

ÜZLETI HETILAP

FIGYELŐ

77 ELEKTRONIKA-SZTORI
ÁLLANDÓAN
INNOVÁLNAK

BIDEN-CSOMAG
GLOBÁLIS
FELLENDÜLÉST HOZHAT

ADÓPARADICSOM-LISTA
SVÁJC A TOPON

DEUTSCH TAMÁS-INTERJÚ
ÚTLEVÉL HELYETT
VAKCINÁT

TÁLOS PÉTER,
a Joint Venture
Szövetség elnöke,
a Foxconn alelnöke

JAVÍTANI KELL A HAZAI TŐKE ARÁNYÁN

12. SZÁM | 2021. MÁRCIUS 25-31.



9770015086005 21012

ÁRA: 790 FT

A VILÁG ÉLVONALÁBAN

ZETTWITZ SÁNDOR | Vércukormérővel és vizeleti diagnosztikával vált világhírűvé a szakmában egy a rendszerváltás környékén alakult magyar orvosműszer-gyártó. A 77 Elektronika 88. életévében lévő tulajdonos-vezetője mesélt a kezdetekről, a jelenről és a ma már 740 fős vállalat jövőbeli stratégiájáról. A cég 30-31 milliárdos éves bevételének a 6-8 százalékát költi kutatás-fejlesztésre.

A legnagyobb hazai orvosműszer-gyártó vállalat hogyan vetette meg a lábát működése első éveiben?

– A cég 1986-ban alakult, az idén lett 35 éves. Szerettünk volna egy magánvállalkozást csinálni. Mindenféleképp próbálkoztunk, de csak annyit tudtunk, hogy valamiképpen az elektronikához kapcsolódó tevékenységgel szeretnénk foglalkozni. Kibéreltünk egy kis Hegyalja úti lakást, a feleségem és a vejem volt a cégalapító. A véletlen úgy hozta, hogy a családjunk balatonfüredi nyaralójának a szomszédságában egy diabetológus szakorvos lakott, aki egyszer felhívta a figyelmünket arra, milyen nagy igény lenne az egészségügyben egy jól működő, önellenőrző vércukormérő készülékre. Megkérdezte tőlünk, tudnánk-e hasonlót gyártani. Megpróbáltuk, és a rendelkezésünkre álló „keleti blokkos” alkatrészekből összeraktunk egy prototípust. Nagy volt és nehéz, de egy előnye megvolt: jól mért. Emiatt a szakma mellénk állt, és az emberek is értékelték, hogy nem kell négy-öt napra befeküdniük a kórházba kivizsgálásra. Végül az Országos Egészségbiztosítási Pénztár bevonta a támogatott termékek körébe. A Dcont vércukormérők gyártása és fejlesztése

azóta is folyamatos, már a hetvenegyedik generáción dolgozunk. Fontos kiemelni, hogy a 77 Elektronika családi vállalkozásként indult, négy-öt fővel, s ma 740 embernek adunk munkát. Ennek ellenére a cég most is a família tulajdonában van és marad is.

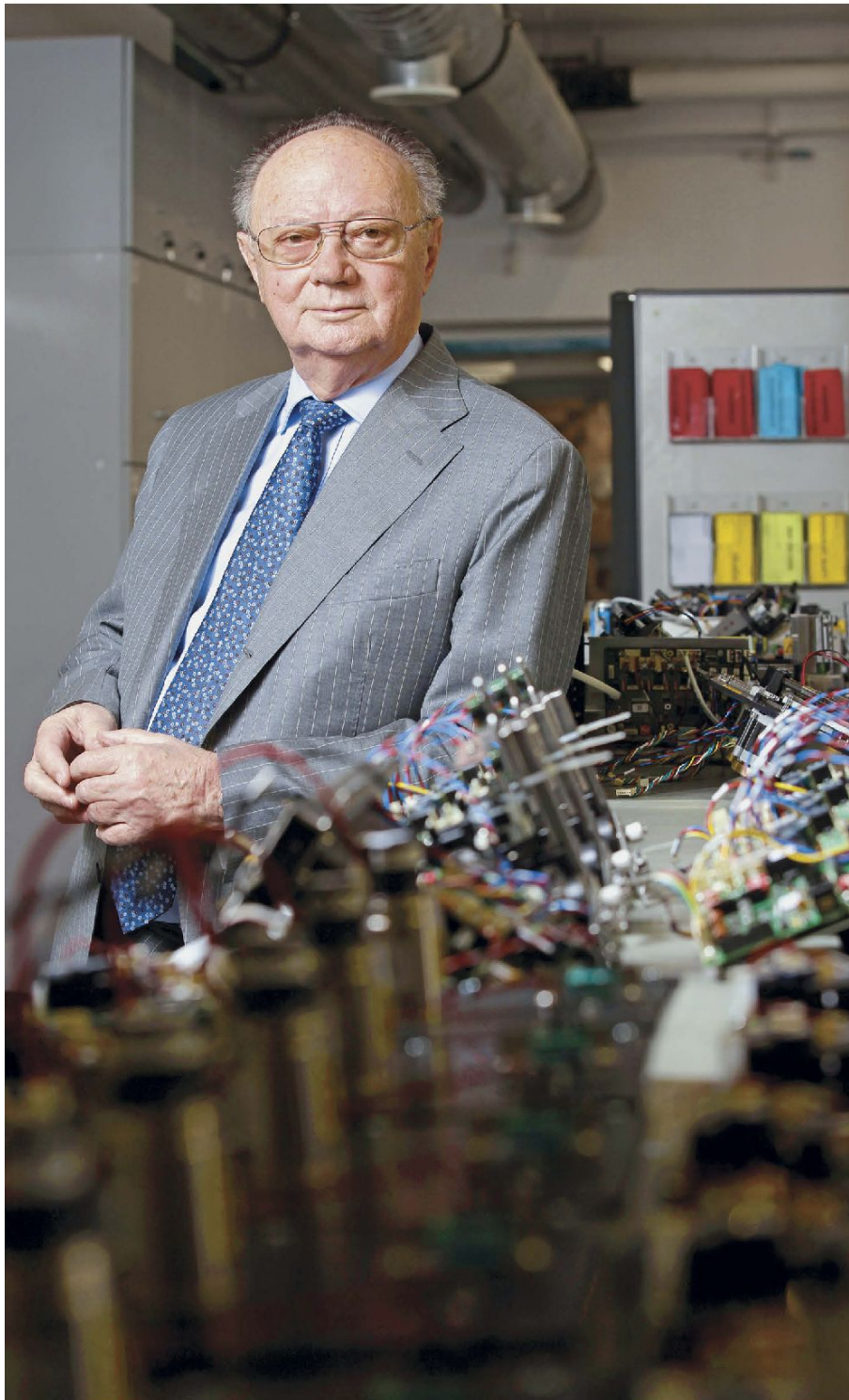
– Mi az a technológiai előny, amellyel meg tudták tartani az „erőt” a nemzetközi szinten?

– Megalakulása óta a vállalat az állandó innovációt tekintette a jövő zálogának. Mint említettem, a vércukor-önellenőrzést lehetővé tevő Dcont családot folyamatosan fejlesztettük és fejlesztjük ma is. A legutolsó készüléktípus csaknem laborpontossággal elvégezhető mérést tesz lehetővé. A hazai piacon erre a termékre fókuszáltunk. A nemzetközi szinten azonban abban az időben három multi tartotta kézben ezt a szegmenst, ezért csak a piaci résekben találtunk némi lehetőséget. Ugyanakkor a távol-keleti gyártókkal, amelyek tíz éve jelentek meg, nem kívánunk és nem is tudunk konkurálni.

– Van más termékcsalád is?

– A vércukormérők területén szerzett tapasztalatok alapján kezdte meg a vizeletmérők fejlesztését a társaság,

és ma a forgalmunk döntő többsége e termékekből keletkezik. Kezdetben főleg a házi orvosok részére állítottunk elő készüléket, a későbbiekben összpontosítottunk a teljesen automata vizeletvizsgálókra. A kialakított technológia neve UriSed. Az e produktumunkkal való megjelenésünk előtt már két multi a piacon volt. A technológiai előnyünk abban áll, hogy a korábbi gyakorlat szerint az orvos egy kézimikroszkópon keresztül vizsgálta a mintát. Mi – a konkurenciától eltérően – lényegében az általa megszokott gyakorlatot automatizáltuk. Sikerült olyan terméket létrehozni, amely elnyerte az orvosok tetszését, és így a világpiac mintegy 40 százaléka már az UriSed-technológiát vásárolja. Ez a márka mára egy erős magyar brand lett. Külföldi orvostechonikai szakkonferenciákon vagy kongresszusokon tapasztalom, hogy Magyarország nevét a szakmában az UriSed márkánévvel azonosítják – legalábbis a mi köreinkben. A legnagyobb piacunk az EU és az Egyesült Államok, körülbelül azonos arányban, de nagyon jó pozícióink vannak Kínában, Dél-Ame-



rikában, a közel-keleti országokban – így Szaúd-Arábiában –, sőt Oroszországban és több közép-ázsiai államban is. Összességében immár 91 országban vagyunk jelen.

– *Hogyan sikerült berobbanni a nemzetközi szakmai „köztudatba”?*

– A készüléket bemutattuk egy nagy európai orvostechnikai kiállításon, ahol

felkeltette a Boehringer Mannheim – 24 ezer fős óriáscég – figyelmét. A tárgyalásokon elmondták, hogy érdeklőket, de bizonyos módosításokat kértek. Ez januárban történt. Mi azt mondtuk, júniusra kész lesz a prototípus, amit a partner nem akart elhinni, mivel a nagy társaságoknál egy ilyen fejlesztés több évet vesz igénybe. Ám a vállalt határidőre elkészítettük az eszközt – itt mu-

tatkozott meg egy családi kézben lévő vállalat rugalmasságának az előnye. A partner természetesen a saját neve alatt dobta piacra a készüléket, de elértük, hogy a mi logónk is látható legyen rajta. Így minden felhasználó tudta, hogy ez egy 77 Elektronika-gyártmány.

– *Ez segített a további sikereken?*

– Igen. A japán Arkray ez alapján jött hozzánk, és a távol-keleti szigetországba is sikerült betörnünk a technológiával. E készülék ugyanakkor csupán egy alaptchnológiát jelentett. Ezután fejlesztettük ki a félautomata és automata berendezéseket, amelyeket már nagyrészt a saját nevünk alatt hoztunk forgalomba. Az UriSed-technológia sikerét felismerve jött azután létre a kapcsolatunk az olasz Menarinivel, a svájci Roche-sal (amely a Boehringer Mannheim utódja – a szerk.) és a Siemensszel is.

– *Említette, hogy az innováció önök-nél prioritás.*

– Igen, a cég sikerének a titka az állandó fejlesztés: az éves árbevételünk 6-8 százalékát fordítjuk minden esztendőben innovációra, ami világviszonylatban is jónak számít. Egyrészt folyamatosan tökéletesítjük a meglévő berendezéseinket. Például a vállalat zászlóshajójának tekinthető nagylaboros vizeletvizsgáló laboratóriumi család immár negyedik generációját fejlesztjük. Másrészt teljesen új gépek, eljárások megalkotásán is dolgozunk. Ilyen az úgynevezett Lab-on-a-Chip rendszer, amely betegség mellett teszi lehetővé a vérkép laborpontossággal elvégezhető analizálását.

– *A kutatókat, dolgozókat miként sikerül megtartani?*

– Mindig is nagy hangsúlyt helyeztünk arra, hogy alkalmazottaink – úgy a fejlesztésben, mint a gyártásban – kövessék a céghez. Olyan munkakörül-

ményeket teremtettünk, amelyek közeget az emberek szívesen dolgoznak. Ennek következtében a fluktuáció minimális: a 120 fős fejlesztési részlegben az utóbbi időben lényegében nem is volt. Esztendőkönn át minden esetben a magyar átlag felett emeltük munkatársaink bérét. Amennyiben az adott év jól sikerült, 13. havi fizetést is kaptak.

– Milyen stratégiával nőtt a háromszorosára a 2013-at követő években az árbevétel?

– A forgalom folyamatos bővülésének az alapja természetesen szintén a megszakítatlan innováció volt, ahogyan most is. A növekedés oka, hogy világszínvonalú termékeket tudunk kínálni. Persze tisztában voltunk és vagyunk azzal, hogy a vállalat nagyságát tekintve még mindig bizonyos korlátokkal kell szembenéznünk a világpiacra. Éppen ezért kötöttünk megállapodásokat a Menarini, a Roche és a Siemens céggel, mert velük olyan piacokra is be tudtunk jutni, ahova a saját erőnkkel nem sikerült volna.

– Kapnak felvásárlási ajánlatokat, s ha igen, megfontolják ezeket?

– Természetesen a társaság rendszeresen kap ajánlatokat, főleg az éves mérleg megjelenését követően. Ezeket minden esetben kategorikusan visszautasítottuk. Igaz, a 77 Elektronika sem vásárolt fel eddig sem belföldi, sem külföldi vállalatot. Ugyanakkor immár tárgyalások folynak két cég megvételéről. Ennek eredményéről még korai lenne beszélni.

– Az árbevételt tekintve hogy állnak a magyar piaccal?

– A cég forgalmának a 17 százalékát adják a vércukormérők. Tavaly új termékkel is jelentkeztünk, piacra dobtuk a 2019-ben bevezetett Dcont Éta- lon OEP által támogatott testvérkészülékét. Az idén pedig egy új ketonmérőt és egy CGM-et (a vércukrot folyamatosan monitorizáló eszköz – a szerk.) ve-

zetünk be. Ugyanakkor a nagylabor-automatákat a készülékek magas ára miatt a magyar piacon igen korlátozott számban értékesítettük.

NÉVJEGY

- 87 éves, gépészmérnöki diplomáját 1957-ben, a Budapesti Műszaki Egyetemen szerezte.
- Karrierjét a Könnyűbeton és Szigetelőipari Vállalat mérnökéként kezdte, majd építőipari gépek importjával foglalkozott a Níkex Kúllkereskedelmi Vállalatnál, később a Technoimpex olaszországi kúllkereskedelmi igazgatójaként dolgozott. 1992-ben váltott a veje és a felesége által alapított 77 Elektronikához, amelynek azóta is ügyvezetője és családtagjaival együtt tulajdonosa.
- Felesége a cég gazdasági vezetője, lánya, Zettwitz Gabriella a vállalat társügyvezetője.
- Hobbija: tenisz, vitorlázás, borászat.

– A Covid-19 miként változtatta meg a napi működést?

– A járvány felfutásakor azt tapasztaltuk, hogy a cukorbetegségektől tartottak, nem jutnak majd hozzá olyan, a betegség kontrollálásához nélkülözhetetlen eszközökhöz, mint a tesztsík vagy a mérő, ezért – főleg márciusban – kiugróan megnövekedett a kereslet a termékeink iránt. Ez azonban felesleges aggodalom volt, hiszen a 77 Elektronika az alapítása óta, 35 éve Magyarországon fejleszti, gyártja és forgalmazza a produktumait, így nem függünk a külföldi gyártók termékeinek a behozatalától és az importkorlátozásoktól úgy, mint az importált készülékeket forgalmazó versenytársaink.

– Hogyan teljesített tavaly a vállalat?

– Elértük a kitűzött forgalmi célt, és például az Oroszországban felépített Covid-kórházakat az UriSed-technológiával működő vizeletelemzőkkel látták el. Nagy súlyt helyeztünk arra is, hogy a dolgozóinkat a lehetőségeinkhez mérten megvédjük a járványtól. Közben pedig minden olyan kollégánk részére biztosítottuk a home office lehetőségét, aki otthonról is tudta teljesíteni a feladatait. A pandémia miatt a hagyományos gépeink iránti kereslet nem csökkent számottevően. Az egészségiparnak az az ága, amely valamilyen kapcsolatban volt a koronavírus-járvánnyal, illetve annak kezelésével, kimondottan piacnövekedést könyvelt el.

– Milyen egy innovatív egészségügyi cég helyzete itthon?

– Magyarországon az egészségügyi ellátórendszerben a kórházak vagy a rendelőintézetek az orvostechnikai eszközök, a diagnosztikai berendezések csupán 18 százalékát szerzik be hazai gyártóktól. Ezzel szemben Németországban és Franciaországban az ottani beszállítók 80 százalékos arányban vesznek részt az egészségügyi ellátásban. Az itthoni orvostechnikai ipar termékei versenyképesek külföldön. Mi azt szeretnénk elérni, és ezért már két éve harcolunk, hogy a közbeszerzések folyamán a hazai cégek is labdába rúghassanak. A magyar egészségügyi termékválaszték ismeretében azt tartanám reálisnak, ha a hazai társaságok 30-40 százalékban látnák el a szektort a termékeikkel.

HALASKA GÁBOR