



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

NEMZETI TECHNOLOGIAI PLATFORM A TEXTIL- ÉS RUHAIPAR  
MEGÚJÍTÁSÁÉRT

## **Ruhaipari kis- és közepes méretű vállalkozások helyzetének felmérése - Nyugat-dunántúli régió**

Helyzetfelmérés

**Készült a TEXPLAT 3. munkacsoport stratégia kidolgozásához**

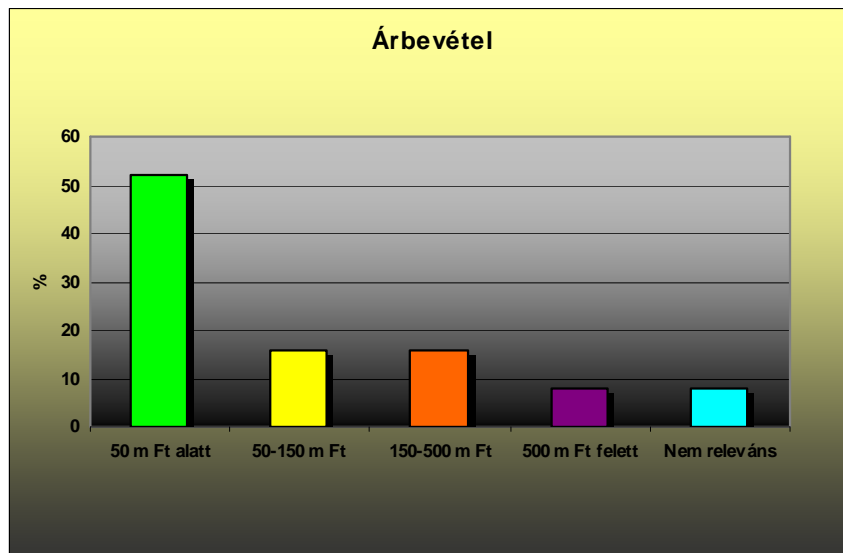
**Szerző: Bauer Szilvia**

**2009. október**

A kérdőíves felmérésben eredetileg tervezett 33 vállalkozás megkérdezéséből 25 valósult meg, mert 8 vállalkozás nem volt elérhető a felmérés időszakában. A Nyugat-dunántúli régióban elsősorban a Pannon Textil Klaszter tagvállalkozásai kerültek bevonásra. A megkérdezettek készségesen álltak rendelkezésünkre, és örültek, hogy újfent elmondhatják az iparúggal kapcsolatos véleményüket. Nagyon fontosnak tartják általánosságban, hogy minél szélesebb körben kerüljenek bevonásra az iparúggal kapcsolatos döntések előkészítésében. Itt nem elsősorban a kérdőívezésekre gondolnak, hanem olyan rendezvényeken, szakmai utakon stb. történő véleménynyilvánításra, ahol nyitott fülekre találnak.

Akadnak olyan megkérdezettek, akik határozottan kérték, hogy az elmondott kritikájukat, észrevételeiket vegyék figyelembe és pontokba összefoglalva továbbítsuk a gazdaságirányítás illetve a Platform Tanácsa felé. Fontosnak tartották elmondani, hogy ne csupán a Nyugat-dunántúli régióban készüljön felmérés, mert az egy torzképet adhat az iparúg helyzetéről, hiszen régióinkét eltérőek lehetnek a vállalkozások igényei, problémái, illetve tapasztalatai, legyenek azok akár pozitívak akár negatívak.

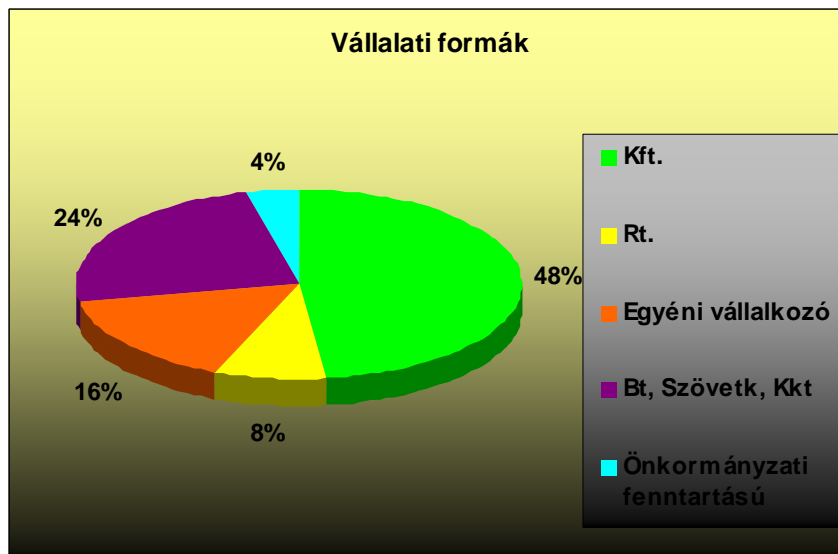
### Az árbevétel alakulása



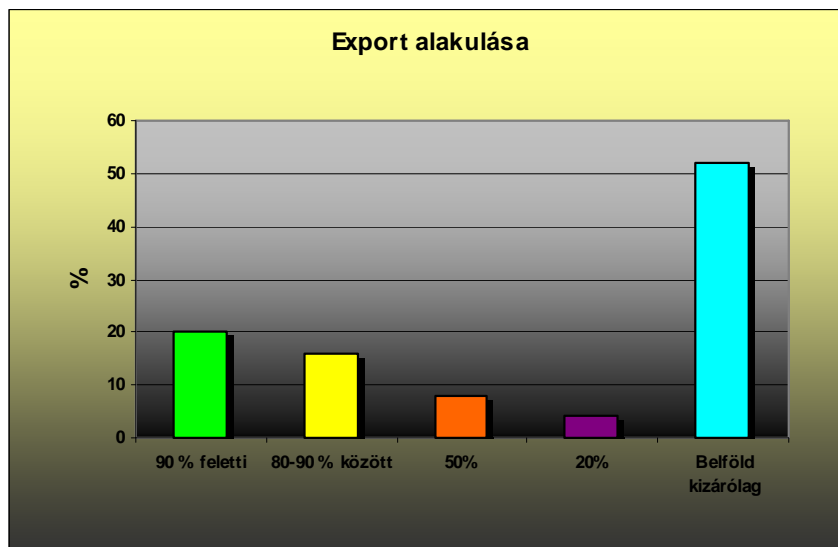
A megkérdezett vállalkozások 52 %-nak az árbevétele nem éri el az 50 millió forintot. 16-16 %-uknál volt 50 és 150 millió forint közötti illetve 150 és 500 millió forint közötti az árbevétel. Ez utóbbi torzításra adhat okot az adatok tekintetében, hiszen két vállalkozás esetében éppen csak meghaladja az árbevétel a 150 millió forintot. 8 %-a a megkérdezetteknek esik a 500 millió forint feletti árbevétel kategóriába, ami ez esetben 2 db vállalkozást jelent a 25-ből. 1 megkérdezett esetében nem volt releváns a kérdés, mivel 2009. áprilisában alakult meg a cég, egy esetben mivel iskoláról van szó, amely önkormányzati fenntartású, úgy gondoltuk hogy szintén nem releváns a kérdés, annak ellenére, hogy a tanműhelye önálló gazdálkodást folytat.

A megkérdezett vállalkozások mérete illetve árbevételük nagysága között nincsen egyenes arányú összefüggés. Az árbevétel alakulását elsősorban az határozza meg, hogy bér munkát végez-e a cég elsősorban vagy sem, mivel a bér munkás termelési konstrukció általában alacsonyabb hozzáadott értéket termel a vállalkozásokon belül, és így az kevesebb árbevételt is eredményez. Sok esetben a vállalkozásoknak rendelkeznek egyéb más termelésből illetve szolgáltatásból származó árbevétellel is, ilyenek lehetnek a logisztikai szolgáltatások nyújtása, kereskedelmi tevékenység, ügynöki tevékenység, üzemcsarnok bérbeadása stb.

## Vállalati formájukat tekintve a megoszlás következő



## Export



Több kategóriát is el kellett különíteni az exporton belül. 90 % feletti export aránya a megkérdezettek 20 %-a esetében, ennél valamivel alacsonyabb a 80-90 % közötti export kategória, 50 %-ban exportra termel a válaszadók 8%-a, 4 %-knak csupán 20 %-ban termelnek exportra, és **kirívóan magas a kizárólag belföldi piacra termelők aránya, 52 % !!!**

Legfontosabb célpiacok az exportálók körében: elsősorban a környező országok Németország, Ausztria, Svájc. Ezen kívül kiemelt célországok még Anglia, Franciaország, USA.



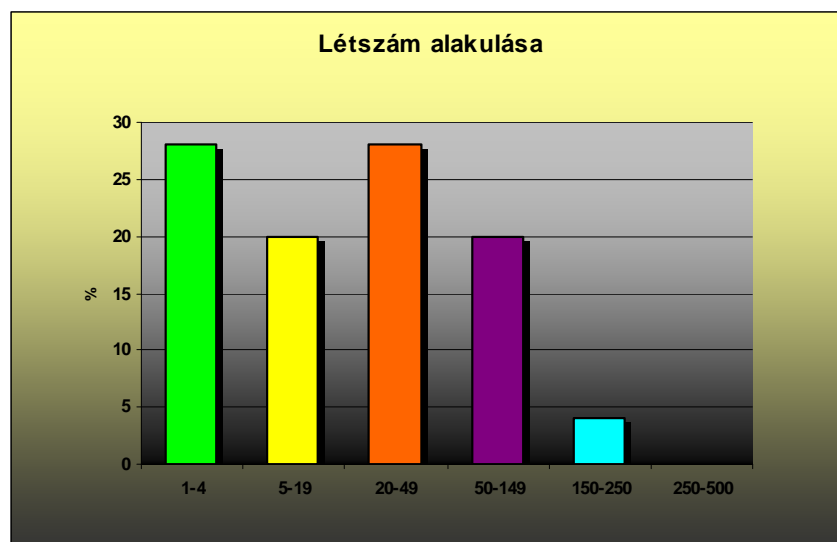
### Termékkörök

tekintetében változatosság figyelhető meg

- női, férfi illetve gyermek felsőruházat teljes vertikuma.
- női, férfi illetve gyermek alsóruházat és hálórúházat.
- kemping cikkek (huzatok)
- bőrbútorok gyártása
- munkaruha gyártás
- zokni gyártás (női, férfi, gyermek)
- egészségügyi ruházat
- sportruházat
- gyermek fürdőruházat
- ügynök tevékenység
- oktatás (szakiskolai)
- méretes ruhakészítés
- jelmeztervezés és készítés
- cipő tervezés és gyártás

### Létszám alakulása

Összességében 76 %-ot tesz ki az 50 fő alatti foglalkoztatók aránya. Mindösszesen 1 vállalkozás a megkérdezetteknek 150 fő feletti foglalkoztató. 250 fő feletti foglalkoztató nem található a megkérdezettek között.



## **A vállalkozások helyzetének alakulása**

Általánosságban elmondható, hogy mind az elmúlt öt évben összességében illetve az elmúlt évben is a vállalkozások nagy részének a helyzete inkább stagnált illetve kis mértékben romlott a kérdésre adott válaszok alapján. Volt több olyan eset is, ahol a helyzet kis mértékben ugyan, de javult.

A kedvezőtlen körülmények közül a legkiemelkedőbbek a piac szűkülés, vásárlóerő csökkenése; a munkaerő magas költségei illetve az ezekből fakadó finanszírozási problémák.

A vállalkozások összességben reálisan értékelték saját helyzetüket.

## **A vállalkozások saját véleménye alapján az iparág megítélése a következő:**

### **Erősségek:**

- sikeres termékszerkezet váltás
- munkaszervezés racionalizálás
- folyamatos dolgozói képzés
- technológia-fejlesztés
- pontosság
- megbízhatóság
- kiváló minőség
- rugalmasság

### **Gyengeségek:**

- tőkehiány
- eszközpark kora (illetve speciálgépek hiánya)
- szabászat elavultsága
- termelés volumene

### **Információ szerzés**

Első három helyen szerepel a vevő/megrendelő, szállító, internet. Emellett még negyedikként a versenytársak jelennek meg.

Alapvetően a saját szakterületük legfontosabb innovációinak tekintik a számítógépes rendszerek térhódítását a termelésben, illetve az alapanyagok fejlesztéseit.

A vállalkozások az innovációnak elsősorban eszközpark fejlesztésüket tekintik. Legtöbben ezt is tervezik, de a tőkehiány miatt ezeket legtöbbször nem tudja megvalósítani. A pályázati rendszerből teljesen kiábrándultak a hosszú átfutási idő illetve a különböző pályázati kötelezettségek miatt (munkaerő megtartás, 10 éves fenntartási kötelezettség stb.) Legtöbbször a 4 millió Ft árbevétel/foglalkoztatott korlát miatt ki is esik a pályázati rendszerből.

**Az eszközparkról általában elmondható:** hogy átlag életkoruk 10-15 év között van. Van ahol ennél sokkal régebbi gépekkel dolgoznak. Nagy hiány van a speciál gépekből (elsősorban az áruk miatt), de megpróbálják más csatornákon keresztül akár bérelni, akár kölcsön kérni más vállalkozásoktól, mert nagy többségük nem is tudja egy gép kapacitását teljes mértékben kihasználni. A CAD-CAM rendszerek nagyon ritkán, főleg a nagyobb cégeknél vannak csak meg (Assyst, Lectra, Gerber). Legtöbb esetben 95%-bn ahol van szabászat, ott kézi szabászat van. Tervezőket egyáltalán nem foglalkoztatnak, még akkor sem ha saját márkájuk van, technikusaikkal oldják meg ezt a feladatot közösen.

Minőség-ellenőrzés módja szalagközi illetve végellenőrzés. Mindkettő mindig megtalálható.

A képzések szinte csak elenyésző számban érdeklik őket. A TEXPLAT pedig csak a klaszteren keresztül érdekli őket, hiszen ezért is csatlakoztak a klaszterhez, hogy ne

nekik kelljen mindenhol ott lenni, hanem képviseljék őket. Mindenki elégedett a klaszter munkával és a továbbiakba is részesei szeretnének lenni.

A fentiek alapján javaslom a következőket:

1. Döntéshozók felé el kell mondani, hogy a gazdasági válság hatásait nem összességében kellene vizsgálni, hanem iparáganként. Vezető közgazdasági szakértők azt mondják, hogy a textil-és ruhaipar volt egyike azon ágazatoknak, amely a világgazdasági válság negatív hatásaira gyorsan tudott reagálni. Ez nem is csoda!!!! hiszen az elmúlt 20 évben sok mindenki és sok mindent tett azért, hogy ez az iparág ott legyen ahol ma van. DE nem a múlton kell siránkozni, és folyton ezt emlegetni, mert ebből nem lehet jövőképet alkotni. A múlt és a jelen egy állapot, onnan megfelelő célok kijelölésével és stratégia megalkotásával el kell juttatni az iparágat egy SZEBB JÖVŐ felé. El kellene végre hinni, hogy nem kell sok támogatás ennek az iparágaknak, csak annyi kell és olyan feltételekkel mint másoknak. Érdemes lenne a gazdaságirányításnak elgondolkozni azon, hogy mi kerül többre az államnak, egy kicsit megtámogatni egy iparágat, vagy segélyezés illetve más jogcímenek feneketlen gödörbe önteni az állami pénzeket.
2. Folyton azt hallom „irányító/döntéshozó” emberek szájából, hogy a cégvezetők nem nyitottak semmire sem és maguknak köszönhetik azt ahol tartanak. Ezzel én alapvetően ÍGY NEM ÉRTEK EGYET. Valóba ezek a cégvezetők maguknak köszönhetik azt ahol tartanak, hiszen még léteznek, még dolgoznak és ahogy látom még sokáig tenni is akarnak. Ha nem hagyatkoztak volna saját magukra illetve a felhalmozott szaktudásra, kreativitásra stb, akkor ilyen körülmények között valószínűleg ugyanott tartanának, ahol rengeteg sorstársuk tart, megszüntették volna a termelésüket, bezárták volna a gyáraikat. DE NEM EZT TETTÉK. Nem szidni kell őket, hanem dicséretet érdemelnek, hogy még itt vannak, foglalkoztatnak, és hozzájárulnak az ország gyarapodásához. Segíteni kell őket a további munkájukban, hogy még sokáig ezt tudják tenni.
3. Ágazati marketing stratégia kidolgozása indokolt, hogy az itt élő emberek megismerjék, hogy mennyi magas hozzáadott értéket képviselő terméket állítanak elő. Figyelembe kell venni azonban azt a tényt, hogy a magyar átlagfogyasztó márkafüggő. Tehát ezt a tényt figyelembe véve kell marketingstratégiát alkotni. Ennek megvalósításához lehet forrást is biztosítani az ITDH részéről, hiszen a feladatuk a kereskedelemfejlesztés és befektetés-ösztönzés, és ebbe a profilba a marketing stratégia kidolgozása beleillik.
4. Külön kell foglalkozni az ágazat megítélésének javításával, hogy hosszú távú biztonságos megélhetési lehetőségként jelenjen meg az átlagemberek tudatában.
5. Ki kell tágítani a fogyasztók ismeretét a textiltermékekkel kapcsolatban, hogy a minőségi árut meg tudják különböztetni a silány egészségügyi kockázatokkal járó áruktól.
6. Külön kell gondot fordítani a szakmai képzésre, ki kell dolgozni azokat a képzéspolitikai alapelveket, amelyek biztosítják az új ismeretek oktatásba történő gyors beépítését és azok alkalmazási feltételeinek szakmai mélységű megismerését. Fontos, hogy az ágazati igényekre épülő szakemberek kerüljenek ki a munkaerő piacra.
7. Gyenge minőségű kínai áruk kérdése. Több szempontból is fontos. Sokan sokszor beszélgettünk már erről a kérdéstről. Nagyon fontos lenne, hogy a VPOP és az egyéb e hatáskörben érintett hatóságok vizsgálják meg, hogy hogyan tudnak értékesíteni előállítási költség alatti áron a kínai/tajvani/stb. áruházakban. Valószínűleg úgy, hogy ezek a termékek félkészben kerülnek be az országba géprongyként. TMTE-nek javasolnám együttműködési megállapodás megkötését a VPOP-val, tanfolyam indítása a VPOP szakembereinek, hogy tisztában legyenek azzal, hogy milyen terméket látnak és annak mennyi az előállítási költsége. Ha nem tudja megmondani, akkor legyenek nevesített szakemberek az országban, akik szakvéleményt tudnak adni a VPOP-nak. Folyamataiban vizsgálják az árut, tudják, hogy annak kik lesznek a végfelhasználói. Egyre több a kínai árukkal kapcsolatos botrány Európában. Bevizsgálja valaki Magyarországon ezeket a

termékeket, vannak szűrőpróbaszerű ellenőrzések? – nem hiszem, mert itt is lennének botrányok valószínűleg ha elindulnának az ellenőrzések.

8. Jó minőségű kínai áruk. Tanulni kell a kínaiaktól, hiszen folyamatosan egyre jobb minőségű terméket állítanak elő. A legnagyobb versenytársunk, úgy érzem hogy közép- és hosszútávon azonban mégsem a kínai termékek lesznek, hiszen Kínában is bevezették a minimálbért, a kötelező munkahetet, stb., illetve egyre magasabb szállítási költségek fognak rakódni az előállított termékekre, emellett pedig hosszú a szállítási idő. Ez utóbbi kiküszöbölhető lesz a légi szállítás növekedésével, de óriási árumennyiséget ilyen formában nehezebben tudnak mozgatni. Nagyobb veszélynek látom ilyen szempontból Indiát – a kimagasló minőségű alapanyag előállítása miatt - , Pakisztánt, illetve Európa határát képező Törökországot. Európai ruhaipari szakemberek azt mondják, hogy a gazdaságosan és piaci igényekre történő gyors reagálás határa Törökországnál húzható meg.
9. A hazai pályázati rendszer jelenleg csak minimális mértékben alkalmas a textil-és ruhaipari vállalkozások megsegítésére, versenyképességük növelésére. Hiszen azok a vállalkozások, amelyek alacsony hozzáadott értéket termelő bér munka konstrukcióban dolgoznak - és nem csak a könnyűiparban, hanem más iparágakban is - esélyük sincs jelenleg a pályázati rendszerben történő fejlesztésekre, hiszen nem tudják teljesíteni a 4 millió Ft árbevétel/foglalkoztatott elvárást. Pedig sok esetben pontosan ezek a vállalkozások a közepes vállalkozások amelyek az adott, sok esetben hátrányos helyzetű kistérségben még ma is 100 fő feletti létszámban foglalkoztatnak. Közös erővel a pályázati kiírások megjelenése előtt tárgyalásokat kell kezdeményezni a megfelelő intézményekkel ennek megváltoztatásáról.
10. Bankok kérdése. Jelenleg - nem csak a válság miatt – negatívan, az iparág megítéléséből kiindulva minősítik a bankok az adott vállalkozásokat, ami teljesen érthetetlen.
11. Magyarországon sajnos a médiában elsősorban a negatív hír csupán hír értékű. Nem tettek jót az ágazat megítélésének a gyárbezárások. De csak elvétve hallok pozitív hírt az ágazatról, hogy pl. mennyi új munkahelyet teremtenek egy-egy új beruházással, vagy hogy külföldi cég újra visszatér Magyarországra. Sokkal nagyobb hangsúlyt kellene erre fektetni, és ezt például a KAPB fel is vállalhatná, hiszen vannak olyan szervezetek Magyarországon a könnyűiparban, amelyek pozitív hírekkel is el tudnák őket folyamatosan látni. Itt újra visszajön az ÁGAZAT MEGÍTÉLÉSÉNEK JAVÍTÁSA – témája.
12. El kellene végre felejteni a budapesti központúságot. Nem szabad, hogy csak ott kerüljenek országos horderejű rendezvények megrendezésre a könnyűiparban. Igen is ki kell helyezni a régiókba ilyen szakmai rendezvényeket, saját tapasztalatomból kiindulva elmondhatom, hogy óriási igény lenne rá. Manapság, amikor egyre kisebbek lesznek a vállalkozások, nincs arra ideje sok esetben egy cégvezetőnek, hogy – most ha a mi székhelyünkben indulunk ki – akár 3-3 órát utazzon egy rendezvényért Budapestre, még akkor sem, ha esetlegesen új ismeretekre tehetne szert. Arról meg nem is beszélve, hogy reggel 9 óras kezdés pedig teljesen nonszensz. (ahhoz reggel **minimum** 6-kor el kell indulnia!!!).
13. Sajnos megszűntek a hazai textil-és ruhaipari vásárok, ahol a hazai gyártók bemutatkozhattak. Ezt újra fel kellene venni a napirendre, és ehhez forrásoldal biztosításához pedig javasolnám a ITDH-val való konzultációk megkezdését, hiszen ebben ők elsőszámú partnerek lehetnek. Ebben jómagam minden segítséget meg fogok adni, hiszen óriási szükség lenne ilyen rendezvényekre. A hazai gyártók partner kereskedőiből (hazai/külföldi) kiindulva színvonalas rendezvény megszervezése lehetséges. Jelenleg ez a kereskedői láncszem hiányzik a rendszerből, pedig e nélkül nincs siker!!!