal, mely nagymértékben befolyásolja a fogyasztást.

Utóbbi időkben a visszaesést és a válság korlátozó hatásai hangsúlyozza Horváth (2012) a fejlesztések és árak tekintetében. Nem lehet még ennél is jobb minőségű termékeket előállítani, a visszajelzések kiválóak a fogyasztók részéről, mely a cukrászok felől egyfajta megnyugvás.

Balogh (2012a) szerint Magyarországon a cukrászok, nem tudják olyan mértékben érvényesíteni díjszabásukat, ahogyan szeretnék. Nyugat felé haladva az országban az árak egyre csak növekednek. Egy desszert Sopronba olyan 600-700 forint körül van, melyet befolyásol az osztrák határ közelsége, Budapest belvárosi részén 500-400 forint, keleten olyan 300 forint körül mozog, ez egy lélektani határ a keleti régiókban. Zila (2012) megerősíteni tudja a földrajzi különbségeket, vagyis azt, hogy nem mindegy, hogy hol helyezkedik el az üzlet, a keleti és a nyugati határ különbsége igazán érzékelhető. Keleti részen mások a bérek, mások a költségek, az alapanyagok viszont ugyanazok. Szorgalmazza egy olyan réteget vagy termékcsoport kialakítását a választékban, amellyel a minőséget képviseli. Mégis a legnagyobb problémát a kedvezőtlen gazdasági helyzetben látja.

Az előnytelen adórendszert és a feketegazdaságot említette meg Gara (2011), aki főként az adórendszer változtatását szorgalmazza. A forgalomcsökkenés mellett az egyik legnagyobb probléma a feketegazdaság. Jelentősen megszaporodtak az otthoni sütő nénik, garázs cukrászdák száma, az utóbbi időben. Főként vidéken, de a nagyobb városokban is probléma. Ipari mennyiségben készítenek süteményeket, komplett esküvőket vállalnak, kész katalógusokkal várják a vevőiket. Ezek a vállalkozások jelentős versenyelőnyre tesznek szert, engedélyekkel nem rendelkeznek, adót nem fizetnek, nagyban hátráltatják a tisztességes cukrászokat (Köpöncei, 2011).

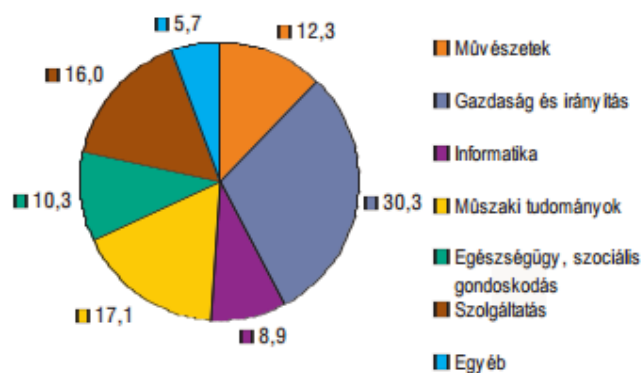
Ez a jelenség Debrecenben is tapasztalható, ezeket a feketén működő vállalkozásokat nem lehet ellenőrizni. A rendőrség is tehetetlen, nem mehet be a lakásukba, csak akkor lehet őket tetten érni amikor, a vevő átveszi a megrendelt süteményeket. Nem csak egy tortáról van

szó, hanem egész esküvői süteménykészítésről, sőt olyan beszállítókról, akik cukrászdákba, egyéb helyekre számla nélkül szállítják a süteményeket. Az ÁFA-t nem terhelik rá az árra, ennyivel tudják olcsóbban adni süteményeiket, de ez a nehéz gazdasági helyzetbe sokat számít. Gondoljunk csak bele, hogy a 18%-os ÁFA kieséssel máris kedvezőbben tudják adni termékeiket, nem beszélve a különböző további járulékokról. Nem rendelkeznek a megfelelő felszerelésekkel, hűtőkkel, sütőkkel, illetve alapanyagokkal. A mennyiségre törekednek és nem a minőségre, így a legolcsóbb anyagokból dolgoznak, tudatos igénytelenség figyelhető meg esetükben. Ez több szempontból is nagy presztízsrontás a cukrászoknak”, így vélekedett Gara (2011) aki a megoldást a szigorúbb ellenőrzésben és adórendszer átalakításában látja. A bejegyzett, hivatalos cukrászok mindent hivatalosan végeznek, és mégis nehezen tudnak megélni.

Pataki (2012) elmondása szerint az ipartestület egyeztet a hatóságokkal, ígéretet kaptak arra, hogy a hatóságok utánajárnak a feketemunkának. Ez azért sem könnyű feladat, mert nincs összefoglaló statisztikai adat. Pontosan nem lehet tudni, hogy ma Magyarországon hány cukrászda is működik, az ipartestületnek 457 bejegyzett tagja van, de kb. még kétszer ennyi cukrász működik országunkban. Több szakember is úgy véli, hogy a kötelező kamarai tagság javíthat a helyzeten, az ágazat lobbi ereje mindenképp nőne a létszám növekedésével (Köpöncei, 2011).

4.1.3. Oktatási problémák

Az egyik legfőbb probléma a cukrásziparon belül az oktatás színvonala. A mélyinterjúk lefolytatása során tapasztaltam, hogy ez egy globális probléma mely az egész ország területén gondot jelent. A megoldást a legtöbben az egységes átalakításban látják. Pillanatnyilag 94 szakiskolában lehet megismerni a szakma fortélyait, emellett igen nagy számban jelen vannak az OKJ-s tanfolyamok. A 9. ábra bemutatja a szakközépiskolai tanulók megoszlását képzési területekre bontva, 2006-ban. A cukrászat és az ezzel kapcsolatos tevékenységek a szolgáltatási területhez tartozik, mely 16%-kal a harmadik helyen van a gazdaság és irányítás, illetve műszaki tudományok után.



9. ábra: Szakközépiskolai tanulók megoszlása képzési területek szerint (%) (2006)

Forrás: KSH (2006)

Sajnos a képzés száma és szintje nem egyenesen arányos, magas iskola számhoz, alacsony minőségű képzés párosul. Az iskolák nem tudják megfizetni a magas minőségű alapanyagokat, így a legolcsóbbal dolgoznak, de ezekkel nem lehet megtanulni megfelelően a szakma alapjait. Sőt sok az olyan közép és felső oktatási intézmény mely egyáltalán nem rendelkezik tankonyhával, ezekben a létesítményekben kivitelezhetetlen az oktatás, ha rendelkeznek tankonyhával a legtöbb silány minőségű, hiányos alapfelszereltségű. Illetve fontos lenne olyan szakoktatókat alkalmazni, akik gyakorlottak a szakmában és megfelelő pedagógiai érzékkel is rendelkeznek. A megoldást a duális oktatási rendszerben látják, mellyel kapcsolatban Pataki elmondta: ”ahhoz, hogy valóban változás történjen a hazai oktatásban, nemcsak erős kormányzati akaratra, hanem társadalmi összefogásra is szükség van” (MTI, 2009).

Az oktatási problémák megoldására, többen a duális képzésben látják a megoldás lehetőségét. Az interjúk során több szakember is említette ezt az új rendszert, támogatják a pozitív változás reményében. „Duális képzés alatt olyan képzési formát értünk, melynek keretében az elméleti képzés szakiskolákban, a gyakorlati képzés pedig üzemekben, vállalatoknál történik. Az üzem és az iskola kiegészíti egymást. Az iskolákban az általános műveltséget és a szakelméleti ismereteket közvetítő tárgyak oktatása folyik, a gyakorlati (üzemi) képzésben, pedig a szakmai képességek fejlesztésén van a hangsúly. Az iskola és az üzem célja egy magasan képzett szakembergárda létrehozása, valamint az általános és szakmai műveltség helyes arányának kialakítása korszerű és modern ismeretanyag elsajátításával” (Szabó, 1997).

Várhatóan 2012-ben vezetik be a duális szakképzést Magyarországon. A képzés lényege, hogy 3 év lesz a szakképzés időtartama, és már az első évben nagyobb hangsúlyt fektetnek a gyakorlati oktatásra. A gyakorlati órák számát jelentősen emelik, illetve nő a kamara szerepe az egyes szakmáknál, így a diákok piacképesebb tudást szerezhetnek. Továbbá célja az is, hogy "visszaállítsák a kétkező munka becsületét" (I4).

Tervek szerint átmeneti jelleggel 28 gyakorlatigényes szakma képzése indulhat meg a duális képzésben, mely egyelőre választható formában áll a diákok rendelkezésére. Már az első évtől kezdve tanműhelyekbe dolgozhatnak, illetve 3 év elteltével szakmát kapnak azok a tanulók, akik ezt a fajta képzést választják. A kormányzat úgy gondolja, hogy ez a rendszer, jövő évtől teljesen felváltaná a két plusz két éves képzést, az eddigi rendszerben az első 2 évben csak pályaorientáció és alapképzés várta a diákokat. Új cél a gyakorlatiasabb oktatási rendszer kialakítása (MTI, 2011).

Magyarországon német mintára szeretnék bevezetni ezt az új szakképzési rendszert, mely Németországban már kiválóan működik. Németországban nem 8, hanem 9 évig történik a közismereti tudás megszerzése. A szakképzésbe történő belépés előtt náluk 7200 órába, míg nálunk kicsivel több, mint 4900 órában tanulnának közismereti tárgyakat. Emellett Németországba a vállalati szektor jelentős szerepet vállal a finanszírozásban, kb. a költségek 80% fizetik, így érdekelté válik a képzés színvonalát illetően, illetve abban is, hogy hány tanulót foglalkoztatnak, mert ez igen fontos a későbbi továbbfoglalkoztatásban. Nem az állami támogatás miatt képzik a fiatalokat, hanem az utánpótlás biztosítása miatt, saját igényeiknek megfelelő szakembereket képeznek, többségüket a későbbiekben alkalmazzák is. Magyarországon is el kellene érni a hasonló szerepvállalást, hogy a gyerekekre ne, mint 2 évente cserélődő ingyen munkásra tekintsenek (I5).

Balogh (2012b) bízik benne, hogy ez az új rendszer beválk. Ugyanakkor úgy gondolja, hogy sokkal nagyobb lesz a felelőssége a gyakorlati helyeknek, illetve az ott dolgozóknak is, mivel több időt töltenek el ezeken a helyeken a tanulók. Juhász (2012) szerint a mostani rendszerben a tanulóknak jogaik vannak, de kötelességük nem sok, amíg ez nem változik, nem lehet egyszerűen változtatni a problémákon. Ez egy nagy felelősséggel járó szakma, elengedhetetlen a szabályok betartása.

A szakképzéssel az is nagy probléma, hogy a diákok, akik most is végeznek legalább a 90%-a nem fog a szakmában dolgozni, náluk ez egy általános tapasztalat, kb. öt tanulóból egy akar ténylegesen cukrász lenni. Elvégeznek két, három szakmát aztán talán az egyikben elkezdenek dolgozni. Juhász (2012) azt javasolná, hogy ne lehessen elvégzi több szakmát. Legyen egy államilag támogatott, de a másodikat vagy harmadikat már önállóan

finanszírozzák. Ez azért lenne indokolt, mert több olyan esetről számoltak be a szakemberek, amikor egymáshoz egyáltalán nem kapcsolódó foglalkozásokat végeztek el a diákok, például elsőként a fodrászt, aztán cukrászt, végül pedig ápoló és ez után az is előfordult, hogy egyik pályán sem maradt. A hasonló szakma csoportok elvégzését támogatják, mint cukrász, szakács esetleg felszolgáló, de igazán mély szakmai tudást úgy lehet szerezni ha kizárólag egyre koncentrál az ember. Hasonló problémákról számolt be Ladányi (2011) is, aki kiemelte még a diákok érdektelenségét, illetve azt, hogy mennyire hiányzik a szakma iránti elkötelezettség. Horváth (2012) pedig a nevelést, családi háttérrel és a beidegződéseket hangsúlyozza, melyen az igényesség mindenképpen tükröződik, ami ebben az ágazatban elengedhetetlen.

Az előzőeket erősíti meg Pataki (2012) aki elmondta, hogy jelenleg évente 1200 tanuló végzi el a szakmát, akiknek a 80% két éven belül elhagyja a pályát. Talán, azért mert nincs motivációja, nem szerette meg a szakmát, nem tanult meg dolgozni, ebben részbe a szakma is felelős. Ahhoz, hogy az az adott számú tanuló a pályán maradjon és szeresse a hivatását, sikerélményekhez kell jutni, motiválni kell őket, ezt sokan nem teszik meg. Akad olyan műhely is ahol két cukrász mellett több tíz tanuló van, a termelés mellett oktatásuk kivitelezhetetlen. A tanulókat is bevonják a mindennapi gyártásban, ezalatt azt értem, hogy kizárólag a rutinszerű feladatokat végeztetnek velük, így szakmailag nem fejlődnek, a másodikosok „tanítgatják” az elsősöket, de ez így nem tartható fenn.

Az ipartestület próbál ez ellen tenni, rendelkeznek a Kézműves Cukrászatért Alapítvánnyal, mely keretein belül különböző tanfolyamokat rendeznek különféle témakörökben. Jelenleg a Bolognai Carpigiani Gelato University-vel folytatnak tárgyalásokat, oda szeretnének magyar diákokat kiküldeni, egy hetes vagy több napos kurzusokra, ahol megtanulhatnak a fagyaltkészítést az alapoktól kezdve. Fontos továbbá az is, hogy akik elvégezték a szakmunkás iskolát és érdekli is őket a szakma, nekik legyenek továbbképzési, illetve fejlődési lehetőségeik. A világba mindenhol több állami vagy magániskola működik ahol, szakmai továbbképzésekre lehet jelentkezni, magas tandíjjal, de mégis állandó a túljelentkezés. Ez sajnos Magyarországon egyelőre nem érhető el, nincsenek állandó továbbképzési lehetőségek, csak időszakos jelleggel, elvétele évente akad egy, két tanfolyam. A nagyobb cukrászdák maguk finanszírozzák az utánpótlás nevelést, külföldön tréningeztetik tanulóikat, majd nemzetközi versenyekre, olimpiára küldik őket, nincs ez másként, például a nagyobb budapesti cukrászdák esetében sem.

Gara (2011) felhívja a figyelmet az oktatóműhelyek felszereltségére, mely a legtöbb helyen nem megfelelő, pedig ez ennél a szakmánál elengedhetetlen, hogy a tanulók

megismerjék a legújabb gépeket, technológiákat, melyek nem állnak rendelkezésükre. Az állandó változtatások, tantervi módosítások sem tesznek jót a szakmai képzés színvonalának, vélekedik Balogh (2011a).

Többen említették, hogy az elméleti része az oktatásnak túl sok, sok felesleges tárgyat tanulnak. Zila (2012) szerint is sok az elméleti rész, ami nem a szakmához köthető. Továbbá felhívja a figyelmet arra, hogy meg kellene vizsgálni azt is, hogy hova adnak ki tanulókat gyakorlati helyre. Sok helyen csak az ingyen segédmunkás erőt látják bennük, sok a probléma a tanulókkal, és nem szeretnek velük foglalkozni. A gyakorlati hely azért is meghatározó, mert van, ahol megszeretik, és van, ahol megutálják a szakmát.

4.1.4. Technológia és alapanyag felhasználás

A következő alfejezetben a technológiai, illetve alapanyag adta lehetőségeket és problémákat fogom taglalni. Pataki (2012) az elmúlt négy évtizedet vizsgálva arra jutott, hogy soha olyan jó lehetőségei nem voltak a cukrársziparnak, mint ma. Kiváló minőségű alapanyagok állnak a szakma rendelkezésére, 2004 előtt igazi csokoládé nem igazán volt jelen az országba. Miután Európai Unió tagok lettünk megszűnt az 50%-os vám a csokoládéra, így máris eladhatóbb lett a cukrárszok számára, illetve vevői oldalról is pozitív változást eredményezett, mivel csökkent az alapanyagár, így a végtermékek ára is. Ma már a világ összes jó minőségű csokoládét gyártó cégének van képviselője Budapesten. Megállapítja, hogy az eszköz- és alapanyag ellátással nincsenek problémák, viszonyt a költségek az utóbbi időben nehéz terhet rónak a cukrárszokra, mindez már a jövedelmezőséget is veszélyezteti. Az ágazatban kiemelt fontosságú az innováció. Ahhoz, hogy fejleszteni tudjanak, pénzre van szükség, amint van plusz bevételük, azt egyből visszaforgatják, fejlesztésekre költik, új gépeket vásárolnak, új technológiákat vezetnek be. Ez mind mind elengedhetetlen lenne, ugyanakkor a mostani gazdasági környezetben a legtöbb cukrász ezt nem tudja megengedni magának, az alacsony jövedelmezőképesség miatt.

„Stratégiai szempontból ebben az időszakban kell újítani, új termékeket kitalálni, bevezetni, fejlődni, mert majd amikor ismételten beindul a gazdasági élet akkor nem lesz idő rá” (Pataki, 2012). Horváth (2012) csak megerősíteni tudja ezt a gondolatot, illetve hozzáteszik, hogy mindenekelőtt elsődleges, hogy egy gesztust kell tenni a vásárlók felé. Ebben az időszakban kell kóstoltatni a termékeket a vásárlókkal, folyamatos újításokat kipróbálni, fokozatosan bevezetni új termékeket a piacra. A kóstoltatással, termékek megismertetésével fel kell kelteni a vásárlók figyelmét, ha most nem is engedhetik meg

maguknak anyagilag ezeket a termékeket, de a későbbikben vissza fognak térni a minőséghez. Illetve Pataki (2012) felhívja a figyelmet Magyarország kedvező helyzetére, mivel ilyen tisztán sehol sem maradt meg a cukrászdai profil, mint az országunkban. Svájcban, Franciaországban, Ausztriában megtalálható mellette egy kisebb pékség is.

Ladányi (2011) kifejezetten nagy problémának tartja, hogy egyre több cukrász használ olyan termékeket, amivel a technológiát módosítják, leegyszerűsítik, por alapú anyagokat összekevernek vízzel és abból készítik termékeiket, ezt már nem lehet cukrászatnak nevezni. Ez a „trend” kerül előtérbe, mindent leegyszerűsíteni, porrá változtatni, „kavargatni”, „kutyulni”. Bízik benne, hogy a szakma elég erős lesz, és nem veszi át ezt a fajta stílust.”

Balogh (2011a) szintén az anyagfelhasználást emelte ki, mint fő problémát. „nemhogy a vendégek nem tudják, hogy mi a különbség a bevonó massa és csokoládé között, vaj és margarin között, de sokszor még a cukrászok sem, óriási szakmai hiányosságok vannak.” Az anyagfelhasználástól nagyon sok minden függ. Nyugatabbra minőségi alapanyagokból állítanak elő minőségi termékeket, tény és való, hogy ezek kényesebb anyagok, nehezebb velük dolgozni, rövidebb a szavatosságuk, de a végeredmény nem összehasonlítható. Külföldön nem engednek be az országba sok olyan nem megfelelő minőségű alapanyagot, melyet nálunk kb. 20 éve forgalmaznak. Ezeket az anyagokat szűrni kellett volna a határnál, összetettebb probléma annál, mint hogy a cukrászok helyben oldják meg.

Gara (2011) szerint, lassabb ütemben, de fokozatosan észrevehető a cukrászdák színvonalának javulása, azok a cukrászok, akik megmaradtak a nehéz gazdasági helyzet ellenére is, nagy része rájött arra, hogy minőségi munkát kell előtérbe helyezni. A vendégek szemléletváltásában bízik, mely megkönnyítené a cukrászok helyzetét is. A vendégeknek nem a mennyiséget, hanem a minőséget kellene jobban preferálni, ez a szemléletváltás Európa nyugati országaiban már megkezdődött, bízik benne, hogy hamarosan Magyarországot is eléri, amíg ez nem történik meg addig is, olyan kiszolgálással és olyan hozzáállással kell a vendégek felé nyitni, amivel el lehet nyerni a tetszésüket. Ha ez megtörténik, akkor a régi cukrászdák, fenn tudnak maradni.

4.1.5. Az ágazat lehetőségei és jövője

Utolsó alfejezetben pedig az ágazat jövőbeli kilátásait és fejlődési lehetőségeit szemléltetem. Cukrászok többsége nem fél a jövőtől, köztük Zila (2012) sem aki szerint a szakmai fejlődés elsődleges, a választékot úgy kell kialakítani, hogy legyen arra fizetőképes keresletet. Akinek a diszkrecionális jövedelme olyan szinten van, hogy belefér még cukrászda látogatása is és a jövedelem mellé igény is párosul, akkor ezeket a vásárlókat kell megkeresni és őket kell kiszolgálni. A képzést is meghatározónak tartja a jövőben is, ez szabja meg elsősorban, hogy milyen szaktudású emberekkel tudnak majd együtt dolgozni.

Pataki (2012) szerint ez az iparág még számtalan lehetőséget rejt magába, hiszen a cukrászok többsége még el sem kezdte a korszerű süteményeket készíteni, pl. alacsonyabb cukortartalommal készült termékek. A fejlődés lehetséges, de vannak nehezítő körülmények. Egy vidéki, kis településen élő cukrász működése sokkal nehezebb, mint egy idegenforgalmilag frekventált helyen. Illetve, ahogyan azt már a korábbi alfejezetekben is említettem a területi diverzifikáció is egy nehezítő körülmény. Meg kell keresni azokat a jó minőségű alapanyagokat, amiket még be lehet építeni a kínálatba, precízebben kell kalkulálni, hogy a megtérülés biztos legyen, de a gazdasági válság miatt pillanatnyilag meg kell elégedni a szerényebb vásárlóerővel. Abban viszont biztos, ha stabilizálódik a gazdasági helyzet, akkor ismét megnő a cukrászdák, illetve termékeik iránti kereslet.

Hasonlóan vélekedik Ladányi (2011) is, mivel, a cukrászatok, cukrászdák a legnehezebb időkben- háborúk alatt is működtek, az embereknek alapvető igénye van a szép, a minőség illetve az édességek iránt. Hangsúlyozza, hogy kizárólag kézimunkával és kis műhelyben lehet gyártani igazi élményt jelentő süteményeket, tortákat vagy fagyaltokat. Gyári nagyüzemben, gépsorokon legyártott termékekkel ezt nem lehet kivitelezni. Szerinte a legfontosabbak értékek és elvárások a jövőben is az elhivatottság, kézimunka, tanulás és állandóan követni kell a piaci igényeket és trendeket. Mivel az emberek ízlése állandóan változik ezekre, a változásokra azonnal reagálni kell a cukrászoknak, naprakész termékeket kell kínálniuk, természetesen a minőség megtartása mellett.

Csordás (2011) az egyediséget és a kézműipart, emelte ki, kitörési pontként, szerinte ezekkel lehet eredményeket elérni és fennmaradni. „Kézügyesség és a vendégek teljes körű igényeinek kielégítése a legfontosabb. Törzsvendégekre, illetve az ő igényeikre nagy hangsúlyt kell fektetni.” Balogh (2011a) szintén az egyediségben és jó minőségben lát lehetőségeket. Nagy a túlkínálat a piacon, kizárólag a minőséggel és különlegességgel lehet

fennmaradni. Ezeket tudja megerősíteni Zila (2012) is, aki az egyediséget, önálló arculat kialakítását szorgalmazza. Elmondása szerint, „azok a kollegák, akik nem a minőség felé tolnak és nem fejlődnek, bezárhatnak. Azok a kis cukrászdák, akik nem képesek egy egyéni arculatot kialakítani, sajnos be fognak zárni, átlagos cukrászdából nagyon sok van, valamivel ki kell tűnni a tömegből.” Elengedhetetlen a Porter-féle megkülönböztető stratégia alkalmazása, mely során egyes területeket kiemelünk, amelyekre koncentrálnak a fejlesztéseket. Ezáltal egy egyedi terméket vagy arculatot kapunk az ágazat tekintetében.

Ladányi (2011) is úgy vélekedik, hogy a lehetőségek mindig határtalanok, ha elég kreatív az ember. A jelenlegi helyzetben próbálnak kevesebb terméket gyártani, de azt magas minőségen, minőségi alapanyagokból hagyományos módon. Újabb üzlet nyitásában lát fejlesztési lehetőségeket, a kapacitás kihasználtsága érdekében.

Balogh (2012b) vállalkozásából adódóan a csokoládében látja a legnagyobb lehetőséget. A csokoládé náluk egy olyan terület, amelyet viszonylag kevés cukrász készít. 10 éve mikor elkezdtek kevesen voltak az országba, akik ezzel foglalkoztak. Mára ezek száma is nőtt, de még mindig nem százas nagyságrendben. Úgy gondolja, hogy ebben még mindig nagyon sok perspektíva van. A csokoládé azért is nagyszerű alapanyag, mert viszonylag hosszabb a szavatossági ideje, több hét, olyan lehetőségeket is kínál mellyel külföldi piacra is ki lehet jutni vele. Erre jó példa a Szamos Marcipán Kft. főként az Európai Unió területére kiterjedően folytat export tevékenységet, fő piaca Ausztria. Másrészt a csokoládé, ami kakaóbabból készül, egy fantasztikus alapanyag, az egyik legfontosabb nyersanyag a cukrászatban, ugyanakkor nagyon sok olyan cukrász van, aki nem is használ csokoládét. Ők ezt már el sem tudnák képzelni, mivel termékeik nagy része csokoládén alapszik. Legfontosabb fejlesztés szerinte az, hogy az igazi csokoládét minél szélesebb körbe vonják be a cukrásziparba.

Szintén vállalkozásából adódóan Horváth (2012) a cukrászat egy modern és formabontó vonulatában látja jövőt. Modern kivitelű termékekben, ezek készítése során megfordul a munkafolyamat és először kialakul a forma és utána tervezik meg a beltartalmat, de mindenképpen a forma a döntő. Süteményeken belül egyszerre több íz dominál, például a három féle tej-, ét-, és fehér csokoládé. Ezen kívül elengedhetetlen a szakma naprakész ismerete, fontos a szakmai kiállításokon, hivatalos összejöveteleken részt venni.

Balogh (2011a) szintén a jövőt a tanulásban és a szakmai fejlődésben látja. „A magyar cukrászat is a franciából ered, vissza kellene kanyarodni ehhez a formához, ettől elrugaskodtunk. A bonbon mely szintén Franciaországból ered, gyerek cipőben jár még Magyarországon. Franciaországban minden cukrászat készít bonbonokat, hol kisebb, hol

nagyobb mennyiségben, remélhetőleg a jövőben ezt Magyarország is átveszi majd. Az éli meg a jövőt, aki valóban a minőség felé tolódik el.”

A cukrászdák megújulását szorgalmazza Gara (2011) úgy, hogy közben maradjanak meg a hagyományos módszereknél, de kell egy minőségi ugrást mutatni a jövő felé, illetve a fiatalok felé is. Akkor lehet elérni a jövőben ezt a célt, ha az idősebbek igényeit is figyelembe veszik, és a fiatalokét is, például modernebb kivitelű torták készítésével, illetve turmixok, koktélok és egyéb olyan termékekkel szolgáljanak a vendégeknek, amit igényelnek.

A vidéki területeken elhelyezkedő cukrászok egyelőre sötétben látják a jövőt, ha a munkanélküliség továbbra is ilyen szinten fenn marad, akkor nem sok jót jósolnak az ágazatnak ebben a térségben. Ha a foglalkoztatás problémája megoldódik, akkor nem lesz baj. „Ide az kell, hogy vásárlóerő legyen, kereslet nincs, kínálat van, fogalmazta meg gondolatait Juhász (2012).

Véleményem szerint a kézműves cukrászipar egy nagyon szép szakma, mely sok nehezítő körülményen ment keresztül az évek során, de egyértelműen kijelenthetem, hogy mindenképpen van jövője. Ezt nagyban befolyásolja a szakemberek összetétele és hozzáállása, amíg megmaradnak ezek a nagy szakmai tapasztalattal és tradíciókkal rendelkező mesterek és ők tesznek is a fejlődésért, én úgy gondolom, hogy nem lehet probléma a jövőben sem. Természetesen e tekintetben elengedhetetlen a szakképzés milyensége, törekedni kell, hogy ezt a nagyfokú szakma iránti tiszteletet és szeretetet átadják a fiatal generációnak. Kiemelten fontosnak tartom továbbá az összefogást, így együttes erővel tudnak fellépni a piacrontó tényezők ellen, a külső tényezőkön kívül, mint a multinacionális cégek, pékek stb. gondolok a szakma belső problémáira, nem megfelelő anyagfelhasználás, szakmai hiányosságok, oktatási problémák stb. Közös erővel pozitív eredményeket is elérhetnek, közös marketing stratégiával népszerűsíthetik a szakmát, illetve az általuk gyártott minőségi termékeket. A gazdasági helyzet egyértelműen negatívan befolyásolta az ágazatot, de ebben a helyzetben is meg kell találni azok a fogyasztókat, akik fogékonyak a minőségi termékek iránt. Kutatásom során azt is megállapíthatom, hogy ez egy szűk, de létező fogyasztói szegmens, ezt a rés piacot kell megcélozni ebben az időszakban. Természetesen a fogyasztók hozzáállása is nagyban számít, Magyarországon még nem érte el a fogyasztói igényesség szintje a Nyugat-Európaikat. Remélhetőleg ez a pozitív változás pár éven belül lezajlik, ehhez nagyban hozzájárul a jövedelem és gazdasági élet változása is.

4.2. A magyar kézműves cukrászipar SWOT-analízise

A begyűjtött adatok és információk feldolgozása után összeállítottam a kézműves cukrászipar SWOT analízist, mely rávilágít az ágazat legfőbb erősségeire és gyengeségeire, ezen túl pedig a külső tényezők által meghatározott lehetőségekre és veszélyekre (10. ábra).

A belső jellemzők, melyek segítik a célok elérését az ágazat erősségei. Az egyik legfontosabb erőssége a kézműves cukrásziparnak a magas minőségű, egyedi, kézzel készített termékek. Pozitív előnyük van más piaci szereplőkkel szemben, mivel a cukrászdákban személyes kapcsolat alakul ki a vásárlók és az eladók között, vendégül látják a fogyasztókat, egyedi élményt nyújtanak számukra. Magyarország szerencsés helyzetben van a tekintetben, hogy megmaradt a tiszta cukrászdai profil, nem olvadt össze a pék szakmával, mint az, ahogyan Európa több országában tapasztalható. Ki kell emelni a szakmai tradíciókat és a meglévő megfelelő szaktudást, mely hozzájárul az ágazat fejlődéséhez.

A tényezők melyek gátolják a célok elérését az ágazaton belül az ipar gyengeségei. Az egyik legfőbb probléma az oktatás, mely több területre is kihat, befolyásolja az egész ágazatot. Igényesség szintjének csökkenése figyelhető meg a cukrászok oldaláról, mind alapanyag tekintetben, mind pedig technológiailag. Nehezítő körülmény a gyenge érdekérvényesítés. A Magyar Cukrász Iparosok Országos Ipartestülete létszámánál fogva nem tudja érdekeiket megfelelő módon képviselni. A Magyar Kereskedelmi és Iparkamarai tagok sokféleségéből adódóan egy-egy csoport érdekeit speciálisan nem tudják képviselni. Változó ár-érték arány adódhat többek között a kézművességből, alapanyagok minőségéből, elkészítés technológiájából, szakember ellátottság területi eloszlásából, stb.. Gyengítő körülmény továbbá a fogyasztók szemléletváltásának hiánya, a vendégeknek nem a mennyiséget, hanem a minőséget kellene jobban preferálni, jobban törődni az összetétellel, alapanyagokkal. A kézműves iparból adódóan kevésbé jövedelmező az ágazat mivel elengedhetetlen a kézi munka, továbbá fontosak az állandó fejlesztések ezek mind magas költségekkel járnak. A gyenge marketing politika is negatívan befolyásolja a piacot, pedig vannak pozitív kezdeményezések, ilyen például az országtorta kampány. 2007 óta augusztus 20-ára meghirdetnek egy versenyt a cukrászok között, az ország születésnapi tortájának receptjét kell megtervezni, a beérkezett recepteket bírálják, majd kiválasztják a legjobbat. Ezt az augusztus 20-ai ünnepségre országszerte elkészítik cukrászaink. Kiváló kezdeményezés, mely nagy sikert arat a fogyasztók körében.

Lehetőségekként azokat az adottságokat vettem figyelembe, melyek szintén segítik a célok elérését. Itt főként a technológiai illetve irányzatbeli újításokat emelném ki.

Elengedhetetlen a szakmában a trendek és újítások felismerése, követése és alkalmazása. Lehetőségek közé sorolható a kiváló minőségű alapanyagok, melyek ma már mindenki számára elérhetőek, többet között például a csokoládé, ahogy azt már említettem az Európai Unió csatlakozással csökkent a vám mértéke. Nem nagy számban, de jelen vannak a különböző szakmai tanfolyamok mely során új tapasztalatokra tehetnek szert a cukrászok, új technikákkal találkozhatnak, például francia illetve mediterrán cukrászati irányzat. Illetve fontos megemlíteni a nemzetközi piaci lehetőségeket. Egyes alapanyagok olyan alternatívát kínálnak, melyek segítségével külföldi piacokon is meg lehet jelenni a saját készítésű termékekkel.

A külső tényezők melyek gátolják a célok elérését az ágazat fenyegetettségei, ezek jelentik a kézműves cukrászatok számára a legnagyobb veszélyeket, ezeket közvetlenül nem tudják befolyásolni. Idetartozik a gazdasági és politikai környezet amelyre nem tudnak közvetlenül hatást gyakorolni. A fizetőképes kereslet csökkenése kapcsolatban állhat a munkanélküliség növekedésével, mely részben a gazdasági válsággal magyarázható. Egyrészt a fogyasztói szokások megváltozásával, csökkent a vásárlók igény szintje, másrészt ez is magyarázható a nehéz gazdasági helyzettel. A kiszámíthatatlan piaci környezet több szempontból is negatív hatásokat gyakorol, például értékesítési bizonytalanságot generál. Veszélyeztető tényező a kereslet térbeli diverzifikációja. Egyes területeken melyek turisztikailag frekvenciáltabbak, magasabb kereslet mutatkozik a kézműves cukrászipari termékek iránt, ezáltal eltérőek az eladási árak az országban. Időbeli szezonáltság is jellemző, nyáron a fagyalt szezon által, a legtöbb helyen bevétel növekedés figyelhető meg, míg a téli szezonban ez kiesést eredményez. Fenyegetettséget jelent a cukrászok számára a széleskörű édesipari termékek forgalmazása. Manapság már mindenhol lehet süteményeket kapni, így kevesebben térnek be a cukrászdákba. Az utóbbi években, nemzetközi tendencia hatására növekedett meg Magyarországon a pékségek száma, mely azóta csökkenő tendenciát mutat. Fenyegetettség figyelhető meg a multinacionális láncokkal, illetve a feketegazdaság szereplőivel szemben. A láncok illetve „zugcukrászdák” térnyerésével gyengül a kereslet a minőségi termékek iránt, mely a versenyképességet negatívan befolyásolja. A pékek bekapcsolódtak a piaci versenybe, mivel már édesipari termékeket, süteményeket is gyártanak, ezáltal konkurenciát jelentenek a cukrászoknak. A fiatal generáció érdektelensége, nevelési problémákra vezethető, hiányoznak a lelkes, szakma iránt elkötelezett fiatalok. Ezáltal veszélyeztetve van az ágazat utánpótlásának jövője.

ERŐSSÉGEK: • Minőség • Személyes kapcsolat a vevőkkel • Tiszta cukrászdai profil • Egyediség • Kreativitás • Szakmai tradíciók • Kézműipar • Meglévő szaktudás	GYENGESÉGEK: • Oktatási problémák • Szemléletváltás hiánya • Anyagfelhasználás • Igényesség szintjének csökkenése a cukrászok oldaláról alapanyag-használat tekintetében • Gyenge érdekérvényesítés • Változó ár-érték arány • Alacsony jövedelem termelőképesség • Növekvő adminisztrációs munka • Gyenge marketingpolitika
LEHETŐSÉGEK: • Kiváló minőségű, elérhető alapanyag-ellátottság • Elérhető technológiai újítások, pl. -Molekuláris konyha -Vákuum technológia -Csökkentett energiatartalmú alapanyagok • Szakmai tanfolyamok • Rendelkezésre álló új irányzatok, pl. -Francia desszertek -Bon-bonok -Mediterrán cukrászat • Nemzetközi piaci lehetőségek	VESZÉLYEK: • Gazdasági válság • Feketegazdaság • Csökkenő fizetőképes kereslet • Multinacionális kereskedelmi láncok térnyerése • Fogasztói igényesség csökkenése • Széleskörű süteményforgalmazás • Munkanélküliség • Fenyegetettség a multinacionális láncokkal, feketegazdaság szereplőivel szemben • Pék szakma térnyerése • Kiszámíthatatlan piaci környezet • Politikai környezet • Fiatal generáció érdektelensége • Értékesítési bizonytalanság • Közterhek növekedése • A piac területi diverzifikációja • Időbeli szezonáltság

10. ábra: A magyar kézműves cukrászipar SWOT- analízise

Forrás: Saját szerkesztés

4.3. A magyar kézműves cukrászipar problémafája

Vizsgálataim alapján kijelenthető, hogy a hazai kézműves cukrászipar központi problémája az ágazat alacsony versenyképessége, a kézműves cukrászipari termékek háttérbeszorulása a piacon, melyet a *11. ábrán* mutatok be. Kutatómunkám során három fő problémakört tártam fel, amelyek közvetlenül a központi probléma meglétéhez vezetnek. Így a legfőbb problémákat az oktatásbeli hiányosságok, a feketegazdaság megléte, illetve a multinacionális cégek térnyerése és tevékenysége köré csoportosítottam.

A központi probléma hatással van mind társadalmi, mind pedig gazdasági tényezőkre. Többek között gazdasági szempontból a GDP csökkenését eredményezi, illetve export csökkenést. Társadalmi tekintetben, pedig növekvő munkanélküliséget, kínálat csökkenést minőségi termékek tekintetében stb.

A multinacionális cégek térnyeréséhez nagyban hozzájárult a kormányzat oldaláról a támogatások megléte. A rendszerváltás óta magas társasági-adókedvezményt kaptak mely hátrányosan érintette a magyar vállalkozókat. A felgyorsult életritmus is pozitívan befolyásolta helyzetüket. A vásárlási szokások megváltozásával előtérbe került a „mindent egy helyen elv”, a vásárlók könnyen, gyorsan, egy helyen intézhetik el a teljes bevásárlást. Termékeiket nagy tételben vásárolják fel, így ezeket kedvezőbben tudják beszerezni, illetve tovább értékesíteni. Vevői oldalról számos előnnyel számolhatunk, széles termékskálát biztosítanak, jutányos áron.

Olcsó piaci termékek iránti keresletnövekedés figyelhető meg, mely közvetlenül is hozzájárul a központ problémához, illetve közvetve a láncok, „zugcukrászdák” és pékségek térnyerése által. Ok-okozati tekintetben a fogyasztói igényességre illetve jövedelem és fizetőképesség csökkenésére vezethető, az utóbbihoz pedig nagyban hozzájárul a munkanélküliség.

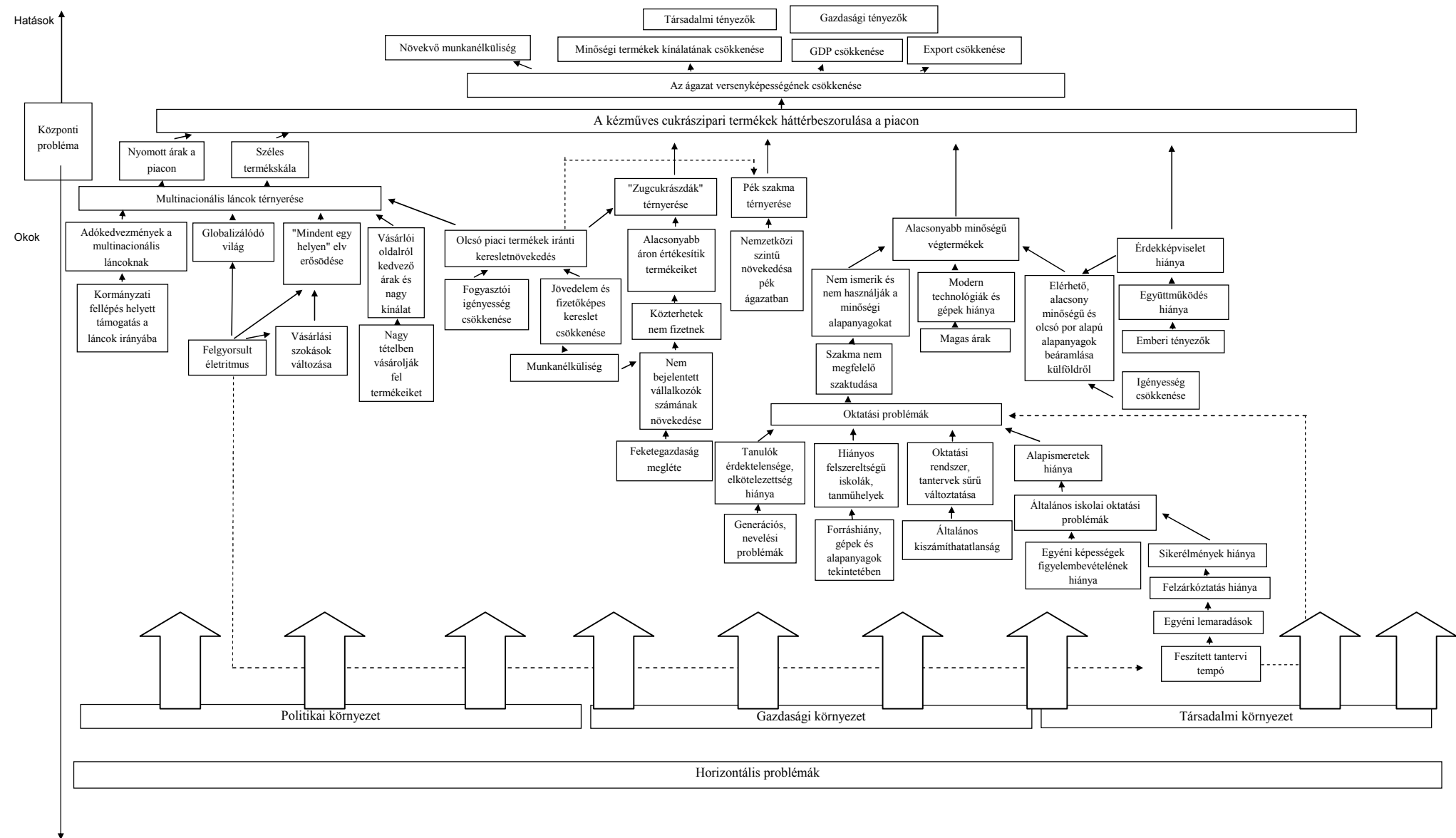
A feketegazdaság megléte évtizedek óta probléma Magyarországon. A gazdasági válság hatására csökkent a munkahelyek száma, ezáltal is erősödött a feketegazdaság. Az ágazatban nagy hátrányt jelentenek ezek a „vállalkozások” akik, nem bejelentett vállalkozók, így közterheket sem fizetnek, ezáltal termékeiket kedvezőbb áron tudják kínálni. A munkanélküliségből adódóan, foglalkozásuk végett sokan elkezdtek otthon süteményeket készíteni és forgalmazni, ezzel is növelve a feketegazdaságot. Ez több szempontból is veszélyes lehet, melyeket az interjúk kiértékelése során már említettem.

A pék szakma előtérbe kerülése főként egy nemzetközi hatásnak, tendenciának tudható be. Az utóbbi évek során megszorodott a pékségek száma Magyarországon illetve Európa szerte is. Mint ahogy korábban megemlítettem, Svájcban, Franciaországban, Ausztriában a cukrászdák mellett megtalálható egy kisebb pékség is. Hazánkban is számuk megnőtt, mára már csökkenés mutatkozik, de függetlenül a cukrászdáktól, a tiszta cukrászdai profil megmaradt. Viszont a pékek is elkezdtek a különböző édesipari termékek, süteményeket készíteni, mely konkurenciát jelentenek az ágazatnak.

Az alacsonyabb minőségű végtermék, a cukrászatok részéről részben oktatási problémákra vezethető vissza, meg kell említeni itt még a modern technológiai hiányosságokat, illetve a cukrászok részéről egyfajta igényesség csökkenést. Ezáltal előnyben részesítik az olcsóbb, de minőségileg rosszabb por alapú alapanyagokat, melyek nagy számban külföldről érkeznek Magyarországra. A modern gépek hiányoznak a cukrász műhelyekből is, ennél fogva nem tudják a legújabb technológiák adta lehetőségeket kihasználni, ez is befolyásolja a végtermék minőségét. A berendezések magas ára miatt nem áll módjukba beszerezni a legújabbakat. A szakma nem megfelelő szaktudása egyértelműen oktatási problémákra vezethető vissza. Az oktatásbeli hiányosságokat részben generációs és neveltetési problémák okozzák. A diákok felőli érdektelenség és elkötelezettség hiánya hátráltatja a képzést. Szintén problémákat okoznak a hiányos felszereltségű iskolák és tanműhelyek. Nincsenek modern gépek, nem tudják kipróbálni a legújabb technológiákat, ezen túl az alapanyag ellátással is gondok vannak. Ez mindenekelőtt pénzügyi okokra vezethető vissza, az iskolák forráshiánnyal küzdenek. Ugyancsak visszahúzó erő az oktatási rendszer, tanterv sűrű módosítása. Illetve fontos megemlíteni az alapismereti hiányosságokat. Némelyik diák nincsen tisztába az alapvető matematikai műveletekkel, mértékegységekkel, szövegértéssel. Első sorban az általános iskola oktatási rendszerének problémáira lehet visszavezetni. Az alapprobléma a feszített tantervi tempó, mely sok esetben az egyének lemaradását eredményezi, ezáltal a sikerélmények és eredmények elmaradnak, nincs ami motiválja a tanulót, a felzárkóztatásra pedig nincs idő. A rendszer egyik fő gondja, hogy nem méri fel, és nem veszi figyelembe az egyéni képességeket.

Az ágazat versenyképességét hátráltatja az érdekképviselő hiánya. Érdekeiket nem tudják képviselni a piacon vagy más piaci szereplőkkel szemben sem. Ezt az emberi tényezők befolyásolják és nagyban az együttműködés hiánya.

A horizontális problémák megléte, egyenrangúan hatással van a teljes ágazatra, ezek a politikai, társadalmi és gazdasági tényezők.



11. ábra: A magyar kézműves cukrászipar problémafája

Forrás: saját szerkesztés

5. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A saját eredmények kiértékelése során számos problémát, és ezek ok-okozati összefüggését tártam fel, melyek az ágazatot közvetlenül és közvetve negatívan befolyásolják. Központi problémaként az ágazat versenyképességének csökkenését állapítottam meg. Mindez számos tényezőre vezethető vissza. Fontos problémakörök a multinacionális láncok, pékek és „zugcukrászdák” térnyerése, melyet befolyásol a gazdasági helyzet és a fogyasztói igény szint csökkenése is, negatív hatást gyakorol az ágazatra az oktatásbeli hiányosságok, mely kihat a szakemberek felkészültségére, szaktudására és hozzáállására, előtérbe kerülnek a silány minőségű por alapú alapanyagok, ezáltal szintén az igény szint csökkenése figyelhető meg a cukrászok oldaláról is, illetve az érdekképviselő hiánya nehezíti az ágazat lobbi erejét.

Az általam feltárt és összegzett, rendszerbe foglalt problémákat újrafogalmazva célok formájában lehet megjeleníteni. Ezzel meghatározhatóak a kézműves cukrászat szereplői számára azok a jövőbeli feladatok, a kitűzött cél megvalósításának feltételes lépései, amelyeket megoldva feloldhatóak, megszüntethetőek, illetve mérsékelhetőek azok a problémák, amelyeket az ágazat szereplői befolyásolni tudnak. Mindezek alapján központi célkitűzésként fogalmazható meg a magyar kézműves cukrászipar versenyképességének helyreállítása. Ennek elengedhetetlen lépései pedig az alábbiak:

- Érdekérvényesítés megerősítése, ezáltal könnyebben tudnak fellépni a felmerülő problémákkal szemben. A közös erő megkönnyíti a fellépést a multinacionális láncokkal, pékekkel, feketegazdasággal szemben.
- Oktatási reformok elengedhetetlenek. Szakmailag jobban felkészíteni a tanulókat, nagy figyelmet fordítva a gyakorlati helyekre és az ott történő munkára. Tanulók ösztönzése, motiválása, szakma megszerettetése. Megfelelő szaktudással növelhető a termékek minősége, ezáltal jobban be tudna kapcsolódni az ágazata a piaci versenybe.
- Még több szakmai tanfolyam, képzés indítása, a cukrász szakmában tevékenykedők részére. Elengedhetetlen a tanulás az ágazatban, állandó fejlődésben kell lenni. Az ehhez szükséges tanfolyamok és iskolák biztosítása rendkívül fontos.
- Szakmai konferenciák, workshopok, rendezése melyek során a cukrászok tapasztalatokat tudnak cserélni, szembesülnek az egyéni problémákkal, és akár

közösen találhatnak rájuk megoldásokat. Itt az újításokat, szakmai tapasztalatokat is megoszthatják egymással.

- Nem megfelelő por alapú alapanyagok kiszorítása a piacról, ezáltal nőne a minőségi alapanyagok használata, mely a végtermékek esetében egy pozitív minőségi ugrást mutatna. Ehhez szükséges az erős érdekérvényesítő erő.
- Közös marketing tevékenység kiépítése. Erre kiváló példa az országtorta kezdeményezés, az év során több ilyen jellegű rendezvényt kellene szervezni, ezáltal a szakmát, kézműves termékeket is lehetne népszerűsíteni, illetve a forgalmat is pozitívan befolyásolja.

A célok megvalósítását jelenleg nagyban befolyásolja és nehezíti a gazdasági válság. Amíg fennáll a forrás és tőkehiány, addig a cukrászok nem tudnak fejleszteni, de a gazdasági helyzetet közvetlenül nem tudják befolyásolni, de addig is a közösségi tevékenységek kiépítésére kellene fektetni a hangsúlyt.

ÖSSZEFOGLALÁS

A magyarországi kézműves cukrásziparban az elmúlt évtizedekben számos változás ment végbe. A rendszerváltás után az 1990-es években fellendült a szakma, ez a lendület egészen a 2008-as gazdasági világválságig kitartott, mely teljesen átalakította, megnehezítette az ágazat helyzetét. 2008 előtt sem volt probléma mentes ez a szektor, de a válság begyűrűzése után egyre több gonddal kell megküzdenie cukrászainknak, ilyen például a szakképzés, szakemberek képzettsége, felkészültsége, alapanyag használat, feketegazdaság, multinacionális cégek térnyerése, stb. Ezen túl előtérbe kerülnek a mesterséges anyagok és félkész termékek használata, amelyek rontják a szakma presztízsét.

Témaválasztásom során a családi vonatkozások miatt adott volt a cukrászati iparág, mint kiváló téma, illetve ezelőtt még nem készítettek hasonló elemzést az ágazatról, mely szintén pozitívan befolyásolta döntésemet. Szerettem volna egy olyan mások számára is előnyös kutatást végezni, melyet a későbbiek során még hasznosíthatnak, legfőképp ezért választottam ezt a kérdéskört.

A kutatómunka megtervezése után, megkezdtem a vizsgálatokat. Első lépésben szekunder adatgyűjtést végeztem, mely során statisztikai adatokat és szakirodalmakat dolgoztam fel. Ezt követően mélyinterjún alapuló primer adatgyűjtést végeztem, melynek keretében személyesen kerestem fel a szakma képviselőit. A személyes interjúk során sokat tanultam a szakma jeles képviselőitől, akik pozitívan fogadták kezdeményezésemet. Az interjúk során, az általuk megfogalmazott javaslatok és problémák alapján elkészítettem az ágazat SWOT-analízist. Első lépésben számba vettem a vizsgált terület, vagyis a cukrászipar legfontosabb jellemzőit – erősségek, gyengeségek, lehetőségek és veszélyek kategóriába csoportosítottam. Majd a gyengeségek és fenyegetettségek figyelembevételével összeállítottam a kézműves cukrászipar problémafáját. Itt az egymással logikai kapcsolatban álló elemek, alulról felfelé mutatják a köztük lévő ok-okozati kapcsolatokat. Utolsó lépésben, pedig a feltárt problémákra tettem megoldási javaslatokat, mely során a megállapított problémákat újrafogalmazva célok formájában jelenítettem meg.

A kutatásaim alapján megállapíthatom, hogy a magyar kézműves cukrászipar központi problémája a kézműves cukrászipari termékek háttérbeszorulása a piacon. Erre a fő problémára közvetlenül hatást gyakorol a multinacionális láncok és pék szakma térnyerése, feketegazdaság megléte, illetve hozzájárul az oktatásbeli problémák.

IRODALOMJEGYZÉK

Szakirodalom

- Bács Z. – Fenyves V. – Grasselli N – Nagy A – Szűcs I (2005): Projektmenedzsment. Budapest. Szaktudás Kiadó Ház Rt. 70. p.
- Csordás L. (1998): 180 éves a debreceni cukrászat. Szakdolgozat. Debrecen. 5-20. pp.
- EUROSTAT (2012): News Release Euro Indicators. 5/2012
- Grasselli N. – Szűcs I. (2007): A projektmenedzsment elmélete és gyakorlata. Budapest. Szaktudás Kiadó Ház Rt. 58-70. pp.
- KSH adatbázis, www.ksh.hu.
- KSH (2007): Statisztikai tükrő. I évfolyam 88. szám. 2 p.
- KSH (2008): Statisztikai tükrő. II. évfolyam 143. szám. 1-2. pp.
- KSH (2012): Statisztikai tükrő. VI. évfolyam 10. szám 1 p.
- Nagy L. – Szűcs I. (szerk.) (2004): Gyakorlati alkalmazások, az üzleti tervezés gyakorlata. Debrecen. 18-20. pp.
- Síki J. – Tóth-Zsiga I. (1997): A magyar élelmiszeripar története. Mezőgazda kiadó. Budapest. 161-228. pp.
- Stauder M. (2000): Az élelmiszerek disztribúciós rendszerének fejlődése, különös tekintettel a kereskedelmi logisztikára. Agrárgazdasági Kutató és Informatikai Intézet. Budapest. 17-27. pp.
- Stauder M. (2003): Az agrár- és élelmiszertermékek belföldi kereskedelme a kilencvenes években és napjainkban. Agrárgazdasági Kutató és Informatikai Intézet. Budapest. 19-31. pp.
- Szabó G. (1997): A duális képzés rendszere és a projekt orientált képzés kapcsolata. Kandó Kálmán Műszaki Főiskola. Budapest. 1. p.
- Tóthné M. (2007): Kereskedelmi anomáliák, In.: Ágazatspecifikus innováción alapuló projektek generálása a baromfi ágazatban. (szerk. Nábrádi A.-Szöllősi L.), Debreceni Egyetem Agrártudományi Centrum Agrárgazdasági és vidékfejlesztési kar. Debrecen. 68-71. pp.

Internetes források:

- Heltai E. – Tarjányi J. (1999): A szociológiai interjú készítése, *TÁRKI.hu*, 1999., <http://www.adatfelvetel.hu/modszertan/interju.pdf>, A szociológiai interjú (mélyinterjú) (letöltve: 2011. 10.01)
- Kádár M. (2010): Hol tart a magyar cukrászat 1. ?, *HVG.hu*, 2010. október 28., http://hvg.hu/gasztronomia/20100812_magyar_cukraszat, (letöltve: 2011.05.01)
- Kádár M. (2010): Hol tart a magyar cukrászat 2. ?, *HVG.hu* 2010. szeptember 17., http://hvg.hu/gasztronomia/20100917_magyar_cukraszat_mihalyi_laszlo, (letöltve: 2011.05.01.)
- Kádár M. (2010): Hol tart a magyar cukrászat 5. ?, *HVG.hu*, 2010.november.05., http://hvg.hu/gasztronomia/20101105_magyar_cukraszat_szamos, (letöltve: 2011.05.01)
- Köpöncei Cs. (2011): Zugcukrászok teszik tönkre a hazai piacot, *Magyar Hírlap Online*, 2011.június.27., http://www.magyarhirnap.hu/gazdasag/zugcukraszok__teszik_tonkre__a_hazai_piacot_.html, (letöltve: 2011.10.08)
- MTI (2009): Várhatóan 2012-től jön a duális szakképzés, *HVG.hu*, 2010.november.11. http://hvg.hu/karrier/20101111_szakkepzes_iparkamara, (letöltve 2012.01.12)
- MTI (2011): Pokorni: A duális szakképzést kell bevezetni, 2011. március. 03., http://hvg.hu/karrier.oktatas/20110303_pokorni_dualis_szakkepzes, (letöltve: 2012.01.12)
- Sárközy I. (2009): A hipermarketek piaca, *maipiac.hu*, 2009. február.18., <http://www.maipiac.hu/index.php/2009-januar-februar/2810-a-hipermarketek-piaca>, (letöltve: 2011.05.01.)
- I1: Az élelmiszeripar fejlődése a kiegyezéstől a 20. század elejéig, <http://www.kfki.hu/chemonet/hun/food/iptort/iptort2.html>, (letöltve: 2011.04.20.)
- I2: Cegléden gyülekeznek a cukrászok, 2011. március 25 <http://www.trademagazin.hu/esemenyek/cegleden-talalkoznak-az-orszag-cukraszai.html>, (letöltve: 2011.05.01.)
- I3: Változatlanul magas munkanélküliségről számolt be az Eurostat, 2012. január 06., <http://www.euvonal.hu/index.php?op=hirek&id=7121>,. (letöltve:2012.03.16.)
- I4: Indul a duális szakképzés, 2011.augusztus 10., <http://www.vg.hu/kozelet/tarsadalom/indul-a-dualis-szakkepzes-355281>, (letöltve:2012.01.12)
- I5: Interjú, 2008, <http://www.ipsos.hu/site/egyeni-melyinterju-szakertoi-interju/>, (letöltve: 2012. 03.29)

- I6: A magyar a legmagasabb ÁFA-kulcs Európában, 2012. január. 26.,
<http://www.piacutatasok.hu/2012/01/magyar-legmagasabb-afa-kulcseuropaban.html>, (letöltve: 2012.04.03)
- I7: Élet az Európai Unióban, 2009., http://europa.eu/about-eu/facts-figures/living/index_hu.htm, letöltve:(2012.03.29)
- I8: The top 5 Global Confectionery Companies, 2009.,
<http://www.top5ofanything.com/index.php?h=efb06b00>, (letöltve:2012.04.01)

Interjúalanyok

Balogh, (2011a): Balogh István, Mignon cukrászda, Debrecen

Balogh, (2012b): Balogh László, Kézműves cukrászda, Gyula

Csordás, (2011): Csordás László, Mandula cukrászda, Debrecen

Fehér, (2012): Fehér György, Békéscsaba

Gara, (2011): Gara Gyula, Gara cukrászda, Debrecen

Horváth, (2012): Horváth Ferenc, Horváth cukrászda, Budapest

Juhász, (2012): Juhász Zoltán, Juhász cukrászda, Békés

Ladányi, (2011): Ladányi László, Ladányi cukrászda, Szeghalom

Pataki, (2012): Pataki János, Pataki cukrászda, Érd

Zila, (2012): Zila László, Krisztina cukrászat, Budapest

MELLÉKLET

Mélyinterjú kérdéskörei

- 1, Miért választotta ezt a szakmát?
- 2, Családban esetleg valaki volt cukrász?
- 3, Hol végezte tanulmányait?
- 4, Hol kezdte a szakmai gyakorlatát?
- 5, Találkozott-e olyan régi nagy mesterekkel, akik meghatározók voltak pályája számára?
- 6, Milyen képesítéseket szerzett? (tanfolyamok, képzések, bemutatók)
- 7, Van saját vállalkozása? (mikor alapította, főbb állomásai ennek)
- 8, Ha igen mit tart főprofiljának?
- 9, Miket tart a szakmáján belül fő prioritásoknak? (olcsóság, minőség, kézzelfoghatóság stb.)
- 10, Milyen lehetőségeket lát jelenleg a cukrásziparba illetve környezetében?
- 11, Hogyan látja a cukrászipar jelenlegi helyzetét?
- 12, Mit tart a legfőbb problémának?
- 13, Hogyan látja a cukrászipar jövőjét? (kitörési pontok)
- 14, Ha van ilyen, mely területeket fejlesztené?
- 15, Mi a véleménye az oktatásról, cukrászok képzéséről?
- 16, Milyen irányba fejlesztené az oktatást?
- 17, Mi a véleménye a multinacionális láncokról, ellenséget vagy lehetőséget lát bennük?
- 18, Hogyan vélekedik a jelenlegi gazdasági és politikai helyzetről? (18 és 25%-os áfakulcs)