

# 125 éves a magyar gumiipar\*

VÁRADI JÓZSEF\*\*

okleveles vegyészmérnök

## 1. Egy ottfelejtett neonreklám

Ha a budapesti belvárosban járunk, ritkán nézünk fölfelé. A Kossuth Lajos utcában például a Klotild palota kettős tornya, a Párizsi udvar homlokzata vagy az Astoria épületei vonhatják magukra figyelmünket. De van néhány meglepő ősrület is.

A 6. számú ház fölött feltűnhet ma, 2007-ben egy lassan 50 éves – már rég használaton kívüli – neonreklám, amelyet még senki nem állt neki leszerelni: „OGV CORDATIC PNEU”. Persze költséges az eltávolításuk – mellette virít még az „ORION” is –, bár rontják az utcaképet, nem ez a prioritás.

Sokunknak a három szó egyike sem jelent ma már semmit, pedig a nevek igazi ipartörténeti csemegéket rejtjenek.

Az autók gumibroncsára a XX. század elején itthon is általánosan használt kifejezés, a „pneu” talán az akkori szoros francia szakmai kapcsolatokkal függött össze. Így ismétli magát a történelem, a magyar gumibroncsgyártás egyetlen hazai képviselőjét a nagy francia cég, a MICHELIN privatizálta 1996-ban. A MICHELIN budapesti gyára ma ugyanott található, ahol 125 évvel ezelőtt, 1882. február 17-én az első magyar gumiipari vállalatot megalapította *Schottola Ernő*, mely 1890-ben felvette a MAGYAR RUGGYANTAÁRUGYÁR RT. (MRG vagy később EMERGÉ) nevet (1. ábra).

1911-ben alapította az MRG a CORDATIC MAGYAR GUMIABRONCS RT. leányvállalatát. A „CORDATIC” márkánév lett. Még az 1980-as években is használta a ma-

gyar abroncsgyártás. Az angol DUNLOP cégtől átvett technológia szerint az 1920-as években az elsők között kezdett olyan gumibroncsokat gyártani a magyar gumiipar, amelyekben erősítő betéteként „kordszövetet” alkalmaztak (ellentétben a közismert „rácsszövetekkel”, ezeknél a gumiba ágyazott szálak a keresztveződéseknél nem nyírhatják el egymást). Innen a név. Saját szabadalom, az akkoriban nemzetközileg is elismert „Y” mintázat is hozzájárult a CORDATIC abroncs hírnevéhez. A 2005-ben elkészült GUMIIPARI VÁLLALATOK REPERTORIUMA (A Magyar Országos Levéltár Segédletei 21.) is megemlíti, hogy ez az abroncs 50 ezer km-t is teljesített. A világháború után gyártottak néha ennek tizedét sem érték el, sőt a buszok abroncsainál sem volt ritka a mindössze 20 ezer km-es átlagteljesítmény.

A neonreklámon az „OGV” rövidítés az ORSZÁGOS GUMIIPARI VÁLLALAT-ot jelölte, ez a név már 35 éve (!) csak itt, a Jégbüfé fölött létezik. A szocialista, monopolvállalat 1963-ban – az 1949-es államosítás után – több gumigyár (TAURIL, PÁLMA, MRG stb.) összevonása után jött létre. A név főleg az export piacokon bizonyult külföldieknek könnyen megjegyezhető, hangzatos, reklámértékű megjelölésnek.

## 2. Innováció, licencpolitika és exportorientáció már a rendszerváltás előtt

Az OGV történetében a csúcstot a hatvanas-hetvenes évek jelentették. Ekkor legkeresettebb termékük a világon nagy elismerést szerzett olajipari mélyfúró-tömlő volt. A legendák szerint akadtak olyan hónapok, különösen az 1971-es olajsokk után, mikor szó szerint nem tudtak eleget készíteni belőle. 1965-ben részben e termék gyártásának felfuttatására létesült a szegedi gyár, mely a tömlő- és szállítóheveder-gyártás fő telephelye Magyarországon, ma a CONTINENTAL CONTITECH GYÁRA. Ugyancsak nagy sikert és – a tervgazdálkodás ellenére is – szép anyagi hasz-



1. ábra. A Magyar Ruggyantaárugyár egykori fényképfelvételen

\*maguszinfo

\*\*MAGUSZ elnökségi tag

not hoztak a hagyományos kerékgumik. Az ezek iránti kereslet a motorizáció fokozatos térhódításával párhuzamosan, az ötvenes évek végén, a hatvanas esztendők elején kezdett felfutni. A számtalan autóbusz, trolis, traktor és teherautó mind több és jobb, strapabíróbb kereket igényelt. Segített, hogy a KGST-n belül Magyarország kapta a buszgyártást, mint specializációs profilt, és persze az OGV volt a személygépkocsi abroncsok monopol importőre.

A PÁLMA gumimatrac is olyan karriert futott be, hogy a környező szocialista országok mellett még nyugati exportra is került belőle. Főleg ennek gyártására 2000 főre nőtt az 1962-ben alapított nyíregyházi gyár dolgozóinak száma.

1973-tól a magyar gumiiipar immár valóban exportorientált nagyvállalata a márkanévként világszerte ismertté vált TAURUS nevet vette fel, utalva ezzel is az itt gyártott gumik erősségére, szilárdságára.

A politikai környezettől a vállalat nem tudta magát függetleníteni, nem is akarta, túl jól jövedelmezett a kizárólagos KGST gumiabroncs-import. Kétségtelen viszont, hogy végig megtartotta, sőt növelte innovációs kapacitásait, piaci nyitottságát. Helyesen ismerte fel azt is, hogy saját erőforrásai nem lesznek mindenhol elegendők. Már 1970-től nyugati (az osztrák SEMPERIT-től származó) licenc alapján fejlesztette a radiál tehergépjármű-abroncsok gyártását, 1977-től pedig amerikai licenc (B. F. GOODRICH) alapján a radiál traktorabroncsok gyártását.

A sors fintora, hogy a SEMPERIT abroncsgyártást azóta bekebelezte a CONTINENTAL, a B. F. GOODRICH-ot a MICHELIN, ez a két multinacionális cég pedig 4, illetve 3 telephelyén a mai magyar gumiiipar 70%-át képviseli.

### 3. Rendszerváltás, privatizáció és utótörténet

A magyar gumiiipar fellegvára, a TAURUS a rendszerváltás után csödközési helyzetbe került, de részben piaci pozíciói, részben a „multik” kelet-közép-európai ambícióinak, versenyének köszönhetően viszonylag eredményesen privatizálható volt. Persze nem lehet nem tudomásul venni, hogy a mentőöv egy állami adóssághozzájárulás volt, miután a TAURUS szerencsésen bekerült a „piszkos 12” nagyvállalat közé 13.-nak. A MICHELIN vette meg 1996-ban, és a nem abroncsgyártó részleget azonnal továbbadta a német PHOENIX AG-nak (ma a szintén német CONTINENTAL része).

#### 3.1. Mi történt az abroncsgyártással?

Sokan biztosra vették, hogy a MICHELIN nem sokáig fog teherabroncsokat gyártani Budapesten, és csupán a nyíregyházi traktorabroncs-gyár megszerzése volt a fő üzleti cél. Ma is működik a budapesti gyár, és több acélradiál tehergumit termel, mint valaha. A nyíregyházi

gyár radiál traktorabroncsai részben máshol készülnek, de Nyíregyháza egy vadonatúj személygépkocsi abroncs-gyártó üzemmel egészült ki 2004-ben.

Sok világcég, melyek valamilyen módon már a privatizáció során pozíciókat akartak szerezni Magyarországon, illetve Kelet-Közép-Európában, ha nem is szereztek ilyeneket a TAURUS eladásakor, utólag mégis megvetették a lábukat.

A BRIDGESTONE, évek óta a világ vezető gumiiipari cége, az utolsó fordulóban 1996-ban a MICHELIN egyetlen vetélytársa volt a TAURUS „árverésen” és hajszállal maradt csak le. 2006-ban kezdtek el egy 190 millió euró értékű zöldmezős beruházást Tatabányán. A gyár világvizonylatban is új technológiával napi 8000 darab személyabroncsot fog gyártani (évi kb. 2 millió darab), a teljes felfutás 2009-re várható.

A dél-koreai HANKOOK cég már 1995-ben is közel volt a világ első 10 abroncsgyártóját egyesítő élcsoporthoz, azóta a 6–7. helyre jött fel (1. táblázat). Akkori érdeklődése magyar telephely iránt még nem vezetett eredményre, de 2006-ban – nagy versenyben Szlovákiával – mégis Magyarország mellett döntött. A szintén zöldmezős, mintegy 500 millió \$ értékű beruházás Dunaujvárosban valósul meg. Már 2007-ben termelni fog mintegy évi 2 millió darab abroncsot, de 2010-re 10 millió darabra tervezik felfuttatni.

#### 1. táblázat.

##### A nemzetközi abroncsgyártók rangsora

Helyezés	Cég	2006	2005
		konszolidált termelési érték, milliárd USD	
1	Bridgestone	19,7	17,4
2	Michelin	19,0	18,1
3	Goodyear Tire & Rubber Co.	17,8	17,3
4	Continental AG	7,5	7,1
5	Pirelli & Cie SpA	5,0	4,5
6	Sumitomo Rubber Industries	3,5	3,5
7	Hankook Tire Co.	3,0	2,5
8	Yokohama Rubber Co.	3,0	2,9
9	Cooper Tire & Rubber Co.	2,4	2,0
10	Kumho Tire Co. Inc.	1,8	1,7
11	Toyo Tire & Rubber	1,7	1,6

#### 3.2. Nem csupán az abroncsszektorban történtek figyelemreméltó fejlesztések

A már említett CONTINENTAL 2000-ben saját autóipari tömlőgyárat épített Vácon, mielőtt 2004-ben a PHOENIX AG (Hamburg) akvizíciója révén annak valamennyi magyar érdekeltsége, a szegedi szállítóheveder-gyártó vállalat, a szegedi és makói tömlőgyárak, a nyíregyházi légrugó-kapacitás egy része is hozzá került. (Bár a világ

4. abroncsgyártója, ezirányú terveit máshol valósította meg.)

A FREUDENBERG cég Kecskeméten hozott létre üzemet fém-gumi tömítőelemek gyártására. Ráadásul a CONTINENTAL-PHOENIX összeolvadása révén a brüsszeli kartellhatóságok is akcióba léptek. A tehergépjárművek légrugóinál ugyanis az így előállt piaci túlsúly miatt kötelezték a CONTINENTAL-t, hogy egy légrugógyártó kapacitásától váljon meg. Így a FREUDENBERG egyik leányvállalata, a VIBRACOUSTIC éppen a nyíregyházi légrugógyárban szerzett mégis pozíciót 2004-ben, amire 1996-ban hiába tett kísérletet.

Nyíregyháza egyébként is fontos gumiipari központtá vált. Az előzőeken túl olyan világcégek települtek rá a korábban már létező termékekre, mint a német HÜBNER járműharmonikákat és extrudált termékeket, valamint a MEIJI RUBBER EUROPE RT. offset nyomdaipari gumikendőkét gyártó üzeme.

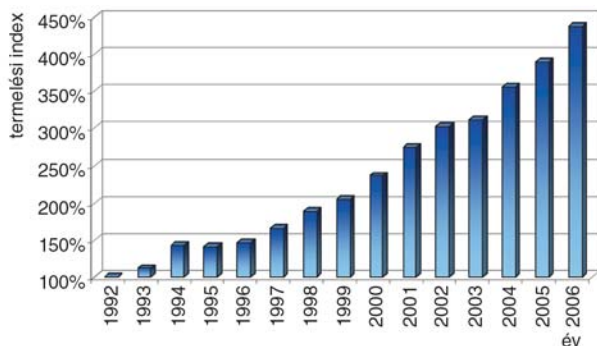
### 3.3. A magyar gumiipar fejlődési tendenciái az utóbbi másfél évtizedben

Az eddig elmondottakkal persze már elébe is vágunk a kérdésnek. Melyek az iparágban végbemenő fő folyamatok?

A gumi- és műanyagtermékek gyártása az 1990-es évek eleje óta dinamikusán nő, jelentősen meghaladva a feldolgozóipari átlagot is. A termelési volumen a vizsgált 15 év alatt több mint négyszeresére nőtt, ami éves átlagban körülbelül 11,1%-os folyamatos növekedést jelent. Összehasonlításként, a teljes feldolgozóipar termelési volumene éves szinten átlagosan 8,9%-os emelkedésnek felel meg.

Nehéz a gumiipari termelés és értékesítés pontos elhatárolása, sok az átfedés az autóiipari beszállítóknál a gumitermékek és az egyéb alkatrészek között, a közvetett export és a belföldi értékesítés között stb.

A teljes vegyipar termelési értéke 2006-ban elérte a 3193,4 milliárd forintot (12,1 milliárd euró). A vegyi anyagok és termékek gyártása dinamikusán, 4%-kal nőtt



2. ábra. A magyar műanyag- és gumitermelés indexe. 1992=100%

tavaly. Az ágazat múlt évi termelésnövekedése a 10,1%-os ipari átlag alatt maradt, de súlya változatlanul jelentős. A vegyipar adja az ipari termelés 16,6%-át, a feldolgozóiparon belül pedig 17,9%-kal részesedik. A hazai vegyipar kibocsátása 2005-ben még 7,6%-os bővülést mutatott (2. ábra).

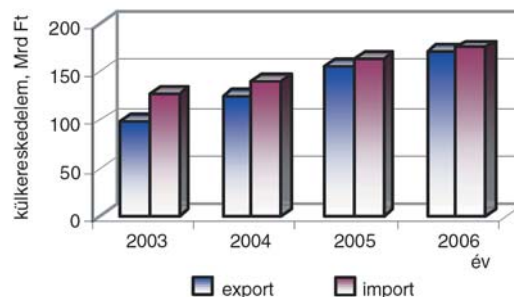
Viszont a vegyiparon belül a gumiipari termelés 15 év alatt több mint ötszörösére bővült. Csak tavaly az előző évhez képest 18%-kal nőtt, az értékesítés pedig 14,7%-kal emelkedett, ezen belül az export 15,4%-kal, a belföldi eladás értéke pedig 13,5%-kal volt magasabb a 2005. évinél.

Ha a gumiipar legfontosabb félkész termékét, a kauszkeveréket nézzük, mint mutatót, a szintén sok bizonytalanság ellenére megállapítható, hogy a 2006. évi 77 ezer tonna nettó igény, illetve a 76 ezer tonnára becsült hazai gyártással szemben 2010-ig az igények több mint kétszeresére fognak nőni (170 ezer tonna), a keverőkapacitások valamivel kisebb mértékben emelkednek (150 ezer tonna), valószínűleg nem minden nagy cég telepít keverőüzemet új létesítményei mellé. (Mindez MAGUSZ becslés.) Mindenesetre a mennyiségi növekedés várhatóan ugrásszerű lesz.

Paradox módon a 2004-es EU-belépéssel számos mutató megbízhatósága vagy tartalma bizonytalanabbá vált. Nehéz szűkebb iparági szinten elkülöníteni, hogy a termelésből, illetve az importból mi kerül exportra, mi belföldi értékesítésre. A vállalatok nem kötelesek termelési adataikat közölni, míg az EUROSTAT viszonylag megbízhatóan megköveteli a határokon túli forgalmi adatokat, feltéve, hogy senki nem használ hibás vagy manipulált kódokat. Ennek ellenére bizonyos trendek nyomon követhetők.

1997-ben a belföldön forgalomba hozott 43,3 milliárd Ft összértékű gumiipari termék kb. 65%-a import eredetű volt (MAGUSZ). Ilyen adatunk 2006-ra nincs. 2006-ban a KSH által kimutatott belföldi termelés 158,3 Mrd Ft volt, csaknem ugyanennyi az értékesítés.

De a gumitermékek importja egyedül 175,8 Mrd Ft, az export 172,5 Mrd Ft. (A külkereskedelmi forgalom-



3. ábra. A magyar gumiipari külkereskedelem 2003 és 2006 között (Eurostat 2007., 1 euró = 250 Ft változatlan árfolyamon visszaszámolva)

ban tetemes nyersanyag import és export is van, rohamosan bővül az importált félkész termékek feldolgozott állapotban történő exportja stb.) De a belföldön maradó értékesítés akkor is nagyságrendben 150 Mrd Ft, tehát az 1997. évinek közel négyszerese. Ebből kb. 53,4 Mrd Ft a termelővállalatok belföldi forgalma (KSH) (3. ábra). Még ha ebben is van bizonytalanság, nagyjából azt mondhatjuk, hogy az import gumiáruk aránya a belföldi értékesítésben hasonló a 15 évvel ezelőttihez.

Még egy tendencia figyelemre méltó. Bár az import is dinamikusan nőtt, az olló az export és az import között látványosan zárul. Ennek fő oka nemcsak a belföldi felhasználás szűkülése és bizonyos gyártókapacitások továbbvándorlása Kelet-Európa felé – és az oda irányuló alkatrészszállítások –, hanem a még inkább fokozódó munkamegosztás az Európai Unión belül, illetve azon kívül is a multinacionális vállalatcsoportok telephelyei között.

Változik a gumiipar vállalati struktúrája is. Az 1996-os, egy állami tulajdonban lévő vállalat által dominált struktúra ma egy több, külföldi tulajdonú oligopol struktúrába ment át, és 2–3 nagyobb, 50 főnél többet foglalkoztató, magyar vállalat maradt csupán. 1997-ben több mint 400 gumiipari termelő és szolgáltató vállalatról tudott a MAGUSZ, 2007-ben – beleértve a legkisebb 1–2 fős vállalatokat is – ezek száma 215. A koncentráció tehát igen jelentős, nem csupán a legnagyobbakra jellemző.

A korábinál kisebb számú gumiipari gyártó és beszállító, szolgáltató gazdasági ereje ennek ellenére nem elhanyagolható, ha nem is vethető össze a Magyarországon beruházó multinacionális csoportokéval.

A kis cégek kulcsszerepet játszanak a gumiipari kereskedelem, szolgáltatások (gépjármű abroncsok szerelése, karbantartása, újrafutóztatása), műszaki marketing (szállítóheveder-rendszerek kiszolgálása stb.), hulladékhasznosítás, szerszám- és célgépgyártás területeken és szép számban található kisebb szériás, speciálisabb termékek előállításával foglalkozó gyártók autóiipari beszállítóként, esetenként nagyobb cégek alvállalkozóiként.

Bár a gumitermékek közül alig van, amely életgörbéjének felszálló ágában lenne, a magyar példa is azt mutatja, hogy egy érett iparágban is lehetnek új lehetőségek, kihívások.