IRODAELLÁTÁS 2015

A 80-as évek végén, 90-es évek elején indult politikai, társadalmi, gazdasági változások természetszerűleg nem hagyták érintetlenül a hazai papíripart és papírkereskedelmet sem. Az import-liberalizáció nyomán rövid idő alatt korábban elképzelhetetlen választék zúdult a hazai írószer- és papírpiacra, miközben a hazai papírgyárak tulajdonosi szerkezete is komoly átalakuláson esett át. **Az új idők lényegében az egész** – korábbi évtizedekben kialakult, meglehetősen egyszerű struktúrájú – **ágazatot a feje tetejére állították.**

GYÁRTÁS

A rendszerváltásig működő papírgyártás alapjait a trianoni döntést követő években rakták le, **az Osztrák-Magyar Monarchia idejében** működő üzemek ugyanis a fában és vízben gazdag területeken, az új országhatáron kívül voltak. A 30-as években a kor csúcstechnológiájával felszerelt létesítmények – a fűzfői, piszkei, szentendrei, szolnoki papírgyárak – lényegében a legszükségesebb karbantartási munkák elvégzése mellett még a rendszerváltást követően is üzemeltek. **Az üzemek a hazai igények körülbelül 70 százalékát tudták fedezni,** igaz a szocialista táboron belül megszokott, mérsékelt kínálatban és minőségben. Az üzemek a 90-es években indult privatizáció során jellemzően a korábbi menedzsment vezetése és befolyása alatt működtek tovább néhány évig, ám a termékek korábbi piaca – a hazai vállalatok, közigazgatási szervek és nem utolsó sorban a lakosság – a tetszetősebb, olcsóbb, esetleg jobb minőségű import termékekre tért át. A hazai gyártókapacitásnak – és a béketáborban szocializálódott menedzsmentnek – tehát jellemzően nem sikerült alkalmazkodnia az új idők követelményeihez, ami a privatizációt követő években az üzemek bezárásához, felszámolásához vezetett.

KERESKEDELEM

A rendszerváltás a honi papíripari termelés számára a véget jelentette, míg az írószer-, irodaszer-, és papírkereskedelemben óriási árudömpinget hozott. Ebben az időszakban voltak akik megtalálták a számításukat - de jóval többen elvéreztek. A szocialista időket egyértelműen a hazai, valamint a keleti blokk termékei és az állami kiskereskedelmi láncok, az országos lefedettségű **PIÉRT** és a fővárosban közel 15o üzlettel rendelkező **ÁPISZ,** valamint a **Megyei Iparcikk-kereskedelmi Vállalatok,** továbbá az **ÁFÉSZ** és **FÜSZÉRT** érdekeltségek látták el. A boltok szolgálták ki a lakosság mellett az állami hivatalokat és vállalatokat szegényes, ám stabil árukínálattal. Az import az állami felügyelet alatt álló külkereskedelmi társaságok feladata volt, így még igény esetén sem volt könnyű hozzájutni olyan, ma már hétköznapinak számító termékekhez, mint egy Rotring ceruza. **Az importtilalom 80-as évek végi feloldásával azonban felrobbant a piac:** gombamód elszaporodtak a kisvállalkozások, amelyeknek immár módjukban állt az, hogy önállóan importáljanak a korábban ritkaságnak számító termékekből, nyugatról. A szinte egyik pillanatról a másikra színessé váló kínálat nem csak a kisiskolások és lakossági fogyasztók számára jelentett örömet, de a hivatali szektor beszerzései is új ruhát öltöttek: a különböző irattároló családok kínálata példának okáért hirtelen közel százasra bővült a korábbi néhány lehetőségről. A kiskereskedelmi piac átalakulásával igyekezett lépést tartani a PIÉRT vezetése is: a megoldás az lett, hogy a társaság régiós lefedettségű kereskedelmi vállalattá alakult, így jött létre például a **Buda-PIÉRT,** a **Dráva-Piért,** az **Észak-Magyarországi PIÉRT** vagy a **Pannon-PIÉRT.** Ezen üzletek – a privatizációt követően - még egy ideig jelentős forgalmat bonyolítottak, mivel az állami hivatalok, cégek beszerzői rendszerint a kiskereskedelmi üzletekbe, az **„Ápiszokba”** mentek áruért.

A kaotikus helyzet némi rendeződésére a 90-es évek végéig kellett várni: megrendelői oldalon egyre nagyobb számban voltak jelen olyan - nyugati vállalati kultúrát hozó - társaságok, amelyek igényeit csakis professzionális beszállítók tudták kielégíteni. Ezek a piaci szereplők már nem kívántak foglalkozni a szükséges irodaszerek raktározásával, ezért gyors és hatékony rendelési-szállítási szisztémával dolgozó partnereket kerestek. Szintén a piaci tisztulás irányába hatott, az 1995-ben hozott közbeszerzési törvény is: azaz államigazgatási szinten is felismerték, célravezetőbb és olcsóbb központosítani a beszerzést, minthogy minden hivatali részegység saját maga intézze az írószer-vásárlást.

Legalább ennyire fontos, hogy megjelentek az óriási árukészletet felvonultatni képes, elsősorban a lakosságot kiszolgálni hivatott áruházláncok, elsőként a **Metro** és az **Office Depot,** később pedig az azóta kivonult **Cora,** az **Auchan** és a **Tesco.** Ezek az üzletek megrendelési volumenüknek köszönhetően lényegesen kedvezőbb beszerzési árakkal dolgozhatnak, mint a kisebb üzletek, így a fogyasztói árak versenyében is könnyen legyőzték a kisebb boltokat. Az áruházak természetesen nem csak a magánfogyasztók kiszolgálásában játszanak nagy szerepet, de azon cégek is ezeket keresik fel, amelyek maguk intézik irodaszer-beszerzéseiket.

ÁLLAMIGAZGATÁSI INTÉZMÉNYEK, MINT A PIAC MOTORJAI

Az irodaszer piac konszolidációjának fő hajtóereje – a kilencvenes évek derekán – az összehangolt központi közbeszerzési eljárások kiírása volt. Addig ugyanis a hivataloknak maguknak kellett gondoskodniuk szükségleteik kielégítéséről, nem ritkán akár részleg-, vagy irodaszinten. Ma már az államigazgatási intézmények, minisztériumok, oktatási, egészségügyi, és önkormányzati intézmények jelentős részeben központosított rendszerben szerzik be irodaszereiket. Közülük többre egyébként nem terjedne ki a központi közbeszerzési kötelezettség, mégis önként csatlakoztak a rendszerhez költséghatékonysági és erőforrás-takarékossági okokból. **Az állami megrendelések ma már a teljes, éves szinten körülbelül 100 milliárd forintos megrendelés-állomány felét teszik ki.** A rendszer jellemzője, hogy szigorúan meghatározott normatívák és intézményi szinten rögzített keretösszeg, beltartalom van meghatározva, a futamidő pedig általában 1-2 év. A nagyobb, milliárdos megrendelések sajátossága továbbá, hogy több kedvezményezettet hirdetnek ki, a kiválasztottakat pedig a futamidő alatt is versenyeztetik. A piaci tapasztalatok különös módon azt mutatják, hogy az állami bevásárlások lényegesen nagyobb átláthatóságot biztosítanak, hiszen a pályázók „belelátnak" a közbeszerzési eljárások teljes folyamatában, így az értékelési szempontok és a versenyeztetés minden mozzanata világos és nyomonkövethető. Ugyanez nem mondható el a nem állami vállalati megrendelők esetében, akiket nem köt ilyenfajta feltétel és szabályrendszer.

A PIAC ÖSSZETÉTELE

A 90-es évek közepére gyökeret vert új vállalati kultúra nem csak a naprakész szállítást követelte meg a beszállító partnerektől, hanem azt is, hogy az irodaszerek – immár hagyományosan – széles kínálata mellett gyakorlatilag mindent elérhetővé tegyenek az informatikai eszközöktől kezdve a nyomdapatronon, a bútorokon, a villanykörtén, a toalettpapíron át, a konyhai eszközökig, vagy épp a kávéig. Mindez oda vezetett, hogy a különböző egyéb termékeket gyártó és/vagy forgalmazó cégek immár nem (csak) közvetlen vállalati megrendeléseket szolgálnak ki, hanem irodaszer-ellátással foglalkozó társaságoknak, vállalkozásoknak is beszállítójává vállnak. **A rendkívül szerteágazó termékkínálat és a napi szintű szállítási elvárások igen komoly szervezést és logisztikai hátteret igényelnek.**

TERMÉKOLDALI ÖSSZETÉTEL

1. **Papír, írószer, irodatechnikai és vizuáltechnikai eszközök:** A legfontosabb termékek a fénymásolópapír, a boríték, a leporelló, az etikett, a naptár, a különböző méretű és kötésű füzetek, iratrendezők, tollak, hibajavítók, tűzőgépek stb. Ez a szegmens éves szinten összesen körülbelül 80-100 milliárd forintot bonyolít, ebből a végfelhasználói – vállalati – rendelés 60, a kiskereskedelmi 40 százalékkal nyom a latban.

2. **Számítástechnikai kellékek és perifériák:** az asztali és hordozható számítógépek, fénymásolók, monitorok, nyomtatók, telefonok és mindezek tartozékai mellett ide tartoznak a gyári és utángyártott töltők, festékpatronok, kazetták, CD- és DVD-lemezek, pendrive-ok stb.

3. **Nyomdaipari termékek:** ide tartoznak a kereskedelmi nyomtatványok és az egyedi igények alapján gyártott termékek. A legfontosabb termékek az ügyviteli, a közigazgatási, a kórházi nyomtatvány, valamint a nyomdai papír.

4. **Létesítmény-üzemeltetési és konyhai termékek:** ide tartoznak a különféle élelmiszerek, büféáruk, tisztítószerek, háztartási papíráruk, a létesítmény-üzemeltetéséhez szükséges készülékek, kellékek, kiegészítők. A legkurrensebb termékek az ásványvizek, a kávék, üdítők, tejporok, teák, fertőtlenítő és tisztító szerek, evőeszközök, konyhai kisgépek, de a szemeteszsák, vagy az öltözőszekrény is a keresett termékek között van.

FŐBB ÉRTÉKESÍTÉSI CSATORNÁK

1. **Lakossági piaci értékesítés.** Ebbe a csoportba tartoznak a hagyományos kiskereskedelmi boltok, üzletláncok – a Pátria, Pirex, vagy a Papír Kontúr -, valamint a C+C áruházak – a Metro, és az Office Depot. Szintén ide sorolhatók a hipermarketek is: a Tesco, a Spar, az Auchan, az Aldi, a Lidl, és a Penny Market.

2. **Végfelhasználói piaci értékesítés.** Az ebbe a körbe sorolható társaságok végzik az iroda-ellátási szolgáltatást. A legjelentősebb társaságok az I-COM, a PBS, az Apis, és a Lyreco.

3. **Viszonteladói értékesítés.** Ebben a piaci szegmensben találhatók a nagykereskedők, gyártók és importőrök, mint a Corwell, az Apis, a VectraLine, a Barát Papír a Pátria, az ICO a Papyrus és az Europapier.

A PAPÍRPIAC SZÁMOKBAN

TERMELÉS, FOGYASZTÁS, VILÁGSZERTE, EURÓPÁBAN ÉS HAZÁNKBAN

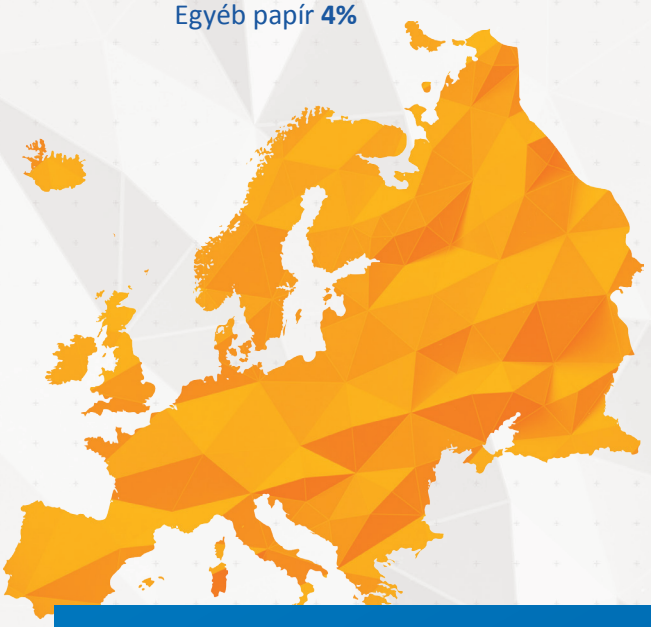
A globális évi papírfelhasználás mintegy 370 millió tonnára tehető, amelynek felét – 51 százalékot – a különböző csomagoló anyagok adják, míg az írónyomók 29, az újságnyomók 9, a háztartási papírok 7, az egyéb termékek 4 százalékot tesznek ki az Europapier adatai szerint. Az össztermelés kevesebb mint harmadáért, évi 110 millió tonna papíráru előállításáért Európa felel. A felhasználás egyébiránt – a korszerű, környezetbarát papír csomagolások előretörésével – folyamatosan növekszik. Az Európai Unióban egy főre jutó papírfogyasztás ma átlagosan 173 kilogramm. Vannak ugyanakkor jelentős eltérések: a környezetvédelemben élen járó Finnországban egy lakosra évente 380 kilogramm papír felhasználása jut, míg Romániában mindössze 33 kilogrammról lehet beszélni.

Magyarország ezen a téren a középmezőnyben van az éves szintű 910 ezer tonna fogyasztással (91 kg/fő/év). A növekedés stabilnak mondható, hiszen a rendszerváltás idején fejenként 12 kg-al kevesebb papírt használtak a magyarok éves szinten, az összfogyasztás akkor 890 ezer tonna volt. Az egyenes vonalú növekedésben egyébiránt jól látható törést hozott a 2008-ban kirobbant gazdasági válság, akkor csaknem 20 százalékot esett például az irodai papírok iránti igény.

A VILÁG PAPÍRPIACA

Éves termelés 370 millió tonna

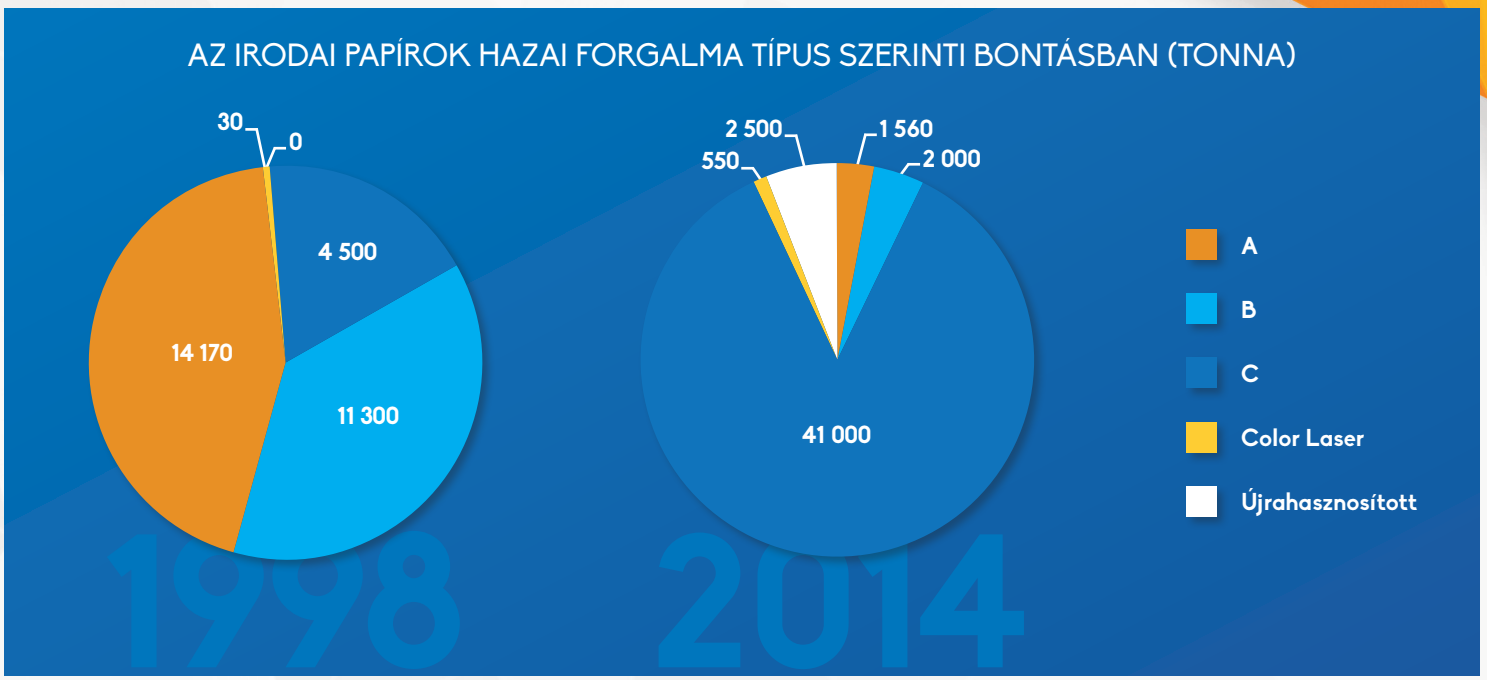
Újságnyomó **9% - 12,5 millió** tonna/év
Írónyomó **29% - 107 millió** tonna/év
Csomagoló **51% - 185 millió** tonna/év
Háztartási papír **7%**
Egyéb papír **4%**



EURÓPAI ÉS MAGYAR PAPÍRPIAC

Európai összes termelés 110 millió tonna/év
ebből EU-ban 95 millió tonna
EU átlagos felhasználás 173 kg/fő/év
(Finnország 380 kg/fő/év, Románia 33kg/fő/év)
Magyarország papírpiaca (2010-ben) 910 ezer tonna/év 91 kg/fő/év
Magyarország papírpiaca (1989-ben) kb. 890 ezer tonna/év 89 kg/fő/év

Újságnyomó **95 ezer** tonna, Írónyomó **265 ezer** tonna
Ofszet **75 ezer** tonna, Irodai papírok **47 ezer** tonna
Fatartalmú ofszet **50 ezer** tonna, Mázolt **95 ezer** tonna



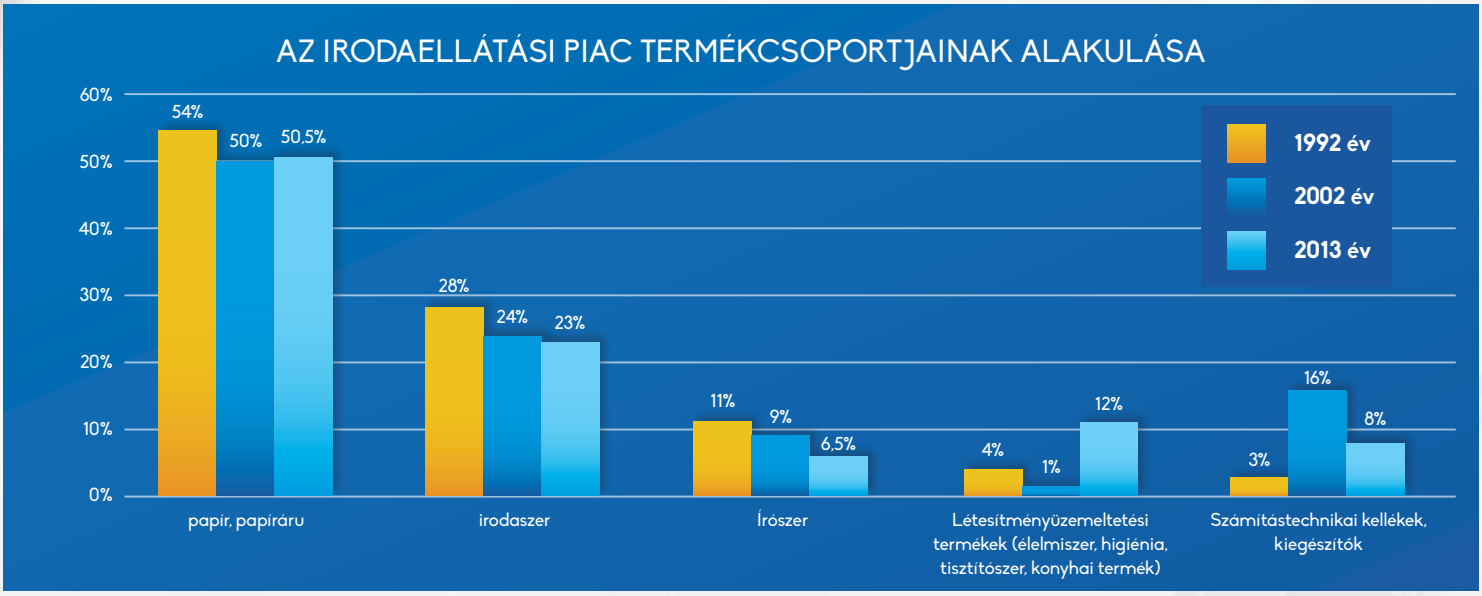
A HAZAI IRODAELLÁTÁSI PIAC

A magyarországi irodaellátási piac mind a beszerzések időbeliségében, mind a termékcsoportokban jelentős átalakuláson ment át az elmúlt évtizedekben. Az egyik leglátványosabb változás, hogy míg a kilencvenes évek elején éves szinten viszonylag kiegyensúlyozott volt a fogyasztás az utolsó negyedévben erősödő kereslettel, addig napjainkban az év utolsó 3-4 hónapjában megtöbbszöröződik a vállalati fogyasztás. Az ezredforduló idején az éves fogyasztási görbe U-alakot formázott, a fogyasztás április és augusztus között volt alacsonynak mondható. A jelenlegi beszerzési gyakorlatot az magyarázza, hogy a vállalatok általában az év utolsó harmadában látják, mennyi tartalékuk maradt az irodai szükségletek kielégítésére, amin – a tapasztalatok szerint – először igyekeznek visszafogni.

AZ IRODAELLÁTÁSI PIAC FORGALMÁNAK ÉVI ELOSZTÁSA

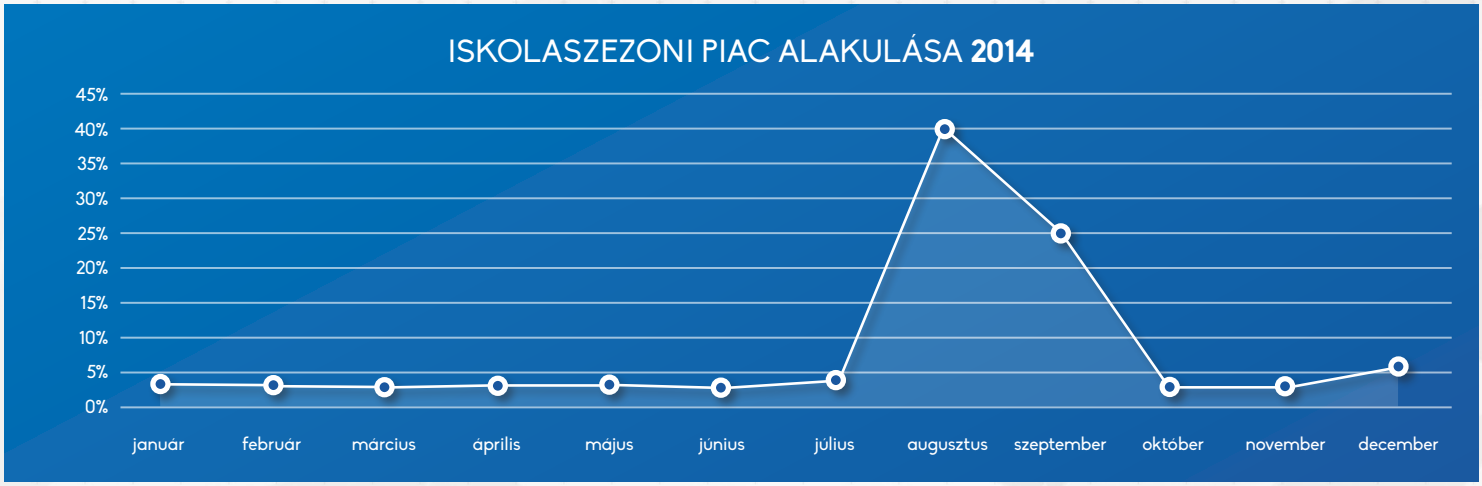
	2002	2008	2014
január	10,01%	7,09%	5,51%
február	9,97%	7,12%	6,17%
március	9,57%	7,21%	5,88%
április	6,90%	7,35%	6,97%
május	6,70%	7,45%	6,09%
június	6,20%	7,67%	6,94%
július	6,17%	7,71%	7,05%
augusztus	6,05%	7,82%	6,70%
szeptember	7,70%	8,08%	9,31%
október	9,89%	9,32%	10,44%
november	10,82%	10,62%	13,38%
december	10,02%	12,56%	15,55%
összesen	**100,00%**	**100,00%**	**100,00%**

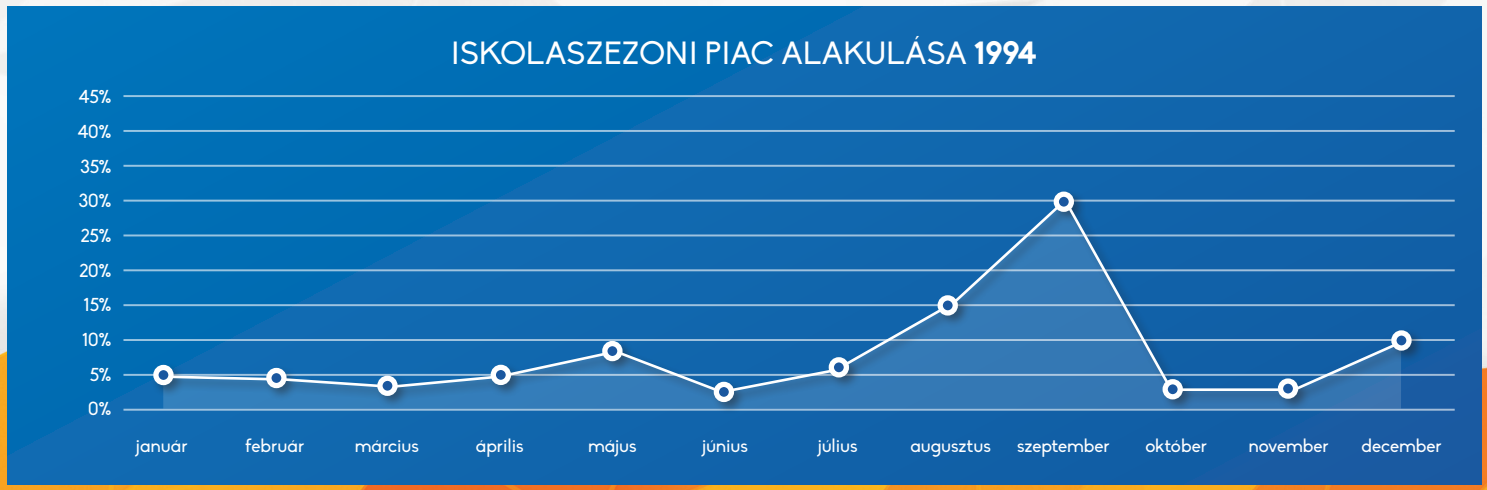
Figyelemreméltó változások látszanak az irodapiac termékcsoportjainak terén is: a papírfelhasználás 1992 és 2o13 között valamelyest csökkent, csakúgy, mint az író- és irodaszerek iránti kereslet. A vállalati fogyasztói igények változásával és az ezt lekövető kínálattal nagyot ugrott viszont a létesítményüzemeltetési termékek – élelmiszerek, higiéniai- és konyhai termékek, tisztítószerek – által generált forgalom (ennek részesedése a „kosárból" 1 százalékról 12 százalékra nőtt 2oo2 és 2o13 között). Szintén látványos mozgás figyelhető meg a számítástechnikai kellékek, kiegészítők terén: az ezredforduló időszakában ezt a termékcsaládot sokan az irodaszer-beszállítótól rendelték meg, ma már azonban sokan az erre a területre specializálódott társaságoktól szerzik be.



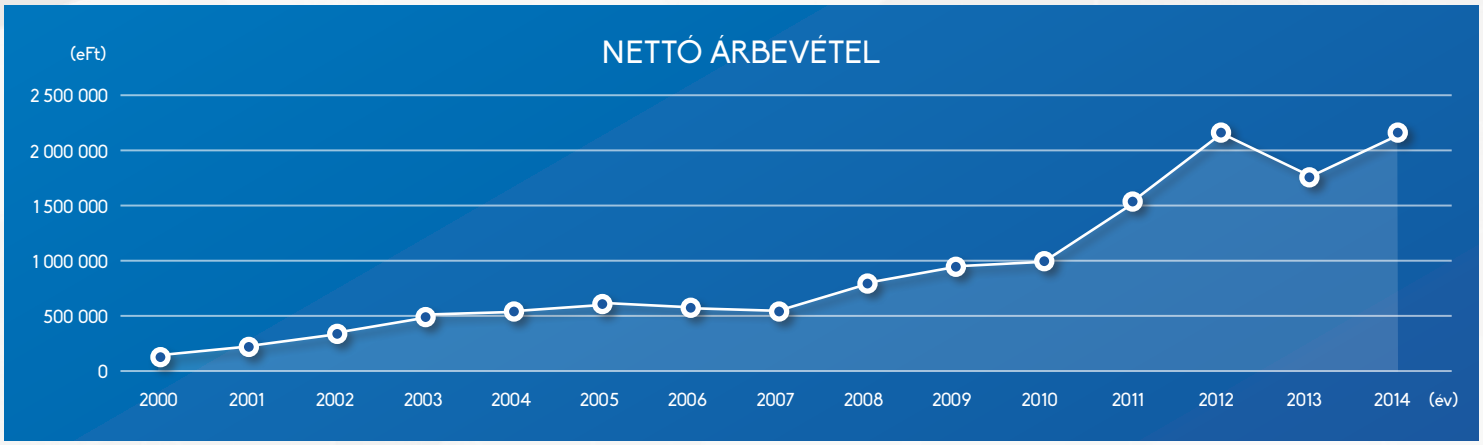
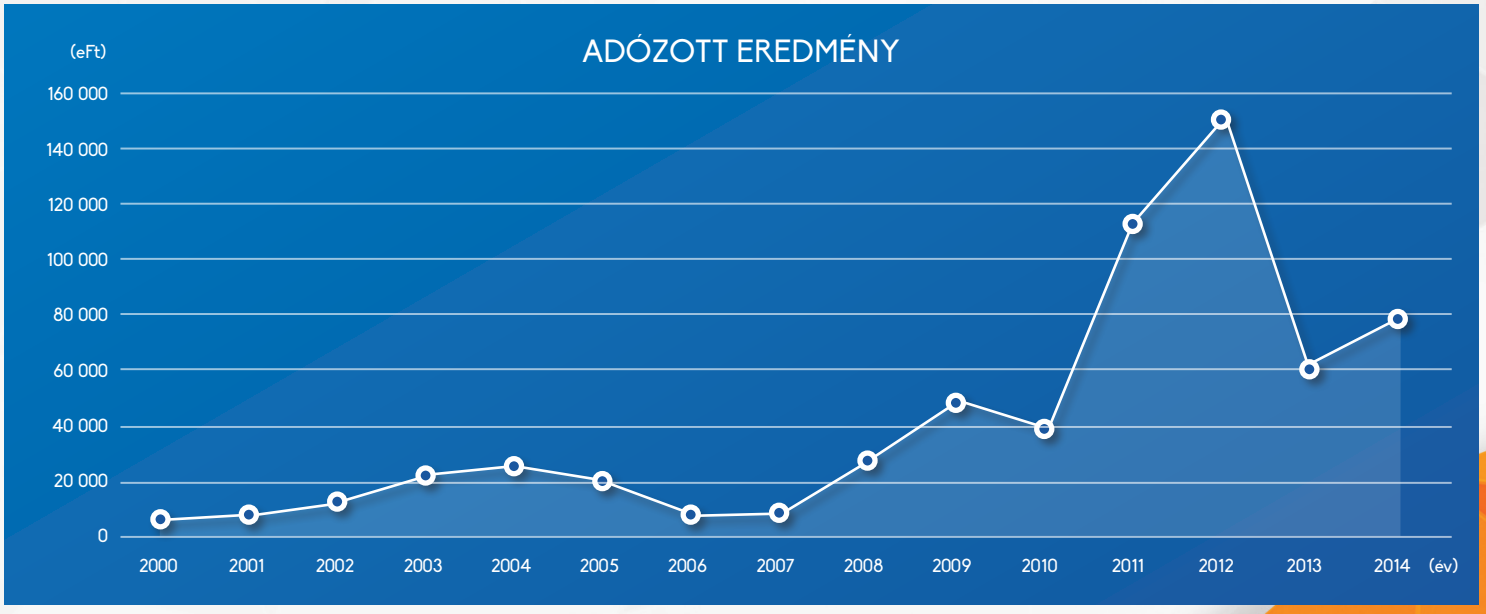
LAKOSSÁGI FOGYASZTÁS

A lakossági írószer-fogyasztásra legnagyobb hatással – nem meglepő módon – a beiskolázási időszak van: a háztartások fogyasztását leginkább az iskoláskorúak húzzák. Ennek megfelelően a csúcsidőszak a nyár végi, ősz eleji hetekben van, de az elmúlt évek tapasztalata szerint egyre inkább kitolódik: az áruházláncok már július végén tele rakják a polcokat az iskolai eszközökkel, füzetekkel, írószerekkel. A csúcsidőszak kitolódása látszik az éves forgalmat mutató grafikonokon is: napjainkban július vége és október eleje között – szeptemberi csúcsidőszakkal – bonyolódik az írószerpiaci forgalom zöme, mintegy 65 százaléka, míg a többi hónapban 3-6 százalékos forgalomról lehet beszélni. A kilencvenes évek elején az augusztus-szeptemberi időszak még „csak” 45 százalékkal vette ki a részét az éves forgalomból, a tanítási időszak végének közeledtével – májusban -, valamint az év végén azonban szintén növekedtek a vásárlások.





AZ I-COM-RÓL

Az iparági elemzés készítői az i-COM szakemberei voltak.

Az i-COM éppen az idén ünnepli 15 éves fennállását. A 100%-ban magyar tulajdonú vállalkozás életre hívása mögött egy új típusú irodaellátás megteremtésének célja húzódott. A hagyományos papír-írószer nagykereskedelemtől eltérő szemlélet lényege az ügyfélközpontúság és a környezetvédelem szempontjainak figyelembe vétele mellett egy professzionális, „just in time" logisztikai technológia működtetése, a kiszolgálás és a választék folyamatosan magas minőségen tartása, az állandó innováció.