

TMTE Szakmai Fórum

Piac – innováció – médiakapcsolatok

Kutasi Csaba

A Textilipari Műszaki és Tudományos Egyesület (TMTE) rendezésében 2011. május 31-én a Magyar Iparszövetség székházában (az egyesület székhelyén), közel hatvan fő részvételével került sor a „A textil- és ruhaipari innováció gazdaságpolitikai szemmel” című fórumra. A rendezvény előadói minisztériumi, nemzeti hivatalok vezetői voltak és egy médiaszakember. A korreferátumokat sikeres ruházati vállalkozások ügyvezetői tartották.

Dr. Pataki Pál, a TMTE elnöke megnyitójában kiemelte, mennyire fontos, hogy a textil- és a ruházati ipar vállalkozásai megismerjék a jelenlegi helyzetet. Ezt a célt szolgálja a mostani rendezvény is. Beszámolt arról a kedvező tendenciáról, hogy a nyugat-európai szakmabeli ágazatoknál a válság hatása már alig érződik, a vállalkozások többsége kilábalott és növekedésnek indult. Elmondta továbbá, hogy a Nemzetgazdasági Minisztérium gazdaságstratégiáért felelős államtitkársága az oda is eljuttatott TEXPLAT javaslatokat tanulmányozza és az ott leírt javaslatok alapján a textil- és ruhaipar számára remélhetőleg előnyös intézkedésekre kerül sor.

Előadások



Dr. Palócz Éva

Az első előadást **A magyar gazdaság helyzete 2011-ben** címmel Dr. Palócz Éva, a KOPINT TÁRKI vezérigazgatója tartotta. Először elismerően kiemelte, hogy a gazdaság egészét jellemző problémák ellenére a Textilipari Műszaki és Tudományos Egyesület a maga eszközeivel továbbra is kitartóan munkálkodik a textil- és ruhaipari vállalkozások túlélése érdekében.

A visegrádi országok és Szlovénia körében a 2000-es évtizedben végzett elemzések rámutattak arra, hogy hazánkban volt a leggyengébb a gazdasági növekedés és a GDP-hez viszonyítva a legrosszabb az államháztartási hiány alakulása. Lemaradásunk tartósodása fenyegetőnek látszott, a növekedés egyetlen hűzőereje az export volt. Annak ellenére, hogy a 2003–2007 időszakban a gazdaság ágazatai növekedésénél nagyon eltérő növekedés tapasztalható, csupán a ruházati iparban csökkent a nettó árbevétel alakulása.

2011-ben élénkülő, várhatóan mintegy 3 %-os növekedés várható, de a 2006. évi szintet csak 2014-ben tudjuk ismét elérni, ha a javulás tovább folytatódik. A jövedelemkiáramlás kedvezően hat a fogyasztásra és a beruházások fokozódására is. A magánfogyasztás szélesedése (kiegyensúlyozott és folyamatos emelkedése) és az export gyors növekedése (amely a nemzetközi

versenyképességet javítja) lehet a hazai gazdasági motorja..

Dr. Botos Balázs, a Nemzetgazdasági Minisztérium helyettes államtitkára **A világkereskedelem változásai és hatásuk a magyar feldolgozóipari kis- és középvállalkozásokra** című előadásában először



Dr. Botos Balázs

is felhívta a figyelmet a magyar gazdaság nyitott jellegével összefüggő sebezhetőségre. Nagy kérdés, hogy megmarad-e a mostani hárompólusú világ-gazdaság, amely jelenleg így jellemezhető: Európában még a visszaesés tapasztalható, Ázsia (főleg Kína és India) dinamikus növekszik, Észak-Amerika gazdasága pedig e két említett régió között helyezkedik el. Az átrendeződő erőviszonyokat tekintve, Európában magas, közel 2/3 az egymás közötti kereskedelem aránya, az egységes belső piac kereslete elég alacsony. Ázsiára a dinamikus növekedés és importkereslet fokozódása jellemző. Amerikában (különösen az USA-ban) az Európáinál élénkebb, de az ázsiaianál visszafogottabb növekedés tapasztalható, ugyanakkor fokozott keresletlénkítés figyelhető meg.

Magyarországon a 2009. esztendő a „válság éve” volt. Erőteljes, a nemzetközi tendenciáknál nagyobb visszaesés jellemezte a gazdaságot, főként a járműipart és az energia szektort. 2009 végétől ismét megindult a GDP növekedése, különösen a dinamikus exportjavulásnak köszönhetően. 2010-től fellendülés kezdődött, javuló export-import egyensúly volt tapasztalható, ugyanakkor a beruházásoknál visszaesés következett be. A hazai vállalkozások (mind a multinacionális, mind a hazai tulajdonosi körbe tartozók) szerepe meghatározó volt. A magyar nagyvállalati kör viszont a vesztesek közé került, a kis- és középvállalkozások viszont ellenállóbbnak bizonyultak a nehéz időkben. A legújabb konjunktúra mutatók szerint a válságból való lassú kilábalásban a nagy exportálók értek el jó eredményeket. Sajnos a többségben magyar tulajdonú cégeknél csak 17 %-os mértékű az export részarány. A hazai ágazatok sajátossága, hogy a külkereskedelem döntő részét feldolgozóipari termékek teszik ki (az export 95, az import 89 %-a). Főleg az élelmiszer-, a gumiiipar, valamint a fémfeldolgozás eredményes, az ilyen kis- és középvállalkozások értek el átlag feletti exportot. A textil- és ruhaipar a hazai gazdaság 2 %-át alig meghaladó részesedést tesz ki.

A helyettes államtitkár a 2015-ig terjedő külgazdasági stratégiatervezethez kért véleményeket, amelyek a minisztérium honlapján mindenki számára hozzáférhetők. A főbb célkitűzéseket tekintve, egyrészt a termék-

szerkezet egyoldalúságának feloldásával kell csökkenti a kockázatokat, másrészt a kis- és középvállalkozások szerepének, külpiacra lépésének növelése lényeges (pl. kereskedőházak beindításával a hajdani „impexekre” is visszaemlékezve).



Karakó Korinna

A külpiacra jutás új ágazati programja címmel tartott ismertetőjében Karakó Korinna, a Nemzeti Külgazdasági Hivatal (Hungarian Investment and Trade Agency, HITA) osztályvezetője az új intézmény tevékenységét mutatta be. A 2011. évtől működő szervezet fő feladata az exportfejlesztés és a befektetések ösztönzése. A hivatal nemcsak a fővárosban tevékenykedik, a regionális hálózatot megyei szakemberekkel működtetik. Több száz vállalkozásfejlesztő intézménnyel állnak kapcsolatban, szakmai szövetségekkel és klaszterekkel együttműködve, segítik elő a kis- és középvállalkozások piacra jutását. Szakmai rendezvényekkel, kereskedelemfejlesztő pályázatokkal, beszállítói programokkal, piacszerzési célú termelő beruházások ösztönzésével is hatékony segítséget nyújtanak a vállalatoknak. Szakmai programok támogatásával (pl. a közelmúltbeli Techtextil kiállításon való részvétel ill. a soron következő A+A munkavédelmi szakkiallítás magyar standjának kialakítása), a nemzetközi közbeszerzésekbe való bekapcsolódással és a divattervezők bemutatkozási lehetőségével is hozzájárulnak a hazai textil- és ruhaipari partnerek sikeres külföldi részvételéhez.



Dr. Mészáros György

Dr. Mészáros György, a Nemzeti Innovációs Hivatal (NIH) elnöke **A hazai innováció erősítésének lehetőségeiről, a Nemzeti Innovációs Hivatal feladatairól** szólt. Az innováció szakpolitikai érvényesítőjeként határozta meg az NIH szerepét. A kutatás-fejlesztés-innováció (K+F+I) stratégiával foglalkozva beszélt a stratégiai és ágazati tervezésről, a forrásfelhasználás intézményrendszerének átalakításáról.

A hivatal a Nemzetgazdasági Minisztériummal (NGM) van kapcsolatban. A Nemzeti Közlekedési Hatóság (NKH) és a Nemzeti Foglalkoztatási Szolgálat (NFSZ) mellett kapcsolódik a NIH a tárcához. Feladatuk többek között a szakpolitikai tervezés, a stratégia kidolgozása és az adatszolgáltatás. A Nemzeti Fejlesztési Minisztériumhoz (NFM) tartozó Nemzeti Fejlesztési Ügynökség (NFÜ) foglalkozik a forrásfelhasználásokkal, a Magyar Gazdaságfejlesztési Központ (MAG) a közreműködő szervezet. A NIH szolgáltat az NFÜ-nek, továbbá ajánlásokat tesz a Nemzeti Kutatási, Innovációs és Tudománypolitikai Tanácsnak (NKITT).

Az előadó jelezte, segítséget vár a textil- és ruhaipari szakemberektől is a K+F+I stratégia kialakításához. Végül beszámolt arról, hogy az innovációra alkalmas társaságokról térképet készít a NIH.

A program utolsó előadását Bárdos Zita kommunikációs és kormányzati kapcsolati igazgató, a Divathét főszerkesztője, a Duna TV producere tartotta **Az ágazat presztízsének emelése marketing és médiakommunikációs eszközökkel** címmel. Kedvezőtlennek ítélte, hogy ágazataink szaksajtója és a médiumok közötti áthallás elmarad a kívánalmaktól, pedig a hírnév és a marketing-kommunikáció rendkívül fontos. Hangsúlyozta, hogy nagyobb szerepet kell kapniuk a tervezőknek a textil- és ruhaiparban. A beszállítói háttér problémájánál egyre jobban megjelenik a szakképzett munkaerő hiánya, továbbá számos szakmát (pl. szűcs, zsinórozó stb.) a kihalás veszélye fenyeget. Nagy gond, hogy nincs megfelelő életpálya modell, így a fiatalok számára nem vonzóak ezek a mesterségek.

A nyilvánosság nagy erő – hangsúlyozta –, ezért készséggel vár híreket, riportalany ajánlásokat. Főleg a személyes kapcsolatok, a szakmai szövetségekkel való kapcsolattartás meghatározó fontosságú napjainkban.

Korreferátumok

Az előadásokat követően vállaltvezetői korreferátumok következtek **Best practice – Küzdelmes sikerek!** címmel.

Az első korreferátumot Szabó Imréné, az Axamo Ruházati Kft. cégvezetője tartotta, akit egyébként a közelmúltban tüntettek ki „Az év vállalkozója” elismeréssel. Cégének bemutatása során elmondta, hogy vállalatuk mint családi vállalkozás és jövőre lesz tíz éves. A hajdani váci Senior kötöttárugyár kazári varrodájában kezdték munkájukat, jelenleg már 85 fővel dolgoznak a megújult üzemben. Igen jó kapcsolatot ápolnak a TMTE-vel, ez mentette meg őket az elszigetelődéstől. Egy korábbi egyesületi rendezvényen ismerték meg azt a német, konfekcionáló kapacitást kereső partnerüket, akivel azóta is meghatározó az üzleti kapcsolatuk. A VOSZ textiltagozatával is rendszeresen együttműködnek. A pályázatokon eredményesen vesznek részt, gépparkjuk megújításán kívül fűtésük és világításuk korszerűsítését is ilyen forrásokból fedezték. Sikerük „titka” a minőségi szemléletük, optimális gazdálkodásuk, a szakmai továbbképzéseken való részvételük és a jó kollektíva.



Szabó Imréné

Mindennek ellenére nehézségekkel is küszködnek. Nagy gond a szakképzett munkaerő utánpótlása, a magas üzemanyagárak miatt a dolgozók be- és hazaszállítása. Problémát jelent számukra, hogy méretük miatt sajnos nem tudnak bekapcsolódni a mikrovállalkozások számára kiírt pályázatokba.

Megyesi László, a Beriv Ruhagyár Zrt. vezérigazgatója húsz éve vezeti az idén 50 éves jubileumát ünneplő céget. Sikerük alappilléreinek azt tartja, hogy reális jövőképet vázoltak fel maguknak, a kiváló



Megyesi László

minőségű gyártást tartják szem előtt és ezzel elérték, hogy munkaellátottságuk (beleértve alvállalkozóikat is) mindig megfelelő. Hamar felismerték, hogy a bér-munka tevékenység mellett saját termékekkel is meg kell jelenni a piacon. Divattervező és szerkesztő szakemberek bevonásával 1995-ben jelentek meg saját márkás termékükkel (Catherine), ami 2-3 év után 35 partneres kapcsolattá bővült. A felívelő szakasz után végül 2002-ben a

márka életciklusa befejeződött.

2008-ban 783 millió Ft árbevételt értek el 40 % feletti export részaránnyal, az elmúlt évben a 864 millió Ft árbevétel is 55 %-ban export értékesítésből folyt be. A magas hozzáadott értékű termékek továbbra is fontosak a cikkprofiljukban. Nagy hangsúlyt fektetnek a határidők és a jó minőség betartására. Olasz, spanyol és portugál cégekkel kell konkurálniuk, ennek megfelelő színvonalon kell a gyártást biztosítani.

A vállalat blézerek gyártására specializálódott. Ez igényes tevékenység (példaként kiemelte az ujj- és gallérbevarrás kulcsműveleteit), ezt csak kiválóan felkészült szakmunkásokkal lehet biztosítani. Sajnos az utánpótlás nem megfelelő: alig folyik iskolarendszerű szakképzés, a nyugdíjba menő dolgozók helyébe rendkívül nehéz igényes munkára képes munkaerőt találni. „Ha így marad, a szakma napjai meg vannak számlálva” – zárta korreferátumát az előadó.

Szakmai vita

Az előadásokat és korreferátumokat követő szakmai vitába sokan kapcsolódtak be. A főbb visszatérő témák a következők szerint foglalhatók össze:

- A megfelelően felkészített pályakezdő szakemberekre egyre jobban szükség van, ezért a szakképzéstől jelentős minőségjavulást várnak a vállalkozások. A kisebb létszámú jelentkező esetében is folytatni kell a szakoktatást, törekedve a gyakorlatorientált képzésre, amelyben a szakelméleti tréningek is megfelelő helyet

kapnak. A kihalásra ítélt szakmák megmaradása érdekében, a 24. órában lépni kell.

- Az „olcsón jó minőséget” igény realizálása is többször szóba került. Gyakorló szakemberek sorra cáfolták az ennek való megfelelés lehetőségét. A nehezen megszerzett piacok és vevők igényeinek kielégítése csak optimális alap- és segédanyagok felhasználásával, élenjáró technológiák alkalmazásával érthető el, amely jól felkészült szakmunkások közreműködésével valósul meg.

- A távol-keleti textil- és ruhaipari termékdömping kedvezőtlen hatása is visszatérő vitatéma volt. Egyrészt pl. a kínai belső fogyasztás növekedéssel egyértelműen csökkenhetnek a helyi szállítók külföldre történő exportálásai, másrészt kontinensünkön egyre jobban növekszik a magasabb hozzáadott értékű cikkek iránti kereslet.

- A használatruha-kereskedelemmel kapcsolatos anomáliák is ismét előtérbe kerültek, többek között a hazai gyártók esélyeit rontó egyik körülményként. Többen magas szintű beavatkozást tartanak szükségesnek, hogy az új termékek iránti belföldi kereslet ez úton is fokozódhasson.

- A textil- és ruházati szakmák presztízsének visszaállításával számos hozzászóló foglalkozott, szorgalmazva a hatékony beavatkozásokat és a sikeres példák széleskörű kommunikálását.



A hallgatóság