

# A HAZAI BÚTORIPARI KKV-K INNOVÁCIÓS KÉPESSÉGÉNEK VIZSGÁLATA VERSENYKÉPESSÉGÜK JAVÍTÁSA ÉRDEKÉBEN

BEDNÁRIK ÉVA

CSITÁRINÉ MÁTÉ SZILVIA

PAPP-VÁRY ÁRPÁD FERENC

## **Absztrakt**

*A hazai bútorigipari kis-, és középvállalkozások életében fontos kérdés, hogy a gyorsan változó versenykörnyezetben képesek-e helytállni. A magyarországi bútorgyártás és kereskedelem fellendítéséhez nagyban hozzájárulhatnak az új otthonteremtési kedvezmények, ugyanakkor ezzel párhuzamosan az iparágnak a közeljövőben szembe kell néznie a generációváltás nehézségeivel és a piacon lévő, folyamatosan megújuló nagyvállalatok marketing- és termék innovációival is. Felvetődhet bennünk a kérdés, hogy ezek a vállalkozások képesek lesznek-e az utóbbi időben felértékelődött innovációs lehetőségekkel élni, és mindezt milyen módon teszik majd. A jövőben egy olyan kutatás megvalósítását tervezzük, melyben vizsgáljuk az érintett szektorban tevékeny vállalkozói kör innovációs képességét, és egy olyan menedzsment modellt dolgozunk ki, amely hozzájárul a hazai bútorigipari vállalkozások előrelépéséhez.*

## **Bevezetés**

A KKV szektor a gazdasági növekedés egyik alapvető forrását jelenti, és az ismert Európai Unió megközelítés szerint a gazdaság gerincét képezi. A kis- és közepes vállalkozásokra országonként különböző szabályok vonatkoznak, egy azonban közös bennük: mindenhol kiemelt figyelmet érdemelnek (Kurucz 2011). Korábbi kutatásaink alapját a *magyar fogyasztói bútorigipar* adta, amelynek jellemzője, hogy a hazai tulajdonú vállalkozások esetében a jelenlegi üzemméret mellett nem jutott elég kapacitás a marketing és termékfejlesztési tevékenységekre. Mind a kis- és középvállalkozások, mind a nagyvállalatok hátrányban vannak a nemzetközi, és sok esetben a hazai piacon, így gyorsan változó

versenykörnyezetben egyre nagyobb kihívásokkal kell szembenézniük. (Bednárík – Pakainé 2011)

### **A versenyképesség alakulása a faipari vállalkozások esetében**

A *versenyképesség* szempontjából a hazai bútóripari cégek mozgásteret meglehetősen eltérő. A nagyvállalatok, kiemelten a multinacionális cégek előnyt élveznek a mikro- kis- és középvállalkozásokkal szemben, hiszen a piaci erő, tőkeerő, és a piac ismerete náluk koncentrálódik, aminek egyenes következménye a piacvezető pozíciók megszerzése. A decentralizált bútóripar kis- és középvállalkozóinak egyelőre szűk szegmentumában azonban pozitív változást is hozott a gazdasági válság óta eltelt időszak, ami a *fogyasztóorientált gondolkodásmód* előtérbe kerülését jelentette, hiszen egyre sürgetőbbé vált a felismerés, hogy a piacon szereplő külföldi nagyvállalatokkal szemben a *piaci rések feltárása és számukra történő innovatív termékek fejlesztése valósuljon meg*. Ezt támogatják a Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program nemrégiben megjelent innovációs pályázatai, de említhetnénk a Horizont 2020 keretprogramot, amely az Unió kutatás-fejlesztési és innovációs politikáját határozza meg 2014-2020 között.

A bútóripar *életstílus alapon történő szegmentációja* (Bednárík – Pakainé 2011) jó alapot teremt, és nagyban támogatja a bútóriparban a vállalati innovációt. Munkánk során kerültünk kapcsolatba a *Pannon Fa- és Bútóripari Klaszterrel*, ahol az együttműködés keretében kialakított információs rendszer az erőforrások jobb, hatékonyabb felhasználást, és a piacfigyelést teszik lehetővé.

### **A bútóripar várható piaci növekedése**

Számos<sup>1</sup> hazai bútórgyártó vállalkozást súlyosan érintett a 2008-as válság, de 8 évvel később, a 2016-os év kedvező előrejelzésekkkel kecsegtet a Fatáj legfrissebb adatai szerint, mind a gyártók, mind a kereskedők számára. A hazai bútórgyártást és kereskedelmet nagymértékben fellendíthetik, és pozitív irányban befolyásolhatják az új otthonteremtési

---

<sup>1</sup> A KSH hivatalos statisztikája szerint a bútó kiskereskedelmi eladási forgalma 2009-2013 között folyamatosan csökkent, ezzel párhuzamosan az építőiparban is csökkenés volt megfigyelhető egészen 2011-ig, majd ezt követően fokozatos növekedés következett. A kiskereskedelmi bútó értékesítés 2014-re minimális növekedést produkált.

kedvezmények, valamint a lakás áfa csökkentése, hiszen nem szabad elfelejtenünk, hogy az új otthonok számának növekedése a bútorgyártás ugrásszerű növekedését hozhatja magával. A bútortpiacon jelenleg az irodabútor és üzletberendezési termékekkel foglalkozó vállalkozások számára legkedvezőbb a helyzet.

*A lakossági bútortpiacot és a hazai vásárlói magatartástrendeket vizsgálva megállapítottuk, hogy napjaink vásárlóját az érzékenységgel mellett a megfontoltság, a magasabb minőségre való igény, és a termékek összehasonlítása jellemzi. A digitális világban egyre gyakoribb, sőt mondhatni mindennaposak lettek az online vásárlások is, mivel a vevő otthonából, kényelmesen, amikor ideje engedi, megrendelheti a kívánt terméket. Ennek a gyakorlatnak a fokozatos begyűrűzését figyelhetjük meg a bútortpiacon is. A versenyben e tekintetben is élen járnak a nagy áruházláncok a kis- és közepes vállalkozásokkal szemben. A bútortipari KKV-k számára nehézséget jelenthet a jövőben a nagyobb áruházláncok terjeszkedése, közülük több is (IKEA, KIKÁ) új üzletek megnyitását, illetve az online vásárlás lehetőségét tervezi a 2016-os esztendőben. Ezekkel a nagy áruházláncokkal nehéz felvenniük a versenyt a kisebb helyi vállalkozásoknak, hiszen termékeik között jelentős árkülönbség figyelhető meg az áruházláncok javára. Szolgáltatásaikat figyelembe véve szintén a nagy bútortforgalmazó áruházak élveznek elsőbbséget, hiszen infrastruktúrájuk fejlettebb, hozzájuk képest a kisebb méretű vállalkozások komoly lemaradással küzdenek. A versenyben a folyamatos innováció, és a niche-termékek fejlesztése jelent előnyt.*

## **Bútoripari innováció**

*Az innovációs szemlélet a bútortipari kis- és közepes vállalkozások esetében is nagyban függ a vállalkozás vezetőjének attitűdjétől. A vállalkozások vezetőinek fontos feladata az új lehetőségek feltárása, akár új kapcsolati háló kiépítése révén, akár a már meglévő erőforrásaik újragondolása, újrakombinálása segítségével (Balaton 2012). A Magyar Bútor- és Faipari Szövetség adatai szerint a faiparban jelenleg nagyszámú olyan kis és középvállalkozás működik, melyek több évtizedes múltra tekinthetnek vissza. Ezen vállalkozások vezetőinek többsége mostanra érte el azt a kort, mikor életművét továbbörökítheti. Sok esetben azonban nagy problémát jelenthet a generációváltás, hiszen a vállalkozások vezetőinek rá kell döbenniük, hogy nincs kire hagyniuk életük munkáját, a vállalkozást, illetve a gyakorlati tapasztalatok is több ízben alátámasztották, hogy a generációs különbségekből adódó gondokat a*

cégek nagy része nem képes átvészelni, valamint nem szabad elfelejtenünk, hogy a fiatalabb korosztály vállalkozói hajlandósága is egyre alacsonyabb. Ez további problémákhoz is vezethet, mivel számtalan szakképzett dolgozó veszítheti el biztos állását, ugyanis ezeknek a vállalkozásoknak a többségét 20-25 évvel ezelőtt alapították tulajdonosaik a jobb kereseti lehetőségek, a jobb élet reményében, és egyes munkatársaikkal már a kezdetektől közösen dolgoznak, így elmondható róluk, hogy esetükben lényegesen alacsonyabb, minimális fluktuáció jellemző a nagy áruházláncokkal ellentétben, és mindezek mellett nagy hangsúlyt fektetnek a szakmaiságra, a minőségre is. *A generációváltás új, eddig nem ismert helyzetet teremt a hazai bútorigipari vállalkozások körében*, amit felismerve több szakmai szervezet (Magyar Fa- és Bútorigipari Szövetség, Zalai Megyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány, Nyugat-magyarországi Egyetem Simonyi Károly Kar) különböző programok megvalósításával reagál, kiemelt figyelmet fordítva a jövőbeni vezetők szakmai és gyakorlati felkészítésére, az innováció központú gondolkodásmód terjesztésére, hiszen segítségükkel a később felmerülő problémákat megfelelően lesznek képesek kezelni.

## **Összefoglalás és célkitűzések**

A következő két évben megvalósuló kutatómunkánk keretében a felvázolt piaci igényeknek megfelelően a magyarországi fa- és bútorigiparban tevékenykedő kis- és közepes vállalkozások versenyképességét nehezítő, és fokozó tényezőket, valamint a mindezekre ható innovációs képességüket vizsgáljuk. Ezzel párhuzamosan, olyan innovációmenedzsment módszerek vizsgálatán és fejlesztésén dolgozunk, melyek célcsoportunk versenyképességének növeléséhez nagymértékben hozzájárulnak.

Nap, mint nap olvashatunk az érintett szektor vállalkozásainak csődeljárásairól, végleges felszámolásokról, hiszen nehéz felvenniük a versenyt nagyobb vállalatokkal és az általuk generált alacsony árakkal szemben, de további problémát jelenthet számukra, hogy többségben nem tudnak élni a pályázatok, nemzetközi tenderek nyújtotta lehetőségekkel, melyek révén fejlődésüket segíthetik elő akár szervezeti, akár termék és szolgáltatás innováció területén. Az elmúlt időszakban megfigyelhető volt az innovatív vállalatok szerepének felértékelődése. Egyre több vállalkozás ismeri fel azt a tényt, hogy a kieléződő piaci versenyben szervezeti, termék, vagy valamilyen technológiai innováció bevezetésével maradhat a piacon (Pakucs-Papanek 2006). Tehát csak azok a vállalkozások

maradnak életben, amelyek megfelelnek az innováció követelményeinek, és képesek lesznek gyorsan reagálni a bútortpiacon történő változásokra. Mindehhez azonban a jövőben számtalan fejlesztésre, és innovációra lesz szükségük a talpon maradás, és a versenyképességük fokozása érdekében. Éppen ezért jogosan merülhet fel bennünk a kérdés, hogy vajon milyen tényezők határozzák meg mennyire hajlandó egy vállalkozás az innovációra? Vagy, hogy mekkora szerepet játszik a hazai bútortipari vállalkozások életében az innováció? Egyáltalán élnek-e az innováció menedzsment eszközével? Ha igen, akkor miért, ha nem, akkor miért nem?

A jövőben egy olyan kutatás elvégzését tűztük ki célul, melyben a magyarországi bútortipari KKV-k versenyképességét meghatározó tényezőket, innovációs képességüket, illetve a szektor vállalkozói körének export piacra lépésének alakulását, javítását befolyásoló tényezők feltárását valósítjuk meg, és egy olyan *innováció menedzsment modellt* alkotunk, mellyel a hazai vállalkozói szektornak a munkáját és előrelépését segíthetjük.

## **Irodalomjegyzék**

### **Felhasznált irodalom**

**Balaton Károly** (2012): Innováció vezetői szemmel, Budapest, Aula kiadó Kft.

**Pakucs János, Papanek Gábor** (2006): Innováció menedzsment kézikönyv, Budapest

**Bednárík Éva, Pakainé dr. Kováts Judit** (2011): Életstílus alapú szegmentáció a bútortpiacon. Sopron, 2011, Nyugat-magyarországi Egyetem Kiadó

**Kurucz Attila** (2011): A teljesítménymenedzsment alkalmazhatóságának eredményei a hazai kis-és középvállalkozásoknál. PhD értekezés, Sopron, 2011, Nyme-KTK

### **Kapcsolódó irodalom**

[http://www.fataj.hu/2016/01/144/201601144\\_ButorpiaciVarakozasok.php](http://www.fataj.hu/2016/01/144/201601144_ButorpiaciVarakozasok.php) letöltve, 2016. 01. 28.

[http://www.fataj.hu/2016/01/151/201601151\\_ButorfogyasztasVilagon.php](http://www.fataj.hu/2016/01/151/201601151_ButorfogyasztasVilagon.php), letöltve, 2016. 01. 28.

[http://www.fataj.hu/2016/01/145/201601145\\_FaipariGeneraciovaltast.php](http://www.fataj.hu/2016/01/145/201601145_FaipariGeneraciovaltast.php), letöltve, 2016. 01. 28.

<http://www.butorszovetseg.hu>, letöltve, 2016. 01. 28.

<http://www.at-hu.net/at-hu/hu/projekt.php>, letöltve, 2016. 01. 28.

<http://www.skk.nyme.hu/index.php?id=16147>, letöltve, 2016. 01. 28.

<https://www.palyazat.gov.hu/>, letöltve, 2016. 01. 28.

<http://www.h2020.gov.hu/horizont2020-program>, letöltve, 2016. 01. 28.

**UNIVERSITAS BUDAPESTIENSIS DE  
“METROPOLITAN”**

**ANNALES  
TOMUS VIII**

**REDIGIT: JOLÁN RÓKA – FERENC KISS**

**BUDAPEST  
2016**

**Szkesztő/Editor:** Dr. RÓKA Jolán – Dr. KISS Ferenc

**Technikai szerkesztő / Technical Editor:** OLDAL-BENKŐ Zsanett

© ANTONI Alfonz, BARANYAI Zsolt, BEDNÁRIK Éva, BÉRES Dániel, BÓDIS Krisztina, CSITÁRINÉ MÁTÉ Szilvia, DÉR Csaba Dezső, DEZSÉNYI Péter, ERDEINÉ KÉSMÁRKI-GALLY Szilvia, ERŐS Eszter, GÖBÖLYÖS N. László, GROTHE Judit, GULYÁS Péter, HORVAT Tatjana, JAVORNICZKY István, KIS Márta, KOVÁCS Zoltán, KRAPECZ Imre, MARCZELL-SZILÁGYI Eszter, MONOSTORI Katalin, PAPP-VÁRY Árpád, PAPP-VÁRY Árpád Ferenc, REKETTVE Gábor, TÓTH Ágnes, 2016

**Copyright:** Jelen kiadvány szabad hozzáférésű a Creative Commons „CC BY” licensznek megfelelően. /

This publication is Open Access according to the Creative Commons „CC BY” licence scheme.

**ISSN: 1789-879X**

Első kiadás / First edition, 2016

A sorozatot megjelentető Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola neve megváltozott, 2016. január 1-től Budapesti Metropolitan Egyetem (METU). The name of the publisher BKF University of Applied Sciences has changed to Budapest Metropolitan University (METU) from 1<sup>st</sup> January, 2016.

**Kiadó / Publisher:** Budapesti Metropolitan Egyetem, Budapest  
[www.metropolitan.hu](http://www.metropolitan.hu)

**Felelős kiadó / Published by:** a Budapesti Metropolitan Egyetem vezérigazgatója / CEO of Budapest Metropolitan University