

A konferencia zárómózzanataként sor került a Pannon Faépítészeti Díj átadására – immáron harmadik alkalommal. A Pannon Fa- és Bútoripari Klaszter és a Faipari Tudományos Alapítvány az NYME FMK Építészeti Intézete által „Fából emberit” címmel meghirdetett pályázatra beérkezett alkotások közül az alábbiakat díjazta a szakmai zsűri:

- Tervezői díj: Bátki Károly okleveles építőmérnök, a nyírlugosi fahíd tervezéséért (kivitelező: Ubrankovics Kft., Ágfalva és Platánplán Bt., Sopron);
- Kivitelezői díj: Woodwill Faház Kft. Budapest, és Platánplán Bt. Sopron – boronafalás soproni családi ház kivitelezéséért;
- Belsőépítészeti kivitelezői díj: Főnix Kft., Győr, a győri Big Ben Club Casino és Étterem berendezésének kivitelezéséért;
- A Faipari Tudományos Alapítvány különdíja: Graphisoft Park Központi Étterem és Konferencia Központ, Budapest (tervezők: Horváth Zoltán, Bara Ákos, Benson Marcell; TEN Építész Műterem Bt., Budapest, kivitelező: Craft Benson Kft. Budapest);
- A Regionális Innovációs Ügynökség különdíja: Dr. Bejó László, egyetemi docens (NYME Faipari Mérnöki Kar), a faanyag-tudomány és faépítészet területén elért eredmények publikálását segítő munkájáért.



VI. Faipari Marketing Konferencia

Sopron, 2007. szeptember 7.

Kazó Gábor ✧

Idén is megrendezte az EFE – nekem az marad, szóval a Nyugat-Magyarországi Egyetem Faipari Mérnöki Kar Informatikai és Gazdasági Intézet – Vállalkozási és Marketing Intézeti Tanszék a Ligno Novum kiállításához kötött marketingkonferenciát. Sorrendben a hatodikat.

Tanulva az elmúlt évek egyre nagyobb passzivitásából, a szervezők egy sokkal jobb helyszínt találtak, mint a korábbi években, hozzáigazítva a helyszínt a hallgatóság létszámához. Hiszem, hogy az a negyven ember, aki végighallgatta az előadásokat, több lett általuk.

✧ **Kazó Gábor**, szerkesztő, Magyar Asztalos és Faipar. Forrás: *Magyar Asztalos és Faipar* 2007/9. sz.
A szerző és a főszerkesztő engedélyével.



Sajnos a szakma nem veszi komolyan azokat a lehetőségeket, amik a lába előtt hevernek, így ismételtelen nem feszítette szét az érdeklődés az Alma Mater falait.

Szerintem az a baj, hogy nagyon olcsó a részvétel, illetve a szakmát messze áthatja az irigység és a közöny. Olcsó volt, hiszen több vállalkozás is támogatta a faipari mérnökképzés beindulásának 50 éves jubileumát. A konferencia támogatói ebben az évben a Forest Hungary Kft. és a Budapest Bank Zrt. voltak, köszönet érte.

Maga a konferencia és az előadások nagyon jók voltak, érezni lehet, hogy van egy kis kör, lassan bővülő, akik azt gondolják, azzal nem teremtenek maguknak konkurenciát, hogy elmondják a tapasztalataikat, bemutatják a vállalkozásukat, elért sikereiket.

Sajnos az időgazdálkodással mindenkinek gondja van, ezen változtatni kell, hogy az előre kitűzött időtartamokat tartani lehessen. Szerintem ezt a következő konferencia szervezésekor figyelembe kell majd venni: előre meghatározott időkeret, „lecsengetés”, határozott szervezői akarat mindenképpen elkel majd.

A konferencia hangulatát meghatározta, hogy elkészült a – XXI. század első – közösségi akaraton alapuló bútoros kutatása. Cselényi József, az Anest Zrt. elnöke és Pakainé dr. Kováts Judit, a kutatás vezetőjének bemutatója alapján a kutatás minden, a hazai bútorgyártással, kereskedéssel kapcsolatos vállalkozásnak hasznos információkat tartalmaz. Természetesen tudni kell olvasni a sorok között, de végre van kapaszkodó, van fix pont, amihez lehet tartani.

Horváth László, a Kanizsa Trend Kft. műszaki vezetője előadásában arra a témakörre koncentrált, hogy milyen technikai háttérrel, támogatást kell egy szervezetnek felépítenie és fenntartania ahhoz, hogy egy márkával sikeresen a piacra tudjon lépni, és pozícióját hosszú távon, sikeresen megtartsa. Marketing szempontból az egyedi termékelőny (USP) jelenti ehhez a megoldást, míg a műszaki lehetőségek közül két konkrét megoldást is bemutatott az andante márka képviselője.

Elsőként az egyedi gyártásnak nevezett módszert ismertette az előadó, amelynek segítségével a szériakínálattól eltérő, individuális igények elégíthetők ki, ipari termelési keretek között. A fő kihívás a meglévő hatékony termelési rendszer, és az egyedi igények magas szintű kielégítésének összekapcsolása anélkül, hogy a termelés adminisztrációs feladatai lényegesen növekednének.

A második bemutatott rendszer az ügynevezett LEAN metodika, melynek alkalmazására a kárpitosiparban – ismereteink szerint – nincs másik példa. A módszer lényege a nem értékteremtő folyamatok elkülönítése és elemzése. Ez magában foglalja a készletek, a kapcsolódási pontok, anyagmozgatások stb. vizsgálatát és optimalizálását. A bemutató végén a módszerek alkalmazására láthattunk néhány gyakorlati példát.

A prezentációk legprovokatívabbját Varsányi Tibor, a JAF Holz Ungarn Kft. ügyvezető igazgatója tartotta. Már az előadás címe is előre vetítette, hogy nem akármit fog a közönség hallani: „Tyúk vagy tojás, avagy a faipar vagy a marketing” – tényleg úgy tűnik, mintha ez a két dolog ma itthon, Magyarországon nem férne össze. Nem sok cég foglalkozik azzal, hogy megmutassa magát, és büszkén számoljon be a sikereiről. A hazai piacon néhány éve megjelenő külföldi tulajdonú JAF Holz Kft., komoly eredményeket ért el, céljait kommunikálja, terveit előre tekintve készíti, és konzekvensen végrehajtja. Elemzéseken alapuló döntéseit folyamatosan monitorozza, hogy időben módosíthasson rajtuk, nem szégyenként, hanem erényként meg élve azt. A prezentáció végén levonhattuk a konzekvenciát: nem összeférhetetlen a két dolog egymással, sőt, mint a tyúk és a tojás esetében is, csak az a biztos, hogy egyik nincs a másik nélkül.

A kávészünet után öröm volt tapasztalni, hogy vannak emberek, akik folyamatos képzésekkel, iskolába járással tartják a lépést a fiatalabb generációval még a negyedik X után is. Lovass Tibor közékük tartozik, hiszen néhány tucat hónappal ezelőtt végzett a programot szervező tanszéken. Ebben az előadásban is a kommunikáció került előtérbe, annak hatékonysága, illetve az, hogy a faiparos vállalkozók nem tudják kihasználni a lehetőségeket, nem tájékozódnak, és úgy egészében úri huncutságnak tekintik az egészet. Természetesen emellett sírnak, hogy nem találják meg őket. Nem érdeklődnek a lehetőségek iránt, nem mernek kérdezni és alapjában alulértékelik saját terméküket, saját értékeiket. Az előadó kiemelte, hogy minden tervezést, így a kommunikációs tervet is elemzéseknek kellene megelőzni, és az eredmények alapján kellene választani a kommunikációs csatornák között. A lokális média nagyon jóé használható, különösen olyan vállalkozások esetében, akik helyben értékesítik termékeiket. A hazai kkv-szektorba tartozó asztalosok, bútorkészítők pedig ebbe a kategóriába tartoznak.

Kalcsú Zoltán, a Pannon Fa- és Bútoripari Klaszter klasztermenedzsere bemutatta a Pannon bútorcsalád létrejöttének okait, lehetőségeit, sikereit. Nem volt egyszerű összehozni a tervkiírást, nem volt könnyű megszervezni a bírálatot, de az elmúlt időszak igazolta a PANFA vezetőségét, megérte a fáradozás. A termékről Kurusa László, a Klaszterbizottság tagja mondta el a miérteket és a hogyan továbbokat. Nagyon jó volt, és a többlet időt is megérte, hogy be tudott kapcsolódni a témába Bánhalmi Gábor, a bútorcsalád tervezője. Előadásában rámutatott arra, hogy nem könnyű ma kis költséggel, könnyen és akár több szállító által gyártott alkatrészekből álló divatos és tartós bútort tervezni. Nem könnyű eltalálni az információgazdag világban élő fogyasztó óhaját, mivel minimális információk állnak rendelkezésre. Nem könnyű, de lehetséges. Ezt igazolja az a siker, amit a Pannon Klaszter Bútor a Pannon Design Kiállításon elért, amikor először mutatkozott be a közönségnek. Az idén lesz még egy szereplése a prototípusnak: ott lesz a megújuló Bútorvilág Kiállításon a Hungexpo területén.

A konferencia hátralévő idejében három PhD-hallgató számolt be kutatási területéről. Peczár Andrea az általa végzett a „Magyar bútoripar versenyképessége” kutatás eredményeképpen leszögezte, hogy az igazi hatékonyságtól még igen messze vagyunk. Sokan nem is ismerik azokat a mutatószámokat, amik alapján össze lehetne hasonlítani a vállalkozásokat, és sajnos kiderült az is, hogy a hazai gazdaság eltartóképesége nem elegendő ennyi céghez. Horváth Sándor, az NyME Erdőmérnöki Karának doktorandusza bemutatta, hogy olyan országokban, ahol a civil kontroll komolyabb hagyományokkal rendelkezik, ott, ahol az üzleti etika nem neveltség tárgya, mekkora pénzeket költenek a termelők és az állam arra, hogy a széles néptömegek megismerjék, hogy mennyire jó fával dolgozni, építkezni, élni. Komoly állami és magánakarattal alapján euró és svájci frank milliókról beszélhetünk évente, hiszen a fa is termék, amit marketingelni kell. Évek óta beszélünk róla, hogy itthon is meg kellene valósítani egy cégek felett álló szervezetet, ami állami, magán- és uniós pénzek felhasználásával nekifogna a famarketingnek. Sajnos a gyakorlatban viszont semmi sem történik, csak keserűen megállapítjuk, hogy megint jött egy multi, megint elégettünk egy erdőt a giga erőművekben, és hogy „minden műanyag ablakkal megmentünk egy fát!”

A PhD-dolgozatok ismertetését Gyallai Gábor előadása zárta. Kutatási területe a „Bútorgyártó kis- és középvállalkozások finanszírozása Magyarországon” címet viselte. A megállapítások zömét előre lehetett gondolni, de



mindig a remény hal meg utoljára. Tény, a hazai kkv-szektor külső finanszírozást nem szívesen von be, és akkor is előnyben részesíti az idegen tőkét, inkább drágább, de megbízhatóbb, banki pénzeket használ a finanszírozáshoz, mint tőkéstársat. Mindenki fél bevonni egy idegent a vállalkozásba, nehogy kiforgassa a vagyonából, nehogy ellopja az ötletet, inkább szállítói „hiteleket” használ, átütemezett fizetésekkel.

A konferencia utolsó előadója a remek előadó-képességgel rendelkező Tonk Emil volt, aki szokásos lehangoló prezentációját hozta. Előadásában megpróbálta bevezetni a hallgatóságot a vásárlói döntések logikájába. Jó volt hallani, hogy minden döntés mögött található logikus magyarázatok, hiszen sokszor álltunk már értetlenül egy-egy visszamondott megren-

delés fölött. Jó lenne, ha minden termékelőállító meghallgathatná az előadást és elgondolkodna, hogy milyen logika alapján is hoz döntést mindannyiunk főnöke, a vásárló. Miért pont minket és nem a másikat, miért megint minket és nem az új szereplőt választja? Ezekre addig kell gondolkodni, amíg rá nem jövünk, hogy mik is a valódi értékei termékünknek, cégünknek, nekünk! Figyelni kell a vevőre, érezni kell(ene) minden rezdülését, hogy a változó körülmények dacára is mindig mi tudjuk kielégíteni az igényeit!

A VI. Faipari Marketing Konferencia résztvevői és szervezői biztosak abban, hogy folytatni kell a sorozatot. Arra, hogy mikor és hol, majd az idő választ ad.

Fotópályázat és kiállítás

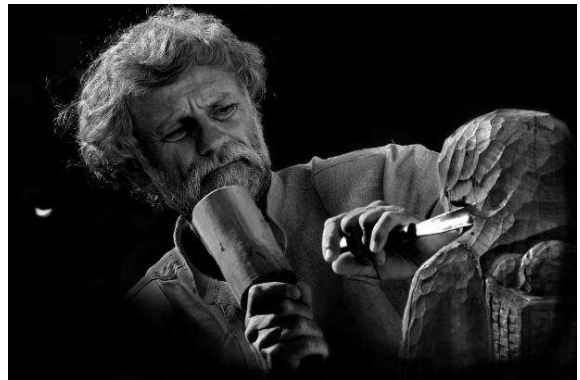
Takáts Alexandra ✧

A Nyugat-Magyarországi Egyetem Faipari Mérnöki Kara fotópályázatot hirdetett a faipari felsőoktatás 50 éves évfordulója alkalmából amatőr és hivatásos fotósok számára, olyan igényes fotóalkotások összegyűjtése és kiállítása céljából, melyek érdelemgazdagon mutatják be a fa és ember kapcsolatát, valamint a fa, mint anyag csodálatos világát.

A beérkezett munkákat faiparos és fotós szakmai zsűri értékelt, mely döntése alapján a legkiválóbb pályamunkákat szeptember 3. és 17. között kiállításra bocsátottak a soproni Erdészeti, Faipari és Földméréstörténeti Gyűjtemény termében.

A fotópályázatra 53 pályázó összesen 258 pályaműve érkezett be, melyből 65-öt állítottak ki. A pályázatot két kategóriában hirdették meg: az első kategória a *Fa és az ember harmóniája*, a második kategória az *Érdekes fák és fatermékek* voltak.

A fotópályázat kiállításának megnyitására 2007. szeptember 3-án, a jubileumi ünnepi hét nyitónapján, délután 2 órakor került sor az Erdészeti Múzeumban. Románné Roxer Valéria faipari mérnök, múzeumi munkatárs köszöntője után Dr. Sitkei György, a NyME Faipari Mérnöki Kar professzor emeritusa, a MTA rendes tagja nyitotta meg a kiállítást. Megnyitó beszédében üdvözölte és méltatta



Lángh Gábor: *Fafaragó II.*



Mann Judit: *Költészet és valóság*

✧ Takáts Alexandra, doktorandusz hallgató, NyME Informatikai és Gazdasági Intézet, a kiállítás szervezője