



Tettekész emberek

Foto: | László Panni



Új elnöksége van az Építőgép-forgalmazók és Bérbeadók Szövetségének: Bátor Ferenc (DM-Ker) elnök, Fekete-Kovács Győző (Euroscale) elnökségi tag, Kelemen Gábor (Navik Alfa) elnökségi tag.



BÁTOR FERENC, AZ ÉBSZ ELNÖKE

Kövesdy Gábor (MAÉP): Kezdjük azzal, hogy hány tagja van a szövetségnek?

Bátor Ferenc (B. F.): Az ÉBSZ-nek 23 tagvállalata van, ezek építőgép-forgalmazók és bérbeadók. A szövetség 15 éves. Minden tagvállalatunk önálló importőri jogokkal rendelkezik. A gépbérbeadás tekintetében pedig azok a cégek, amelyek fő tevékenységként végzik az építőipari gépek bérbeadását.

MAÉP: A szektornak hány százalékát fedi le a szövetség taglétszámban és piaci részesedésben?

B. F.: Gépforgalmazóknál a cégek számában 60%, de a piaci részesedést tekintve több mint 90%. A gépbérleti piacon kicsit más a helyzet, a tagok piaci részesedése nem ilyen magas.

MAÉP: Idén volt a szövetség közgyűlése és tisztújítása, új 3 tagú elnökséget választottak.

B. F.: Valóban, tavasszal volt a korábbi elnökségtől egy kérés, hogy legyen tisztújítás. Szerettük volna, ha a pandémiás éveket követően egy új csapat veszi át a stafétabotot.

Fekete-Kovács Győző (F-K. Gy.): Az Euroscale 9-10 éve az ÉBSZ tagja. Beszállítói vagyunk a tagvállalatok többségének. Olyan berendezésekkel foglalkozunk, amelyeket ők beépítenek, használnak a gépek értékesítése, illetve maga a használat során. Szívemen viseltem eddig is a szakma kérdéseit, és aktív tagja voltam a szövetségnek. Lgyekeztem akár hozzászólással, akár szakmai tudással támogatni a szövetség munkáját. És tavasszal, amikor a jelölést megkaptam, nagyon örültem neki, mert úgy érzem, hogy hozzá tudok tenni az egész építőipari gépesítési szakmához.

Kelemen Gábor (K. G.): Tisztán emlékszem, amikor az első közgyűlésen részt vettem, már megfogalmazódott bennem, hogy mekkora kihívás lenne, ha egyszer én is ott ülhetnék az elnökségben. Úgyhogy Győzőhöz hasonlóan én is nagyon jó érzéssel fogadtam a felkérést, és aminek külön örültem, az az, hogy a jelen elnökség karakterében, illetve a vállalati kultúra kezelésében hasonló, és közösen visz bennünket előre, hogy valamit alkossunk, hogy nyomot hagyjunk magunk után. Pont ezért fogalmaztunk meg számos feladatot és tűztünk ki konkrét célokat.

MAÉP: Milyen feladatokat fogalmazott meg az elnökség?

F-K. Gy.: Fontos hangsúlyozni, hogy nem az elnökség határozta meg a három fő területet, amin elsősorban dolgozni fogunk, hanem a közgyűlés, a tagvállalatok. Az elnökség létrehozott ezekre munkacsoportokat, és meg is szavaztatuk a tagvállalatokkal, hogy rövid távon ezek a legfontosabb teendők.

K. G.: Három fő feladatkör született; elsősorban az, hogy az ÉBSZ legyen képes a piaci folyamatok átlátására, a gazdasági mutatók megismerésére. Másodsorban fontos a marketingtevékenység, hiszen a szövetség azért alakult, hogy a piacon lévő jelenlétünket formális keretekbe öntsük, valamint hogy szakmai rendezvények, például kiállítások szervezését menedzseljük. Ez utóbbi lehetetlenné vált a Covid időszaka alatt, így most még fontosabb a kiállítások, az iparági marketing előtérbe helyezése. A harmadik terület pedig az oktatás, az új szakmai generáció kinevelése, amire igyekszünk nagy hangsúlyt fektetni.

B. F.: Végeztünk egy felmérést a tagvállalatok között, és ez a felmérés tulajdonképpen ezt a három fő irányt határozta meg, amit most Gábor elmondott. Tehát kiállítások szervezése, az okta-

tásképzés kérdésköre, szakmai továbbképzések, és van egy harmadik terület, a piacelemzés kérdésköre. És ezeknek megfelelően alakítottunk három olyan munkacsoportot, amelyekben minden tagvállalat képviselteti magát, valamint egy-egy elnökségi tag a téma gazdája, ő irányítja a munkacsoportokat. Így próbáljuk jobban strukturálni és kézzelfoghatóbbá tenni a munkát, valamint közvetlen visszajelzést adni a tagvállalatoknak.

Fontos feladata az elnökségnek, hogy próbáljon meg rövid távon olyan eredményeket elérni, ami a szövetség tagjait pozitív érzéssel tölti el, motiválja őket a szövetségi munkában való részvételre. Például most a Construma kapcsán jött egy megkeresés, illetve mi is megkerestük őket, hogy mi lenne, ha a szövetség kiállítana. Megkértük a felelős munkacsoportot, hogy vizsgálja meg a kérdést. A munkacsoport elvégezte a munkát, az alapján tesz le egy javaslatot a közgyűlés elé. A közgyűlés konkrétumokról tud dönteni a szakmai munkacsoport által kidolgozott javaslatok alapján.

MAÉP: Az egyik munkacsoport, ahogy említettétek, a piac feltérképezésével és elemzésével foglalkozik. Mik itt a konkrét tervek, feladatok?

B. F.: Azt hiszem, a legfontosabb probléma az, hogy nem tudjuk mérni a piac nagyságát, illetve nem rendelkezünk olyan független intézet mérésével, ami meg tudná határozni mind a gépforgalmazóknak, mind a bérbeadóknak, hogy mekkora az a piac, ahol dolgoznak. Ez azért fontos, hogy saját magát egy tagvállalat el tudja helyezni, és hogy érdekvérvényesítés esetén meg tudjuk mutatni a saját erőnket.

MAÉP: Valóban tudni kell, hogy mekkora az az erő, ami a szektor mögött áll.

F-K. Gy.: Úgy van. Másrészt a trendek, a növekedési potenciál elemzése is innen kezdődik. Nem becslő adatokból vagy nemzetközi trendekből kell tájékozódni. És egy reális piaci kép megszerzésének akár motiváló hatása is lehet a tagvállalatok menedzsmentje számára.

B. F.: Erre szerintem egyszerű a válasz: ha nem tudjuk, hogy hol vagyunk, akkor nem tudjuk, hogy hova akarunk eljutni. Tehát ilyen egyszerű mind a tagvállalati, mind a szövetségi szinten. Nem mindegy, hogy ez a piac 10 milliárdos vagy 100 milliárdos. Innentől kezdve gond az érdekvérvényesítés, gond egy stratégia-összeállítás, gond, hogy nincs a jogalkotókkal folyamatos szakmai konzultáció. Tehát ez szükséges ahhoz, hogy el tudjuk magunkat helyezni.



Fotó | László Panni

MAÉP: Miért nem voltak eddig ilyen típusú piaci adatok? Ellenérdekeltek voltak a cégek?

F-K. Gy.: Igen, többen gondolták, hogy ez nem szolgálja az érdeküket. Meg aztán sok tagvállalatunk nem magyar tulajdonú, hanem külföldi, ahol a belső szabályzások is változtak, mondjuk, az anyavállalat megváltoztatta az adatközlési kommunikációit vagy belső szabályozását. Persze tőzsdei cég vagy részvénytársaságok esetében más a helyzet, és mindenhol vannak publikusan elérhető adatok.

MAÉP: Van-e arra lehetőség, hogy ez a szövetség valamiképpen befolyásolni tudjon kormányzati döntéshozatalt, például ráhatása legyen bizonyos pályázatok kiírására?

K. G.: A cél mindenféleképpen az, hogy ha már egy szövetséget alapítottunk, akkor az érdekvérvényesítő képességekkel is rendelkezzen. Az a célunk, hogy javaslatokat tegyünk és együtt dolgozzunk, ami a szektor érdekeit, munkáját elősegíti.

F-K. Gy.: Úgy is fogalmaztuk meg, hogy egy olyan szövetséget szeretnénk létrehozni a tagsággal együtt, amelyik az építőgépszakmának arcot ad, és a benne dolgozók is értéket látnak ebben. Másrészt a kormányzati oldalon is látnak egy olyan szakmai szövetséget, ahová bátran fordulhatnak szakmai tanácsokért. Tehát valóban, ha egy-egy pályázat meghirdetésre kerül, akkor szakvéleményt kérjenek tőlünk. Persze ugyanez igaz, ha a szakmában technológiai váltás körvonalazódik, mi esetleg tudunk olyan előjelzést adni vagy beszerezni, hogy például az adott technológia milyen életciklussal rendelkezik, mennyire tudja hatékonyabbá tenni a dolgokat, milyen munkaerő- vagy milyen tőkevonzata van.

B. F.: Vagy, ha mi nem tudjuk, akkor ott vannak a nemzetközi partnereink, akik nemzetközi trendek alapján tudnak nekünk segíteni e tekintetben.

F-K. Gy.: A magyar döntéshozók sok esetben hoznak olyan gyors döntéseket, amik azért még szakmai előkészítésben nem biztos, hogy végigmentek, vagy megérett a dolog a magyar piacra.

MAÉP: Eddig a kormányzati döntéshozatalban történő megjelenésről beszéltünk, legyen szó arról is, hol látnak még közös iparági érdekeket?

B. F.: Ilyen terület a marketingterület, például a már említett kiállítás, ahova mindenki azért megy el, mert nagyon korlátozott a bemutatkozás lehetősége. A bemutatkozás persze piacszerezés is. Minden tagvállalatnak közös érdeke, hogy bemutassa, hogy milyen jó technológiája meg milyen jó gépei vannak. Tervezünk szakmai konferenciákat szervezni, meghívjuk azokat a nagy építőipari vállalatokat, akik potenciális ügyfeleink hosszú távon, például útépítő cégek, alagút-fúró cégek, mezőgazdasági cégek stb. Létfonosságú ezeknek a szakembereit összehozni, és nekik megmutatni egy új technológiát, mivel sajnos az oktatás és a képzés nagyon le van maradva, és azok a szakemberek, akik ott ülnek egy-egy nagyvállalat döntéshozói székében vagy beszerzői székében, nem biztos, hogy tudatában vannak, hogy ahhoz az adott munkához kiválasztott gép milyen feltételrendszernek kell megfeleljen gépészeti szempontból.

K. G.: Itt iparági és szövetségi marketingre egyaránt gondolunk. Az iparágiról beszélt Ferenc, amikor az imént az ÉBSZ által szervezett, 3 éven-

ként megrendezésre kerülő kiállításról beszélt. De fontos, hogy a szövetségnek is legyen saját marketingje. Szeretnék egy olyan aktív weboldalt, ahol nemcsak a tagságunk, hanem akár a partneri körünk is friss információkat kaphat. Új arculat, új technológiák. Folyamatban van egy új logó megtervezése. És ahogy Győző is kiemeli, az alapja mindennek egy interaktív, korszerű webfelület, ahol számukra értékes és fontos tartalomhoz juthatnak a tagok és az iparági szereplők. Fontos célkitűzésünk, hogy ne csak a tagjainkat szolgáljuk ki, hanem mindenkit, aki bármilyen kapcsolatba kerül az építőgépekkel.

MAÉP: A három nagy projektből talán a szakmai képzés az, amiről keveset beszéltünk.

F-K. Gy.: Ez a szakma is öregszik. Már látszódik annak a veszélye, hogy ha nem lépünk közösen, akkor ez a szakma ki fog halni. Nem is tudom, melyik tagvállalat mondta, hogy a 25 fős szerelői gárdájából 5 éven belül 13-14-en nyugdíjba mennek. Ha nem hozunk be fiatalokat, akik ezeket a munkákat el tudják végezni – például karbantartás, szervizelés –, akkor bajban leszünk. A szakma utánpótlása jóval kisebb, mint egy évtizeddel ezelőtt, a kiáramlás pedig az életkor és más szakmák vonzereje miatt egyre nagyobb.

Arról kell mint szövetség gondoskodnunk, hogy elinduljon a szakmai továbbképzés. A duális képzés megkezdődött ugyan a járműtechnikai és a mezőgazdasági területeken, de az építőgépszakmában jelen pillanatban nincs. Itt egyrészt egy új generációt kell bevonni, a tizenéveseket meg kell szólítani, illetve olyan minőségű tudásanyagot kell felmutatni, ami korszerű és vonzó. És meg kell adni a lehetőséget, hogy eljőjenek hozzánk, a tagvállalatokhoz, hogy a gyakorlatot is megszerezzék.



Fotó | László Panni

MAÉP: Tervezi-e az elnökség, hogy szakmai kapcsolatokat épít ki más, az iparágban dolgozó szövetségekkel? Különös tekintettel az ÉVOSZ-ra.

B. F.: Igen, más szövetségekkel is felvettük a kapcsolatot, például a lízingszövetséggel, bankszövetséggel, hisz az általunk forgalmazott, illetve bérbeadott gépeket finanszíroztatják is az ügyfelek. Ezenkívül vannak olyan szövetségek is, amelyekkel a szakmai részek összefonódnak. Az ÉVOSZ-t is ide soroljuk.

Egy szövetség munkája sokszor nem más, mint a tagok érdekvérviselete. Mi ezt máshogy gondoljuk, mert a mi feladatunk ettől jóval több. Célunk, hogy minden érintett szervezettel, gazdasági szereplővel együtt dolgozzunk azon, hogy meglévő és új tagjaink jövőképét támogatni tudjunk, az építőgép-üzemeltetőknek objektív szakmai háttérrel és a gépekkel dolgozó munkavállalóknak biztonságot teremtsünk; röviden a szövetség egyfajta garancia legyen minden piaci szereplő számára. ■

Superbrands 2022

JYSK

MENTAVILL
VILLAMOSSÁGI SZAKÜZLETEKROSSMANN
Dragónia Parfüméria

SPAR

VEGETA

A KÜLÖNBESÉG