



A projekt a Nemzeti Kutatási és Technológiai Hivatal támogatásával valósult meg.

NEMZETI TECHNOLÓGIAI PLATFORM A TEXTIL- ÉS RUHAIPAR
MEGÚJÍTÁSÁÉRT

Ruhaipari kis- és közepes méretű vállalkozások helyzetének felmérése – Dél- alföldi régió

Helyzetfelmérés

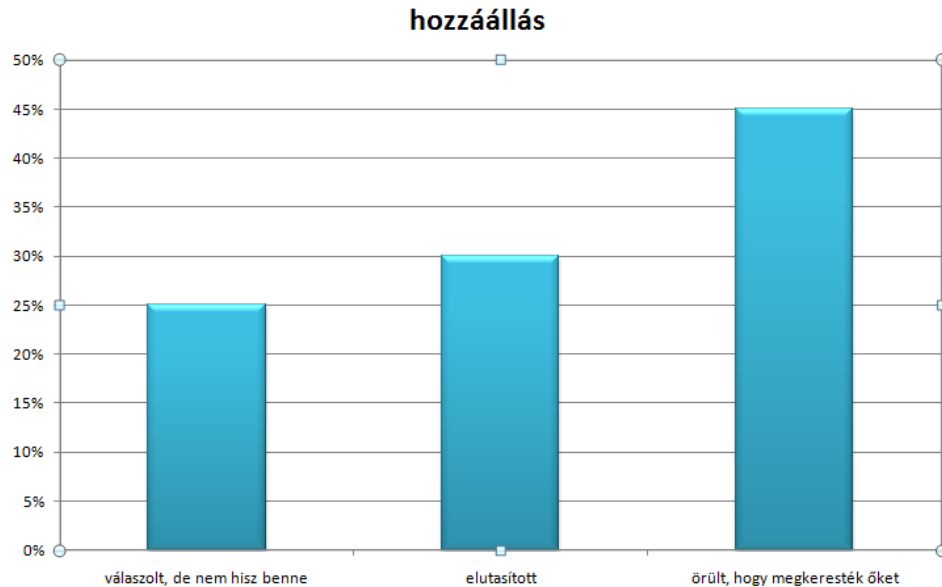
Készült a TEXPLAT 3. munkacsoport stratégia kidolgozásához

Szerző: Szabóné Vozár Katalin

2009. október

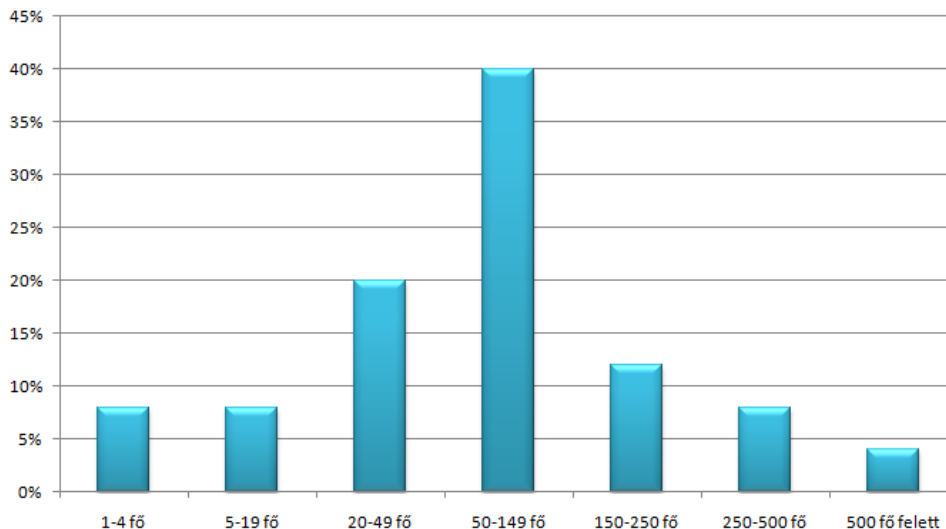
TMTE megbízásából végzett kérdőíves felmérés összefoglalása

A kérdőíves felmérés elvégzéséhez 43 vállalkozás adatait kaptuk meg. Ebből 8 vállalkozás nem volt elérhető a felmérés időpontjában (egyrészt azért mert az adatbázisban található elérhetőségek egyikén sem lehetett őket utolérni, másrészt pedig a felmérés ideje alatt nem tudtuk őket elérni.). Ezenkívül 3 vállalkozás vagy megszűnt vagy jelenleg van felszámolás alatt.

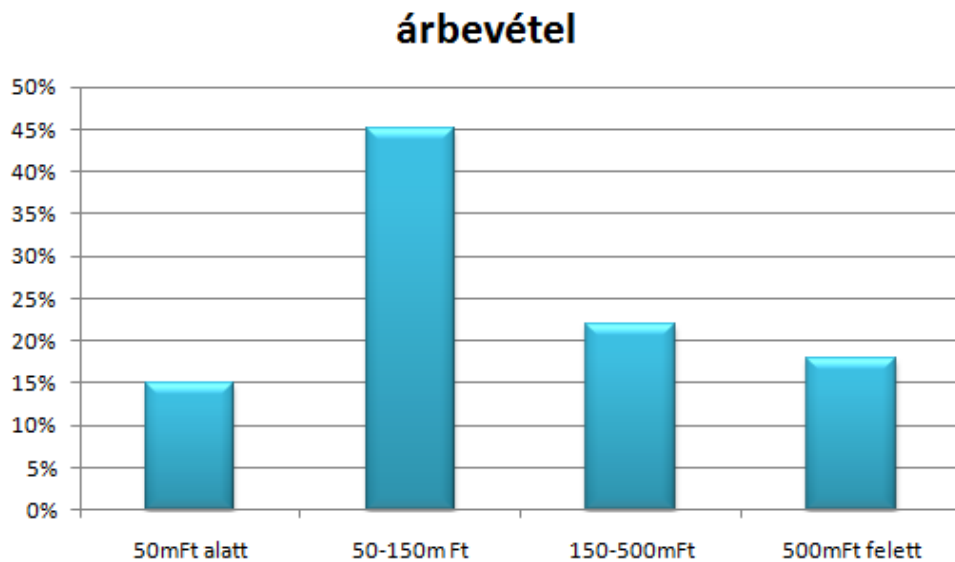


A megkeresett vállalatok többsége örültek annak, hogy végre valaki szeretne tenni ezért az iparágért is, annak meg különösen, hogy az ő véleményükre is kíváncsiak. Ezek közül a cégek közül azonban többnek is az volt a véleménye, hogy fel kellene térképezni és meg kellene keresni az ország összes vállalkozását mely az iparághoz kapcsolódik, mert csak akkor lehetne eredményes kiértékelést végezni.

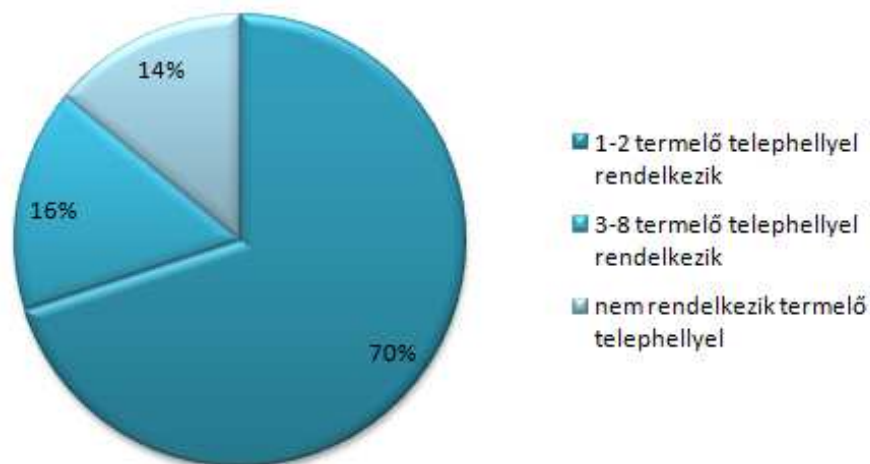
A kérdőív a megkérdezett vállalatok nagyságát tekintve minden méretet lefedett. A megkérdezettek eloszlása a következő volt:



Ahogy az várható is volt, a vállalkozások nagysága nincs egyenes arányban a bevételek nagyságával. Az árbevételek nagysága nagy mértékben függ attól, hogy a megkérdezettek csak bér munkát végeznek, vagy anyagos bér munkát esetleg a bér munka mellett saját terméket is értékesítenek. Néhány vállalat ahogy az a későbbiekben látható lesz egészen más tevékenységekből is növeli az árbevételét. Az árbevételek alakulása a megkérdezettek között így alakul:

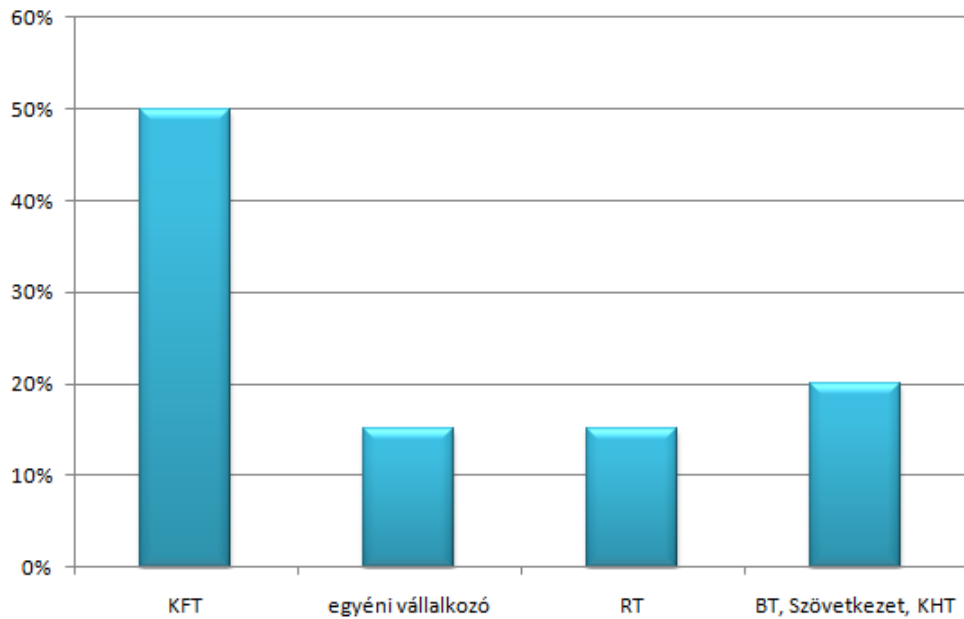


A megkérdezett vállalkozások mindösszesen 22 %-ának nincs export bevétele. Az összes többi vállalkozás részben vagy egészében exportra termel és onnan szerzi a bevételeit.

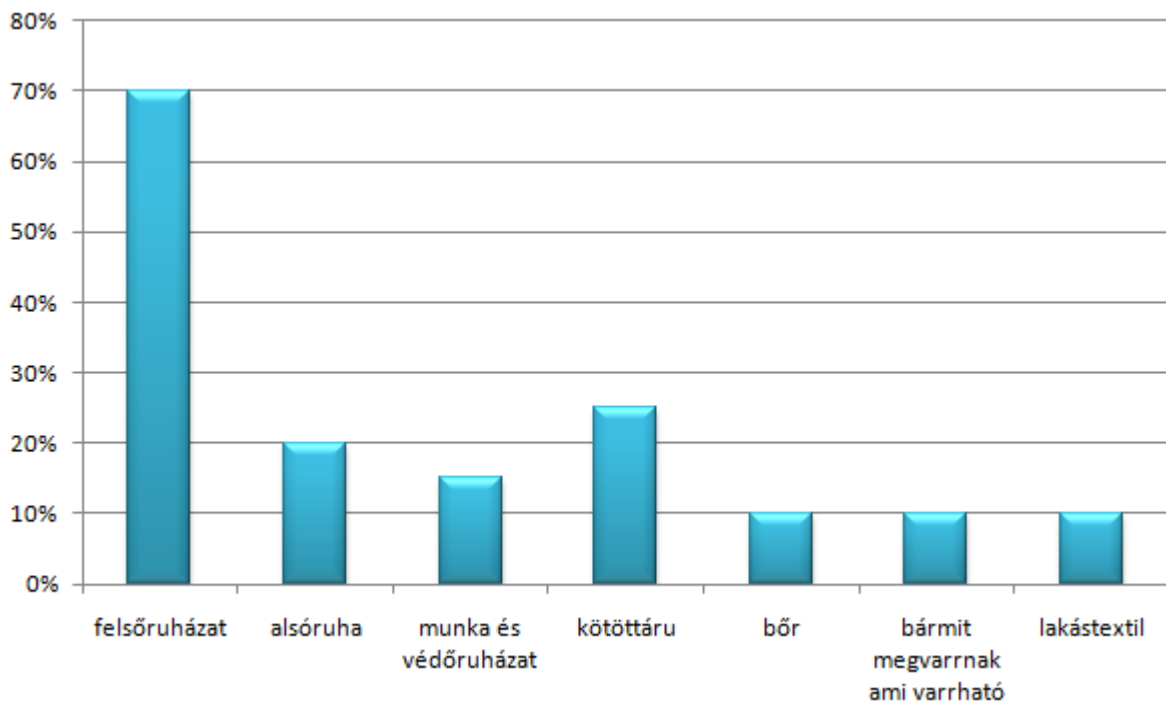


Itt érdemes megjegyezni, hogy az egyik válaszadó varrodai telephelye külföldön található a munkaerő magas költségei miatt. 14%-nak nincs saját termelő telephelye. Ők alvállalkozókkal, bedolgozókkal végeztetik a termelést. A megkérdezett cégek közül 2 kizárólag csak csökkentett munkaképességű embereket foglalkoztat (nagyságuk: 50-149, 150-249).

Vállalati formájukat tekintve a megoszlás a következő:



A vállalkozások profilját tekintve a termékkör nagyon változatos. A megoszlás a következőképpen alakul:



A fent felvázoltakon kívül vannak vállalkozások akik egyéb tevékenységgel is foglalkoznak. Ilyen a vegytisztítás, seprű készítés, kosár fonás, ingatlan hasznosítás stb. Itt ötletként megemlítenénk, hogy külföldi példákra hivatkozva a vegytisztítást ki lehetne egészíteni ruhaipari javítási szolgáltatással.

Néhány felbontás az üzleti tevékenységet tekintve

30% külföldre is értékesít	70% csak hazai piacon értékesít	
60%-nak van saját terméke és a felének van saját márkája is	40% rendelkezik gyártmányfejlesztéssel, nincs saját terméke	

A mintagyártást a megkérdezett üzemek nagy részénél a varrodai szalagokon végzik. Dicsérendő az a kezdeményezés, hogy néhol már a tervezővel együtt készítik a mintákat és így rögtön módosítani tudják az esetleges kezdeti problémákat.

10% csak belföldre bémunkázik	15% csak külföldre bémunkázik	75% mindkét piacra bémunkázik	
10% anyagos bémunka	15% kellékes bémunka	75% klasszikus bémunkát végez	
A megkérdezettek 75-a végez bémunkát			25% nem végez bémunkát

A megkérdezettek 30%-a gyárt állami megrendelésekre is.

Az értékesítési módok közül az interneten történő értékesítést 30% alkalmazza. A többiek akik saját termékkel rendelkeznek, leginkább nagykereskedőknek és kiskereskedőknek értékesítenek.

Fő piacok ahová a vállalkozások bémunkát végeznek:



Célszázként jelölték meg a jövőben a bér munka tekintetében a fentieken kívül:

valamennyi nyugati EU és EFTA országot, USA,

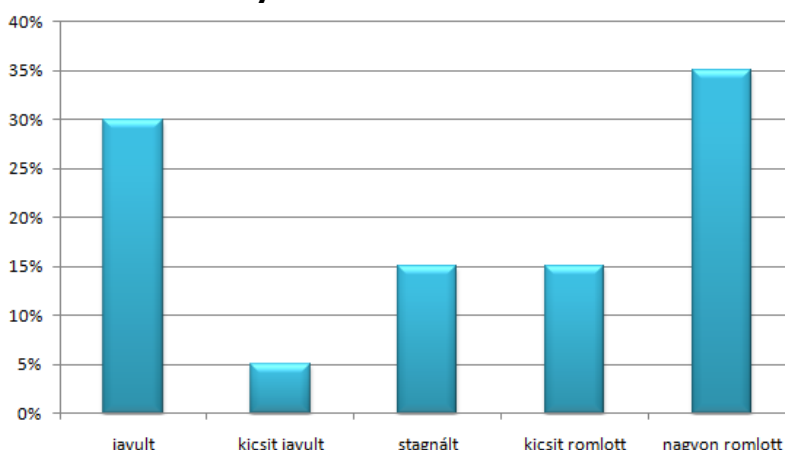
Fő piacok ahová a vállalkozások saját termékeket értékesítenek: ■

Célszázként jelölték meg a jövőben a saját termék értékesítésben a fentieken kívül: ■



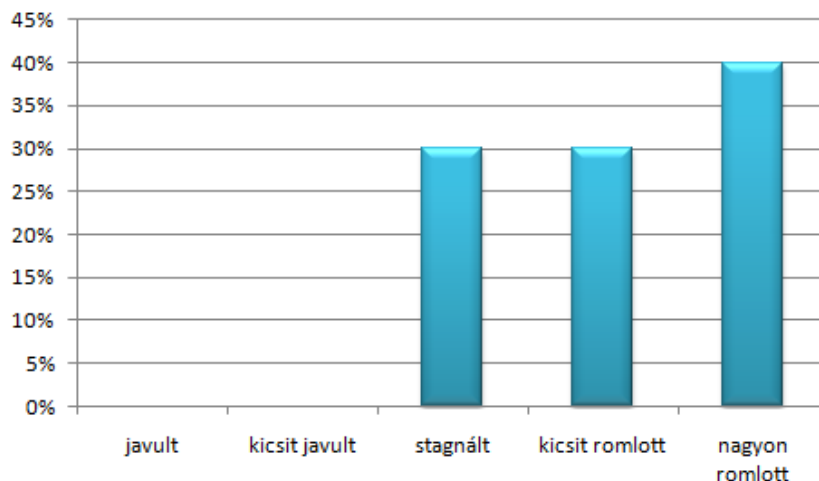
Ahogy az látható a térképen a saját termékeiket a vállalkozások elsősorban a környező országokban értékesítik és a jövőben is ezekbe az országokba szeretnék szállítani. Néhányan ugyan még nem túl nagy mennyiséggel, de sikerrel próbálkoztak Németországban is. Ez azonban még nem jellemző.

A vállalkozások helyzetének alakulása az elmúlt 5 évben:

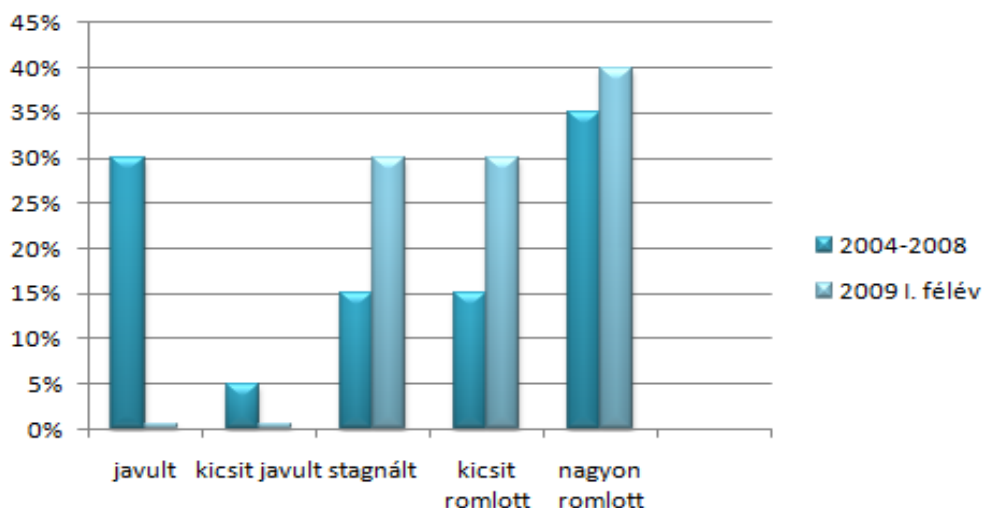


Az elmúlt 5 év mellett vizsgáltuk azt is, hogy a gazdasági válság hatására hogyan alakult a vállalkozások helyzete.

A vállalkozások helyzetének alakulása a 2009 első félévében:



A két diagram összevetésében rögtön szembeűnő az, hogy a vállalkozások az elműt félévben nem tudtak javítani a helyzetükön. Szerencsére azonban a stagnált és a kicsit romlott státuszok nagyobb mértékben nőttek, mint a nagyon romlott állapot.



A kedvezőtlen alakulás okai:

Legtöbbet említett 3 ok a vásárlóerő hiánya, az elműt időben kialakult nyomott árak, valamint a kínai áruk térhódítása volt. Fontos megjegyezni, hogy korábban csak a kínai árukat okoltuk a kialakult helyzetért, mára ez már megváltozott. További gyakran említett okok között szerepeltek a finanszírozási problémák, a termelés magas költségei (lásd már van olyan cég aki keletebbre viszi a termelését), EU (első sorban az új tagországok) és hazai versenytársak előretörése.

Amennyiben volt javulás a vizsgált időszakban, akkor annak az okai:

Elsősorban a sikeres piacváltás segített mindenkinek. Fontosnak tartották azonban az elégedett vevőket, a pontos szállítást, a folyamatosan javuló minőséget, a technológiai fejlesztéseket, a jól sikerűlt képzési programokat. Megemlítették még a támogatásokat valamint, hogy az utóbbi időben érezhető az, hogy a gyártók visszatérni látszanak az olcsó, de kockázatos kapacitásoktól. A termelést inkább visszahozzák Európába, biztonságra törekcszenek a gyártatók.

A megkérdezett vállalkozások 80%-ban reálisan értékelték saját vállalatukat, annak helyét az iparban. Megkérdeztük, hogy melyek a vállalkozások legfőbb erősségei és gyengeségei saját meglátásuk szerint.

Legfontosabb erősségek, amelyek leginkább segítik a vállalkozások sikerét:

- tapasztalt munkaerő,
- hagyományok,
- minőség,
- gyors átfutási idő,
- rugalmasság,

Erősségek, amelyeket még fontosnak tartottak megemlíteni:

- piac ismeret,
- vevő kapcsolatok,
- marketing a saját termék esetén,
- csökkentett munkaképességű emberek alkalmazása,

Erősségek, amelyeket néhányan megemlítették:

- pályázati jártasság,
- referenciák,
- új iránti fogékonyság,
- nyelvtudás,

Talán itt meg lehetne említeni, hogy ma már a nyelvtudás alapvető kellene legyen a vállalkozások életében, mégis többen erősségként említették még ma is.

A gyengeségeknél első helyen a következőket sorolták fel:

- érdektelenség,
- fejlesztési stratégia hiánya,
- piacismeret hiánya,
- szakember és munkaerő hiány,
- tőke hiány,

A tőke hiány további elemzésénél a következő okokat említették:

- egyéni vállalkozások hátrányos helyzete pályázatoknál (bár éreztek javulást),
- a kisvállalkozóknak polihisztoroknak kellene lenniük,
- a textilipar általános negatív megítélése a finanszírozásban,

További gyengeségként említették:

- saját bolthálózat hiánya,
- erős szezonális,
- marketing hiánya,
- szervezetlenség,
- elavult géppark,

Az itt felsorolt erősségek és gyengeségek elemzését a helyzetfelmérés végén található javaslatoknál végezzük el.

A vállalkozások innovációik során elsősorban technológiai-, informatikai-, és gyártmányfejlesztéseket említettek. De előfordult, aki már ezen túllépve, munkaszervezésben és piac szerzésben is próbált innovatív lenni. Az innovációval kapcsolatban vannak értelmezési viták. Kérdésként merült fel, hogy innováció e a gép-vásárlás ill. informatikai fejlesztés. Néhány vállalkozás szerint az innovációnál fontosabb a kapcsolatrendszer.

Itt az elmondottakat elemezve azt kell megemlíteni, hogy akik figyelemmel kísérték a pályázatokat azok többsége pályázatírók segítségével sikeresen vett részt pályázatokon. A válaszadók több mint a fele eredményesen pályázott. Elsősorban regionális munkahelymegtartó (bértámogatás) ill. technológiai fejlesztő pályázatokon (GOP), de oktatási (HEFOP) pályázatot és piacra jutási támogatást is nyertek.

A válaszadók fele tervez új pályázati részvételt, közülük 3-an korábban még nem pályáztak.

A válaszadóknak 70%-a tervez innovációt. Többségük gépfejlesztést azon belül is szabászati korszerűsítést fontolgat. A megvalósulás akadályaként döntő többségük a pénzhiányt jelölte meg, de szakember hiány, a kockázatvállalási készség és a stratégia hiánya is szerepelt akadályozó tényezőként. **A K + F költségeket csak a válaszadók fele tartja számon.**

A vállalkozások az információszerzéshez forrásaikat a következőképpen rangsorolták:

1. vevők, szállítók, versenytársak
2. internet
3. szakajtó (Textiltechnika, Divatmarketing, Piac, Kereskedő, TMTE Híradó, Célikiránytű)
4. kiállítások
5. TMTE rendezvények

Az együttműködést a megkérdezettek nagy többsége fontosnak tartotta érdekvédelmi és tapasztalatcsere, kölcsönös kiegészítés céljából is.

Általában ők már TEXPLAT tagok vagy szándékoznak belépni (nekik hagyunk ott belépési nyilatkozatot). Voltak azonban néhányan akik nem akarták az együttműködést. A Texplattal kapcsolatban egyelőre azonban még bizonytalanság van: mi várható tőle? Nem lesz-e átpolitizálva? stb.

A megkérdezett vállalkozások **30%-a rendelkezik számítógépes gyártáselőkészítési rendszerrel.** Ezek típusa nagyon különböző (Lectra, Asyst, Investronica, Optitex, Gemsy). Azonban ehhez kapcsolódó automata szabázzal már csak két helyen található (Gerber, Bullmer, Lectra). Ez nagy valószínűséggel azért is van így mert 50-150 fő közötti foglalkoztatottak esetében komolyan meg kell gondolni, hogy az automata szabázzal milyen idő alatt térülne meg. Itt figyelembe kell venni a termelendő mennyiség mellett a megrendelések nagyságát is. Akik ezt végig gondolva mégis emellett döntöttek, azok ehhez pályázati lehetőségeket szeretnék igénybe venni. 15% rendelkezik terítőgépekkel.

A varrodai gépek átlag életkora a vállalkozásoknál 20 év. A szórás azonban nagyon nagy mert volt varroda ahol 1 éves új varrógépeken dolgoztak és volt olyan is ahol a gépek többsége 40 év felett volt. Általában ott ahol van fejlesztési stratégia, ott folyamatosan figyelnek a géppark frissítésére, kiegészítésére.

Speciális géppel minden gyártó rendelkezik a saját termeléséhez, vagy a partnerkapcsolatai alapján szükség esetén kölcsön tudja kérni. Legáltalánosabb a speciálgépek közül a hímzőgépek és a díszítő gépek.

A vállalatoknál nagyon látszik, hogy a minőség mindenkinél fontos. A szalagközi és a végmezőzés egy vállalkozás kivételével mindenhol jelen van. Ezt az is bizonyítja, hogy közismert márkás nyugati divatcégek ruhaipari termékei készülnek ezeknél a vállalkozásoknál. A megkeresett cégek azonban nem szerették volna, ha ezek nevei megjelenének az összefoglalóban.

Minőségbiztosítással a válaszadók 17 % -a rendelkezik, ők azok a cégek, akik, tendereken indulnak és ehhez a minőségbiztosítás elengedhetetlen.

A beszélgetések során elhangzottakat összegezve több fontosnak ítélt megállapítást és javaslatot is megfogalmaztunk:

1. A **kínai áru** nagy probléma, de már nem csak azért, mert olcsó, hanem mert már megtanultak gyártani, **egyre jobb a minőség** valamint már **extra méreteket is tudnak készíteni**.
2. Érthetetlen, hogy a kínai áruházakban a bolti ár 80 %-át kitevő anyagár mellett, hogy tudják azokat az árakat tartani. Pl. 980 forintos ffi pizsama azonos minőségű anyagának az ára 780 ft, 699 forintos ing anyagára 499 Ft **Hol a ker. árrés? hol a megmunkálási ktg?**
Ha a gépkocsinál lehet egy árlista, aminek alapján kivetik a vámot, mindegy, mi van a számlán, akkor a mi szakmánkban miért nem lehet **minimál vám** alapot megállapítani? Vagy nagyobb tételek vámolásakor miért nem hívnak tőlünk szakértőt, aki a géprongynak deklarált áruról meg tudja állapítani, hogy póló, csak egy oldala nincs összevarrva?
3. A kínaiakat nem szidni kell, hanem **tanulni** tőlük, na nem a simliséget és a munkaerő kizsákmányolást, hanem a **gyors tanulási, alkalmazkodási készséget**.
4. A kínaiak már nem is annyira azzal ártnak, hogy olcsó terméket kínálnak, hanem, hogy **"felzabálták" a piacot** /lásd Skálák, vidéki áruházak, boltok,/ teljesen beszűkült a bolthálózat.
5. A **Magyarországon gyártott termékek** eladási pozícióit javítani kellene, pl hasonló megállapodásokkal a nagy értékesítő láncokkal, mint a mezőgazdaságban tették, illetve aktívabb PR tevékenységgel (itt szintén a mezőgazdaságot lehetne említeni), amely jobban beviszi a köztudatba, hogy ha magyar árut veszel, magyar munkahelyeket őrzöl meg.
6. Ha megkérdezzük, mit szeretnének leginkább, mindenki **saját boltról** álmodik, azt várják, hogy erre is lehessen pályázni. Több helyen felmerült azonban az ötlet, hogy **olyan bolthálózatot** lehetne kialakítani állami támogatással, **ahol színvonalas magyar árut lehetne vásárolni**. Ehhez várnának egy felülről jövő kezdeményezést amely nem csak a bolthálózat kialakításában lenne kezdeményező, hanem a marketing munkában, a magyar termékek reklámozásában is nyújthatna segítséget (lásd a korábbi pontban is). Különböző ötletek merültek fel (pl. külön női és ffi üzletek ahol mindent meglehetően vásárolni tetőtől talpig vagy egy másik ötlet a „stílus üzletek” ahol egy-egy szín vagy ízlés világ köré lehetne csoportosítani az árukat. Többet említették, hogy ne csak az exportpiacokra való kijutást /ITDH pályázatok/ vagy csak a komplex korszerűsítés /GOP/ részeként támogassák a belföldi piacra jutást, hanem önálló pályázat keretében is, (pl. az itt említett saját bolthálózat, vagy marketing, de ennek a menedzselését is felvállalhatnák szolgáltatás formájában, mert a kisvállalkozásoknak nincs megfelelő képzettsége, gyakorlata saját márka piacra vitelében).
7. A helyzetértékelésben lehetett látni, hogy a ruhaipar szezonálisát is megemlítik a vállalkozások a gyengeségek között. Erre javaslat: Az **alkalmi munkavállalói** kiskönyvbe havonta ragasztható bélyegek számánál vegyék figyelembe, hogy nem csak a mezőgazdaság és az élelmiszeripar **szezonjellegű**, hanem a textilruházati ipar is!
8. Többet számítanának arra, hogy komoly mértékben segítse a kormány a vállalkozásokat akár úgy is, hogy a mostanihoz hasonló módon megkeresik őket és segítséget nyújtanak nekik. Országos adatbázist építenének fel (ahonnan a vállalkozások tájékozódhatnak) Jó lenne, ha a textilruházati iparban is lenne

olyan, mint a mezőgazdaságban az **integrátorok** voltak, akik nem csak munkát adnak a kisvállalkozóknak, de szakmai tanácsadást, oktatást is biztosítanak.

9. A **tenderkiírásoknál** a határidő előtt egy- két nappal visszahívott tenderek komoly anyagi kárt okoznak az azon indulóknak, a kidobott előkészítési költségekkel. Módosítsák úgy a közbeszerzést, hogy legkésőbb 15 /még jobb lenne 20/ nappal a határidő előtt lehessen csak törölni, ill. ha később törlik, akkor térítsék meg az igazolt előkészítési költségeket.
10. A **TMTE** felkészülhetne arra, hogy un. **pozitív listát vezessen** a megbízható, hosszabb ideje színvonalas szakmai munkát végző cégekről, ami kvázi garancia lehetne a versenytárgyalásokon, ez akár költség hozzájárulást is megérhetne a cégeknek. A cél az lenne, hogy ne legyenek előnyben azok a cégek, amelyek egy-egy tenderre alakulnak, aztán köd előttem, köd utánam adótartozással megszűnnek, így persze könnyű alá ajánlaniuk az áraknak. Gyakran előfordul a válaszadók szerint, hogy nem az a pályázat nyer ahol a minőség és az ár aránya a legkedvezőbb. Sokan említették, hogy ennek a felmérésnek is igazán akkor lenne nagy haszna ha az ország összes ruha és textilipari vállalkozását fel lehetne keresni egy ilyen helyzetértékelés kapcsán.
11. A **bankok ne az ágazatot minősítsék**, hanem a konkrét vállalkozást és az ágazaton belül is differenciáljanak, mert például a védő- és munkaruhagyártást mi stratégiai ágazatnak tartjuk, de az általános megítélésben nincs megkülönböztetés.
12. A rövid ideig tartó és szakmai gyakorlatot nem adó OKJ-s gyorstalpaló képzések helyett, **össze lehetne kombinálni az út a munkához programot és a szakképzést, legalább kétéves képzés vállalatoknál**, 80 % gyakorlat 20 % elmélet, fizessék meg a cégek szakoktatóit és vállalják az oktatásban résztvevők bérét és járulékait /pl.kosárfonó/
13. A cégvezetők véleménye szerint a ruházati iparban **nem feltétlenül csúcstechnológiát képviselő műszaki innovációra van szükség a fennmaradáshoz**, mert a piaci rugalmasság, a kis szériák, a speciális termékek kis sorozatú vagy egyedi gyártása inkább a szakmai felkészültség, a rugalmas gyártási és logisztikai rendszerek szükségességét veti fel, mint a csak nagy darabszám mellett kihasználható drága gépeket.
14. Divat, designe, trendek alapanyagok vonatkozásában nincs igazán tájékozódási lehetőségük, műszaki újdonságokról a gépgyártók képviselőitől tájékozódnak.
15. Fontos lenne a bér munkát végző cégek részére, hogy az árfolyam stabilizálódjon.
16. A magas hozzáadott értékű munkaterületeken, főleg **ahol leginkább nőket foglalkoztatnak**, mint a ruhaiparban, nagy gondot jelent a gyestről visszatérők szabadságának kifizetése. Nem értik, hogy miért kell az otthon töltött időt „kipihenni”. Fontos lenne látni, hogy ezekben a vállalatokban általában nem magasan képzett szakemberek dolgoznak, hanem 8 általános iskolát végzettek, szakmunkás bizonyítvánnyal rendelkezők. Amennyiben ezek a munkahelyek megszűnnének, úgy számukra máshol nemigen lenne elhelyezkedési lehetőség akkor pedig munkanélküli segélyből élnének. Tehát át kellene gondolni, hogy érdemes e a vállalkozásokat ilyen „felesleges” teherrel terhelni.
17. **Támogathatná az állam a vállalkozásokat évi egy-két nagyszabású kiállítás megszervezésével**, ahol a magyar vállalatok bemutathatnák a termékeiket. Ide a külföldi (első sorban német, angol, francia, holland, svájci,

olasz) nagykereskedőket, nagy gyártókat kellene meghívni. (Hiszen láttuk, hogy a hazai termékeket elsősorban eddig csak a környező országokban értékesítik.) A meghívottak listájának kialakításában segítenének a cégek a jelenlegi vevőkörükkel, ehhez lehetne még a kormánynak is új érdeklődőket hozni. Azt gondolták a válaszadók, hogy kb. két évig kellene egy hosszú hétvégét megfinanszírozni ezeknek a potenciális megrendelőknek ahol is megvalósulhatna a kiállítás is. A további években (ha valóban hatásos lenne az első két év) már hajlandóak lennének ők maguk megfinanszírozni a résztvételt. Erre természetesen magyar és már meglévő szomszédos országbeli vevőket, érdeklődőket szintén el kellene hívni.

18. **Szükség lenne olyan pályázatokra ahol a kollekcio készitést támogatnák** pl. tervezők foglalkoztatása. Nyugati országokban a bankok sok esetben finanszírozzák az alapanyag beszerzéstől az áru elkészültéig szükséges költségeket és az eladás után visszakapják a befektetett pénzt. Ha pl. 3-4 kollekcóra pályázaton el lehetne nyerni ezeket a költségeket akkor bejáratot piacot lehetne kialakítani.

19. **A vállalatok nagy része fontosnak tartaná azokat a képzéseket melyeket a mindennapokban hasznosítani tudnának:** pl. hatékonyság növelés, meglévő szakemberek továbbképzése. Itt azonban azt kérték, hogy az ilyen oktatásokról, előadásokról részletesebb tájékoztatást kapjanak, amiből rögtön kiderül, hogy ez számára miért hasznos, mert másképp sajnálják rá az egyébként is szűkös időt. Fontosnak tartaná néhány cég, hogy esetleg a TMTE egyes előadásain közvetlenül a kormánytól is legyenek jelen és hallják ennek az iparágnak a problémáit.

20. Nagyon érdekes volt az hogy mennyire **különbözően látják a cégek a jövőt:**

- van, aki mindenképpen külföldre szeretné vinni a termelést a magas munkaerő költségek miatt
- mások tennének azért, hogy a termelés itthon maradjon (akár hatékonyság növeléssel, vagy a vevők felé bővülő szolgáltatás kínálattal pl. anyagos bér munka, logisztika stb.)

A válaszadók döntő többsége szívesen részt venne azon a fórumon, amelyen ezt a helyzetfelmérést megvitadjuk és érdeklődéssel várják, hogy javaslataik közül megvalósul e valami.