

LAKI MIHÁLY

Egy sikertörténet vége?

A nyomdaipari termékek piacának átalakulása 1989 után

Cikkünkben a nyomdaipari termékek piacán folytatott kutatásunk eredményeit ismertetjük. E piac különös tulajdonsága, hogy szereplői – elsősorban a termelő vállalatok – gyors és átfogó technikai-technológiai változáson mentek át a vizsgált évtizedekben. A hazai iparstatisztika a nyomdaipar termékei közé sorolja a könyvek, az újságok és a folyóiratok mellett a szakmai reklámanyagokat és kereskedelmi katalógusokat, a nyomtatott felülettel ellátott csomagolóanyagokat, címkéket, továbbá az üzleti életben és az államigazgatásban használatos nyilvántartókat, számlakönyveket és iratgyűjtőket. A szakma különbséget tesz a kiadói, azaz a könyvekre és folyóiratokra (*publishing*), illetve a főként kereskedelmi nyomtatványok, címkék, nyomtatott felülettel ellátott csomagolóanyagok gyártására (*packaging*) szakosodott vállalatok között.* Journal of Economic Literature (JEL) kód: L11.

Előttörténet

1937-ben 859 nyomda működött Magyarországon (*Szóllós* [1939–1941]-t idézi *Fitz* [1959]). Az iparágra ekkor a kisüzemek túlsúlya volt a jellemző. „Mindössze 22 nyomda foglalkoztatott 100-nál több munkavállalót. A közép- és kisipari üzemek körülbelül 5 százalékában 10-nél több, 15 százalékában 6–10, 53 százalékában 1–5 alkalmazott volt, 27 százalékában egyedül dolgozott a tulajdonos.” (*Csapó* [1993] 78. o.)

A második világháború során a magyar nyomdaipart és könyvkiadást ért nagy veszteségek ellenére 1948 elején már „mintegy 1000 nyomda- és papíripari feldolgozóipari üzem volt Magyarországon. Az 1948. márciusi államosítások során előbb 22 nyomdaipari vállalat került állami tulajdonba, és ekkor került sor a nagy könyvkiadók, az Athenaeum, a Révai, a Franklin, a Hungária és az Új Magyar Könyvkiadó Vállalat államosítására is. 1949 decemberében azután államosították a közép- és kisüzemeket is.” (Uo.) A kisebb vállalatok egy része eltűnt az államosítások során, túlnyomó többségüket beolvastották a nagyobb szervezetekbe.

A kommunista hatalomátvétel után a nyomdaipar irányításában és vállalatiméret-szerkezetében egymást erősítve érvényesültek a tervutasításokon alapuló gazdaságirányítási rendszer és a kultúra totális (rendőri) ellenőrzésére és befolyásolására törekvő pártirányítás működési elvei. A szocialista gazdaságirányítási rendszer bevezetése, majd többszöri átszervezése közben egy-egy tevékenységre szakosodott nyomdaipari nagyvállalatokat

* A kutatást az OTKA K 62657. számú Termék és szolgáltatás piacok átalakulása 1989 után című kutatási program támogatta.

szerveztek. Ekkor jött létre, főként kisebb és közepes méretű vállalatokból, a megyei nyomdák hálózata is. Ezek a vállalatok a megyei pártbizottságok szoros ellenőrzése alatt álltak, és legfontosabb feladatuk a megyei napilapok nyomtatása volt.

A megyei nyomdák hálózata és függőségi viszonyai mellett a totális ellenőrzés és befolyásolás szempontjának érvényesülésére utal, hogy az iparágban *az 1968-as, majd a nyolcvanas évek elején zajló gazdaságirányítási reform után sem jöhettek létre az állami szektoron kívüli termelőszervezetek*. A kizárólagos állami tulajdon és a politikai ellenőrző rendszer a vállalatok számát és a méretét is befolyásolta: a nyolcvanas években mindössze 33-35, többnyire közepes és nagyvállalat működött az ágazatban (lásd később a 3. táblázatban). Ez a statisztikai adat azonban nem tartalmazza a *házi nyomdákat*. Utólagos becslések szerint több száz, különböző méretű, eltérő műszaki-technikai állapotban lévő házi nyomda működött az országban. Nemcsak a minisztériumok és országos hatóságok, de a városi és a megyei tanácsok és a nagyobb vállalatok is működtettek házi nyomdákat. Elsősorban a nagy nyomdák rugalmatlansága, a hosszú szállítási határidők és a kisebb rendelési tételek rendszeres hátrasorolása vagy elutasítása miatt hoztak létre ilyen szervezeti egységeket. A hiány e tüneteit beszélgetőpartnereim több, egymás erősítő jelenséggel magyarázták.

1. *A gazdaságpolitika fontossági sorrendjei*. Az iparágban – a könnyűipar többi ágazatához hasonlóan – kevés új vagy korszerűsítő beruházás történt a szocialista nehézipar fejlesztését erőltető gazdaságpolitika éveiben. A korabeli nyomdaipari technika, a kiadó és a nyomda közötti, illetve a nyomdán belüli munkamegosztás azonban rugalmasan és gyorsan működött a soron kívüli megrendelések teljesítésekor (például pártkongresszusi broszúrák vagy pártvezetők beszédgyűjteményeit tartalmazó könyvek soron kívüli kinyomtatása), ezért a *hiány említett tüneteit nem lehet kizárólag a technika és a munkamegosztás állapotára visszavezetni*.

2. *Szerkezeti aránytalanságok*. A nyomdaipari értékesítés volumene (forintban) sokáig gyorsabban nőtt, mint a rendelkezésre álló papír mennyisége (tonnában). Jórészt ez magyarázza, hogy a hosszú átfutási időt és a rendelések egy részének visszautasítását vagy többszöri hátrasorolását beszélgetőpartnereink egy része a tartós *papírhányra* vezette vissza.

3. *A tervgazdaság ösztönző rendszere*. A kiadók működési sebessége, ösztönzési rendszere alkalmazkodott ehhez az állapothoz.

„Nemigen volt érdeke a kiadónak, hogy gyorsabban működjön, erre a rendszerre szoktak rá. Kiadói tervet csináltak, beállítottak egy könyvet, annak körülbelül egy év múlva illet megjelenni, volt, ahol még lassabban jelent meg.” (Interjúrészlet közepes méretű budapesti kiadó szerkesztőjével.)

A kiadói tervet jóváhagyó kiadói főigazgatóság egyúttal a terv végrehajtásához szükséges papírkontingenst is „biztosította” a kiadó és a vele szerződő nyomdák számára. A kiadók és a vállalatok igyekeztek befolyásolni a papírt elosztó minisztériumot. A kontingens növelésének és a beruházási hitelek megszerzésének egyik fontos eszköze volt például, amikor a papírkontingens növeléséért cserébe a nyugati export növelésére tettek ígéretet. *Az igénylés és az elosztás jelentős papírmunkával járt, és rendszerint tovább növelte a szállítási határidőt*.

Az itt felsorolt, a hiányt kiváltó hatások jelentősen enyhültek a szocialista rendszer utolsó éveiben. A nehézipar fejlesztési előnyei csökkentek, a tervezők a gazdaság és benne az ipar más területeinek is juttattak a központi forrásokból. A nyomdaipar helyzete a könnyűipari rekonstrukció során javult lényegesen. „A hetvenes-nyolcvanas években végrehajtott 12 milliárd forintos nyomdaipari rekonstrukciónak köszönhetően a nyomdák termékei egy ideig nem álltak túl messze a külföldi konkurenciától, a nyomdai technológia a térségben

fejlettnak számított, s jól képzett szakemberek álltak rendelkezésre.” (Bárány [1998] 131. o.) A rekonstrukciónak köszönhetően folyamatosan nőtt előbb az akkor korszerűnek számító ofszetnyomás, majd az annál is újabb eljárások súlya és jelentősége.

A nyolcvanas évek közepén a kiadók és a nyomdák már nem tonnában, hanem forintban kapták meg a papírkontingenst, ami a korábbinál nagyobb manőverezésre adott lehetőséget. A papírhiány enyhült, majd megszűnt. A korábbinál rugalmasabb beszerzés csökkentette a szállítási határidőket, valamint a visszautasított vagy hátrasorolt rendelések arányát. A politikai cenzúra azonban mindvégig fennmaradt.

A hiánygazdálkodás végét jelezte az is, hogy nyolcvanas évek közepétől a nyomdaipar egyes vállalataiban termelőkapacitások maradtak kihasználatlanul. A politikai-hatalmi logika szerint felújított, a korábbinál nagyobb mennyiséget előállítani képes megyei nyomdák vezetőinek egy részét például az alig növekvő, esetenként stagnáló napilappéldányszám (1. táblázat) a termékszerkezet átalakítására, a kínálat bővítésére serkentette.

„Minden nyomda igyekezett keresni a hetvenes évektől kezdve, hogy hogyan lehet ebből a pártutasításokkal átítatott környezetből piaci vonalakba kilépni. Ezért a nyomdáknak egy jelentős része elkezdte keresni a piaci környezetet, és ez volt a csomagolóanyag-gyártás.” (Interjúrésztlet nyugat-magyarországi nyomdaipari nagyvállalat tulajdonos-igazgatójával.)

1. táblázat

Az időszaki sajtótermékek példányszáma (millió darab)

Év	Példányszám (millió darab)
1985	1410
1986	1444
1987	1465
1988	1242
1989	1275
1990	1275

Forrás: KSH statisztikai évkönyvei.

A rendszerváltás után – statisztikai idősorok, a piacfejlődés szakaszai

A nyomdaipari termékek piacán az 1989. évi rendszerváltást közvetlenül megelőző évektől napjainkig lezajlott piacfejlődést az értékesítési volumen és a piaci szereplők számának idősorával mérjük. Mivel az értékesítési volumen változásai esetében az inflációs hatások, a piaci szereplők számának változásaiban pedig a vállalati méretek módosulásai (a sok kisvállalat belépése) nehezítik a piac terjedelmének és átalakulásának a mérését és értékelését, ellenőrzőmutatónak az ágazatban foglalkoztatottak számának idősorát választottuk (2. és 3. táblázat).

Az idősorokból kirajzolódnak a nyomdaipari termékpiac átalakulásának fontosabb szakaszai. Az első szakasz a rendszerváltást közvetlenül megelőző és követő éveket, az 1987 és 1991 közötti időszakot foglalja magában. Ekkor a piac terjedelme nőtt. Erre utal a három mutató együttmozgása: a növekvő forgalom, a foglalkoztatottak számának emelkedése és a piacra lépő vállalatok számának igen gyors bővülése.

A második szakasz, az 1991–1993 közötti periódus egybeesik a magyar *transzformációs visszaesés egy részével* (Kornai [1993]). Ekkor a piac terjedelme csökkent, évről évre kevesebb nyomdaipari terméket értékesítettek. Csökkent a nyomdaiparban foglalkozta-

2. táblázat

A nyomdaipari és az ipari értékesítés (előző év=100 százalék)

Év	Nyomdaipar	Ipar
1982	103,6	101,9
1983	104,0	100,3
1984	103,9	102,7
1985	104,1	101,1
1986	105,1	99,9
1987	106,1	103,5
1988	102,9	86,1
1989	102,0	90,5
1990	95,3	90,5
1991	95,9	93,0
1992	n. a.	102,8
1993	121,6	109,7
1994	n. a.	104,0
1995	105,6	87,9
1996	104,7	104,2
1997	114,3	121,9
1998	92,6	102,5
1999	113,3	117,2
2000	120,6	120,2
2001	108,3	104,7
2002	97,0	103,1
2003	97,1	106,1
2004	97,1	107,1
2005	109,5	107,1
2006		109,4

Forrás: A KSH Iparstatisztikai Évkönyv, Ipari és Építőipari Évkönyv és Magyar Statisztikai Zsebkönyv megfelelő számai.

tottak száma, miközben a piacra lépő, illetve az ott tevékenykedő vállalatok száma tovább nőtt.

A *harmadik szakaszba* soroltuk az 1994 és 2002 közötti időszak – az újabb, hosszantartó fellendülés – éveit. A nyomdaipari termékek piacának az értékesítés volumenével mért terjedelme ekkor némi hullámmal tovább nőtt. Ugyancsak emelkedett az iparágban foglalkoztatottak és a piaci szereplők száma.

A *negyedik szakasz* a 2002 és 2005 közötti időszak. Itt mindhárom mutatónk a piac zsugorodását jelzi: nemcsak az értékesítés volumene, de a foglalkoztatottak száma és a piacon tevékenykedő vállalatok száma is csökkent.

A mutatók az *ipar és a nyomdaipar teljesítményének összehasonlítására* is módot adtak.

A nyomdaipar és az ipar idősorai 2002-ig jórészt együtt mozogtak. Ezen belül a nyolcvanas években a nyomdaipari termékek *értékesítése* az ipari átlagnál gyorsabban nőtt. Az

3. táblázat

A foglalkoztatottak és a vállalatok száma a nyomdaiparban

Év	A foglalkoztatottak száma (fő)	A vállalatok száma (darab)
1980	19 527	35
1981	18 867	35
1982	19 107	35
1983	19 067	34
1984	19 289	33
1985	18 910	45
1986	18 648	55
1987	18 299 ^a	71
1988	17 805	83
1989	19 111	132
1990	21 412	369
1991	20 984	663
1992	15 593	n. a.
1993	13 457	1952 ^c
1994	n. a.	2324
1995	12 172	n. a.
1996	11 091	2509 ^d
1997	14 107 ^b	2949
1998	14 780	3046
1999	16 076	3149
2000	19 533	3200
2001	19 510	3278
2002	19 510	3459
2003	19 270	3374
2004	16 472	3360
2005	16 432	n. a.

^a A rendszerváltást megelőző években, 1987–1989-ben már közöltek adatokat az iparban nyomdaipari tevékenységgel foglalkozókról is. Ez körülbelül ezer fővel több a nyomdaiparban foglalkoztatottak számánál.

^b 1998-tól nyomdaipari tevékenységgel foglalkozó munkavállalók.

^c 1993-tól jogi személyiségű gazdasági vállalkozások száma a kiadói és nyomdaipari tevékenység ágazatban.

^d 1996-tól a működő társaságok számát közlik az évkönyvek.

Forrás: A KSH Iparstatisztikai Évkönyv, Ipari és Építőipari Évkönyv megfelelő számai.

iparban előbb kezdődött és tovább tartott az értékesítés csökkenése, a *transzformációs visszaesés*, a visszaesés mértéke is nagyobb volt, mint a nyomdaiparban.

Az 1996–1997-ben kezdődő fellendülés időszakában az értékesítés együtt növekedett (hullámzott) az iparban és nyomdaiparban. A *vállalatok* száma is folyamatosan nőtt ezekben az ágazatokban 1987 és 2003 között. Az iparban *foglalkoztatottak* száma nem, vagy alig emelkedett a transzformációs visszaesés után, miközben a nyomdaipar jelentős foglalkoztatási többletet mutatott.

2002 után újból eltértek a piacfejlődés mutatói a nyomdaiparban és az iparban. Az iparban – szemben a nyomdaiparral – nem tört meg, hanem folytatódott az értékesítés növekedése 2002 után. Az ipari vállalatok száma is tovább nőtt, szemben a nyomdaiparral, ahol 2003 után csökkenést tapasztalhattunk. 2003 után gyorsabban csökkent a foglalkoztatott létszám a nyomdaiparban, mint az iparban

Magyarázó tényezők

A nyomdaipari termékpiac átalakulásának (fejlődésének) szakaszai közötti eltéréseket, valamint az ipari és a nyomdaipari folyamatok különbségét a következő tényezők okozhatták:

- a gazdaságpolitika és az állami szabályozás,
- a tulajdonviszonyok átalakulása,
- a műszaki-technikai átalakulás hatásai,
- a keresletnek és a kínálatnak a technikai átalakulástól független változásai,
- a termelési tényezők (munkaerő, állótőke) piacán zajló folyamatok.

A rendelkezésre álló statisztikai adatok, interjúk és sajtóközlések alapján *nem tudjuk sem mérni, sem elkülöníteni a nyomdaipar (a nyomdaipari vállalatok) tevékenységére ható folyamatok és események hatását*. Ezért az egyes szakaszok eseménytörténetére, ezen belül a piac egyes szegmenseinek, a fontosabb termékcsoportok piacának *összehasonlító elemzésére* koncentrálnak. Ettől reméljük a nyomdaipari termékpiac fejlődésének pontosabb leírását és értelmezését.

A gazdaságpolitika és szabályozás változásai közül a dereguláció, az iparpolitika (az ágazatokat érintő pozitív vagy negatív diszkrimináció, a támogatások) és az EU-csatlakozás hatásaira figyelünk elsősorban.

A tulajdonviszonyok változásai közül kitüntetett figyelmet fordítunk a privatizáció és a vállalat alapítás folyamataira.

A műszaki-technikai újítások hatásai közül kiemeljük a legfontosabbakat.

– Az új nyomdászati eljárások módosították a munkaszervezetet. Elterjedésükkel megváltozott a költség szerkezet, az optimális üzem- és vállalatméret, a gazdaságos sorozatnagyság. Mindez jelentősen befolyásolta a vállalat alapítás és a piacra lépés költségeit.

– A számítógépes szövegszerkesztés és az elektronikus adatátvitel változásai hatására átalakult a kiadók és a nyomdák közötti munkamegosztás is – a nyomdák ma főként a nyomtatással, kötéssel, csomagolással, szállítással kapcsolatos teendőket végzik, és nem alakítják a termékeket.

– Az elektronikus adatátvitel és -rögzítés új eszközei és módszerei segítségével számos új, a papíralapú terméket sikeresen kiszorító helyettesítő terméket hoztak létre. Ez csökkentette a nyomdai termékek iránti keresletet (repülőjegy, menetrend, adóbevallás stb.).

– A nyomdaipari termékek iránti keresletet és kínálatot nemcsak a költségek befolyásolják, de az árak, a fogyasztói szokások, valamint a termékpályák változásai is.

– A vállalatok piacra lépési és növekedési esélyeit befolyásolja a munkaerő (piac és a géppiac) állapota.

Az első szakasz – felemás fellendülés (1987–1991)

1. A nyomdaiparnak a szocializmus utáni átmenet első éveiben nyújtott viszonylag jó teljesítményében fontos szerepet játszott a *dereguláció*. Csökkentek, majd megszűntek a piacra lépés politikai akadályai. A cenzúra és a rendőri ellenőrzés felszámolása után a nyomdaiparban az alapítás és a működtetés szokásos szabályai szerint lehetett vállalkoz-

ni. Az ágazatot érintő másik deregulációs hatás, hogy megszűnt a papírelosztás adminisztratív rendszere (a Kiadói Főigazgatóság felszámolásával) és ezzel párhuzamosan a *papírhiány* is. Egymással versenyző nagykereskedők kínálták a hazai és a külföldi papírgyárak termékeit.

2. A nagyobb nyomdák *privatizációja* lassan indult, vontatottan haladt (Tóth [1997]). Az új magánnyomdák túlnyomó része ebben az időszakban a *házinyomdákból* jött létre. A piacra lépés viszonylag kevés tőkét igényelt. A *nem nyomdaipari* nagyvállalatok privatizációja, a kormány vagy önkormányzati hivatalok átszervezése során a gépeket jórészt a nyomdarészlegek vezetői vásárolták meg. A leselejtezett gépeket kiárusították, üres üzemcsarnokot is könnyen és olcsón lehet vásárolni vagy bérelni a túlkínálat jeleit mutató hazai ingatlanpiacon. A vállalkozók magukkal vitték munkatársaikat, és elsősorban a házinyomda korábbi vevőkörének kínálták fel szolgáltatásaikat.

3. A nyomdaipart jó műszaki-technikai állapotban érte a rendszerváltozás. Nemcsak a nemzetközi színvonalú vagy azt közelítő technológia, a jól szervezett nyomdaüzemek, de a képzett és fegyelmezett munkások, mérnökök és vállalatvezetők is esélyt adtak arra, hogy az ágazat viszonylag jó állapotban élje túl az átalakulás első éveit. Ekkor már a szövetségserkesztés és az elektronikus adatátvitel új technikái is gyorsan terjedtek. Jórészt ez magyarázza, hogy nemcsak a nyomdák, de a kiadók száma is ugrásszerűen nőtt ebben az időszakban: „A kiadásban és terjesztésben a cégek száma megsokszorozódott. 1987-ben 25 bejegyzett kiadó volt az országban, 1989-ben 300, 1993-ban körülbelül 1300.” (Bárány [1998] 201. o.)

4. Beszélgetőpartnereink többnyire a *kereslet növekedésével és a piac bővülése keltette optimista várakozásokkal magyarázták* a nyomdaipar viszonylag jó teljesítményét az át-

4. táblázat
Magyarország könyvtermelése 1989–2006

Év	Példányszám	Átlag-példányszám	Könyvforgalom (ezer forint, fogyasztói áron)
1988	87 966 000		n. a.
1989	108 419 000	14 300	n. a.
1990	113 112 000	15 200	n. a.
1991	91 405 900	12 700	n. a.
1992	80 988 500	10 600	n. a.
1993	72 076 100	8 500	n. a.
1994	70 291 000	7 500	n. a.
1995	62 984 000	7 200	n. a.
1996	51 929 000	5 900	n. a.
1997	52 125 000	5 900	24 434 000
1998	47 046 000	4 400	29 997 000
1999	44 652 000	4 600	33 477 000
2000	35 246 000	3 900	38 642 000
2001	32 615 000	3 690	45 742 293
2002	45 502 000	4 458	53 604 202
2003	32 627 000	3 544	56 871 989
2004	32 035 000	2 857	58 194 650
2005	40 974 000	3 177	62 740 883
2006	38 281 000	3 365	65 533 324

Forrás: Statisztikai évkönyvek, MKKE <http://www.mkke.hu/>.

menet első éveiben. Arra hivatkoztak, hogy *a könyvkiadásnak* a nyolcvanas évek második felében tapasztalt növekedése a kilencvenes évek elején is folytatódott.¹ Az elhalasztott, majd végre kielégített kereslet jelentősen növelte nemcsak a kiadott könyvek számát, de az átlagos példányszámát is (*4. táblázat*). A rendszerváltás első éveiben az üzleti szektor is mind többet költött a *vevők informálását szolgáló nyomdaipari termékekre*.²

5. Interjúalanyaink ritkábban emlékeztek arra, hogy a rendszerváltás után a nyomdaipari termékek piacának csak *egyed-egy szegmensében* nőtt jelentősen a kereslet. A folyóiratok és az újságok piacán például, noha számos új kiadvány (helyi és országos napilap, folyóirat) jelent meg 1988 és 1991 között, hullámzást mutatnak a statisztikák (lásd korábban az *1. táblázatot*). Az átalakulás első éveiben az úgynevezett nyomdai csomagoló-árúkiszerelési nyomtatványok termelése is csökkent: az 1991. évi 8171 tonnáról 1993-ban 7620 tonnára (*KSH [1995]*).

Az első visszaesés: 1991–1992

Miközben technikai-műszaki újítások, valamint a rendszerváltást követő dereguláció továbbra is segítették a piac bővülését, más tényezők hatására az ágazat értékesítése az ipari átlagnál ugyan kisebb mértékben, de csökkent 1990–1991-ben.

1. A visszaesés jórészt a könyvpiacra lezajlott fordulatra vezethető vissza. A kiadott *könyveknek* nemcsak a példányszáma, de az átlagos példányszáma is jelentősen csökkent 1991 és 2000 között (*4. táblázat*). A forgalom visszaesését főként *az állami kultúrpolitika gyökeres átalakulása* magyarázza. Az államilag támogatott könyv, folyóirat és újság igen olcsó volt a szocializmus időszakában. „A könyvkultúra látványos eredményeit a könyvkiadás és könyvterjesztés látványos eredményei tette lehetővé. Az állami dotáció eredményeként a könyvtárak a költségektől és a piaci feltételektől függetlenek voltak. Az alacsony könyvtáraknak köszönhetően a lakosság ezekben az évtizedekben egyre többet költött könyvre.” (*Kóka [2000] 88. o.*) A rendszerváltás után a támogatás jórészt megszűnt.

„Az állam kivonult a kultúra finanszírozásából azzal, hogy levette a kiadókról a kezét. Ezek a kiadók ettől a pillanattól elvesztették a pénzügyi stabilitásukat, biztonságukat, és elkezdtek szépen a csőd felé menetelni.” (Interjúrésztlet kelet-alföldi nyomdaipari nagyvállalat vezetőjével.)

A *vevői oldalon* is csökkent az állami jelenlét ezen a piacon. Erre utal, hogy a rendszerváltás éveiben a könyvek, folyóiratok és újságok fontos vásárlóinak, az önkormányzati és főként a munkahelyi *közkönyvtáraknak* a száma és esetenként a könyvállománya is jelentősen visszaesett.

2. A nyomdák vevő körét ismeretlen könyv- és lapkiadó vállalatok, frissen alapított, jórészt nem tőkeerős könyvkereskedések, új politikai szervezetek bővítették. Nyomatott reklám- és csomagolóanyagot is sok új, a nyomdák számára ismeretlen, referencia nélküli vállalat vásárolt.

¹ „A 90-es évek elején volt egy fölfutás, az addig tiltott könyvek megjelentetéséből, ha úgy tetszik, a valamilyen okokból addig meg nem jelent könyvekkel, meg nem jelent szerzőkkel. És akkor eljutott oda a magyar könyvpiac, hogy körülbelül százmillió példányszámban jelentek meg könyvek.” (Interjúrésztlet kelet-alföldi nyomdaipari nagyvállalat vezetőjével.)

² „Ez a kezdeti fölfelé menő, a kapitalizmus irányába menő lendület a megrendelő oldalról is sokkal aktívabb volt. Tehát több pénzt költöttek erre, jobban hittek abban, hogy van eredménye, hatása, ha szóróanyagokat, hirdetési anyagokat, reklám anyagokat csináltak magukról.” (Interjúrésztlet budapesti kis nyomdaipari stúdió tulajdonos-vezetőjével.)

A piacra lépő kiadók egy részének kockázatos magatartása hamarosan értékesítési és likviditási gondokat okozott a nyomdaiparban.

„Százával jöttek létre olyan új kiadók, amelyeknek nem volt tőkeerejük. Tehát ők csak hitelbe tudtak gyártatni, és vagy sikerült eladni a terméket, vagy nem. De ha sikerült is, itt még az üzleti etika és erkölcs nagyon alacsony szinten mozgott. Nagyon sok olyan ember került be a könyvszakmába, aki ezt sima pénzkeresetnek minősítette, és ezek a gyámoltalan állami vállalatok, amelyek munkát kerestek, mert nem akartak létszámot leépíteni stb., bevállaltak sok-sok olyan megrendelést, ami végül is egy pénzügyi csődhelyzet elé állította a cégeket:” (Interjúrésztlet kelet-alföldi nyomdaipari nagyvállalat vezetőjével.)

3. Az alkalmi szereplők, az egyszeri, spekulációs ügyletek piac zavaró hatásai azonban inkább kísérői, mint kiváltói voltak a nyomdák által előállított kulturális termékek iránti kereslet 1991–1992-ben elkezdődött visszaesésének. A szocializmus utáni átmenet egyszeri hatásai és a *fogyasztói szokások hosszabb távú változásai* együtt csökkentették a keresletet. A könyvek iránti érdeklődés, az olvasási kedv már a nyolcvanas években csökkent.³ A rendszerváltozás éveiben átmenetileg nőtt az olvasási kedv, ám az elhalasztott kereslet gyors kielégítése után a könyvek, az írott sajtó iránti kereslet újból visszaesőben van. „Az olvasói magatartás negatív irányban változik, és a kiadói termékekre ez további jelentő kihatással lesz. Az internet mint információs forrás használata egyre nő. Ebben az érelemben további eltolódás várható a nyomtatás hátrányára.” (*Printexpo* [2005] 11. o.)

A hosszú fellendülés: 1994–2002

A nyolc évig tartó fellendülés időszakában folyamatosan nőtt a nyomdaipari vállalatok és a foglalkoztatottak száma. Az értékesítés növekedése is csak 1998-ban torpant meg átmenetileg.

1. A rendszerváltás utáni első fellendülés egyik fontos oka volt a nyomdaiparban különösen erőteljes dereguláció. A kilencvenes években viszont a *fellendülést nem gátolta, de nem is serkentette az állami szabályozás*. A nyomdaipar nem részesült kedvezményekben, de hátrányos szabályozásban sem.

2. Az első fellendülést részben az örökölt technika és a munkaszervezet tette lehetővé. A nyomdaipari rekonstrukció kidolgozói a reformált szocialista gazdasági rendszerhez, nem pedig a rendszerváltás utáni piaci-intézményi környezethez illesztették terveiket és feltételeiket, technikai és méretgazdaságossági megfontolásait. A tömegtermelésre, nagy példányszámok előállítására alkalmas technológia ezért számos cégnél a kilencvenes években már *gátolta* a sikeres és gyors alkalmazkodást.⁴

³ „A hetvenes évek közepéhez képest tovább növekedett a munkával eltöltött idő, erőteljesen bővült a főmunkaidő után végzett jövedelemkiegészítő tevékenység. Az így kialakult, gyakran 12-14 órás napi munkaidő mellett számos társadalmi csoportnak csökkent a szabadideje. Egyedül a televízió nézésére fordított idő növekedett: a korábbi 84 perccel szemben 1987-ben már napi átlagban 101 percet töltött egy-egy állampolgár a televízió előtt. Az olvasásra fordított idő viszont számottevően, a tíz évvel korábbi helyzethez képest csaknem negyedével csökkent. A vezető és értelmiségi munkakörben dolgozók átlagosan fele annyi időt töltöttek tanulással, önképzéssel, mint tíz évvel korábban.” (*Kókay* [2000] 88. o.)

⁴ Az Alföldi Nyomda például „a 70-es évek közepén a konvertálható exportárualepokot bővítő hitelkeretből vett egy berendezést, ami olyan volt, hogy elől bement a papír, hátul kijött a könyv. Ez tipikusan annak a kornak az olcsó, tömegigényeket kielégítő könyv előállítására szakosított gépe volt. Műszakonként átlagosan 30 ezer könyvet tudott gyártani, és abban az időben viszonylag kevés cím volt, nagy példányszámokkal.” (Interjúrésztlet kelet-alföldi nyomdaipari nagyvállalat vezetőjével.)

Az adatátvitel és a szövegszerkesztés újításai folyamatosan rövidítették a szövegek, kéziratok kiadók és a nyomdák közötti áramlásának idejét, csökkentették az ezzel járó költségeket, ezzel pedig a szállítási határidőket. A nyolcvanas években még elsősorban a drága és igényes kivitelezésű könyvek és albumok *külföldi gyártatása*, illetve exportja bizonyult gazdaságosnak, a kilencvenes években a kiadók már olcsóbb könyveket, folyóiratokat, alkalmi kiadványokat is gyártattak külföldön, elsősorban a szomszédos országok magyar nyelvű szerkesztésre és nyomtatásra is felkészült nyomdáiban.

Az importverseny – amikor a magyar kiadók vagy a magyar nyelvű nyomdaipari termékek hazai vásárlói külföldi nyomdákkal dolgoztatnak – az átmenet első éveiben eltérően érintette a nyomdaipar egyes vállalatait. Az eltérő hatást a vállalati méretek, a logisztika és a szállítási határidők (később részletezett) különbségei magyarázzák.

A helyi piacokra termelő, mindenevő vállalatok és garázsnyomdák nem, vagy alig érzékelték és érzékelik a külföldi vállalatok versenyét.⁵ A nagyobb vállalatok közül viszont a könyveket, képes magazinokat, folyóiratokat gyártóknak, amelyek a kilencvenes évek első felében még kihasználhatták a korlátozott verseny vagy monopóliumhelyzetük előnyeit a helyi vagy a regionális piacon, éppen a fellendülés éveiben egyre gyakrabban kellett megvédeniük piaci részesedésüket a külföldi szállítókkal szemben.

3. Az újabb fellendülés időszakában folytatódott a tulajdonviszonyok átalakulása. Az *állami vállalatok privatizációja* során a magántulajdonban lévő közepes méretű és nagy nyomdaipari vállalatok túlnyomó része ekkor jött létre. A nyomdaipari privatizáció nem mutatott különleges vonásokat. A tulajdonosi kör nem tért el a más ágazatokban megfigyeltől: külföldi szakmai és pénzügyi befektetők, illetve a vállalat vezetői vásárolták meg a nyomdákat. Egyes esetekben a privatizáció itt is az állami vállalat részekre bontásával járt együtt. A tulajdonosváltások egy része a vállalat gyors növekedéséhez, korszerűsítéséhez vezetett. A privatizáció elhúzódása itt is piacvesztéshez, likviditási válsághoz vezetett.

A kis- és középméretű, újonnan alapított magánnyomdák a kilencvenes évek második felében már jórészt nem a házi nyomdákban jöttek létre. *Az alapítók szellemi tőkéjüket, korábbi üzleti kapcsolataikat és az ezek során felhalmozott hírnevüket, referenciájukat vitték be a cégbe*, és ehhez hitelből, majd a visszaforgatott hasznokból vásároltak gépeket, épületeket.⁶ Az új magánnyomdák másik nagy csoportja – szakma által csak *garázsnyomdának* nevezett kis magánvállalatok jelentős része – viszont nem a vállalkozók szellemi tőkéjére, üzleti ismertségére építette terveit, hanem – érzékelve a piacra lépés alacsony költségeit – többnyire alkalmi szereplőként olcsó, igénytelen szolgáltatást kínált vevőinek.

4. A visszaesést 1991–1992-ben jórészt a könyvpiac zsugorodása okozta. 1997 után már folyamatosan nőttek a könyvforgalmazásból származó bevételek. Az időszaki sajtótermékek (újságok, folyóiratok) piacán fellendülésről nem, legfeljebb stagnálásról beszélhetünk, ám ezt ellensúlyozta a katalógusok, a szakmai (és politikai) reklámanyagok termelésének gyors felfutása (5. táblázat). Ugyancsak gyorsan nőtt a papíralapú csoma-

⁵ „Ami a mi kategóriánkat illeti, mi nem foglalkozunk olyan nagyon nagy példányszámú dolgokkal. Ezeket eljuttatni, kivinni, visszahozni stb. egy picit bonyolult már a megrendelőnek, nincs értelme. Néhány forint vagy egy néhány euró haszonért semmiképpen nincs értelme bonyolítani a saját életét, ha itt ezt megkapja.” (Interjúrészlet budapesti nyomdaipari kisvállalat tulajdonos-igazgatójával.)

⁶ „A cég megalakítása gyakorlatilag mindenféle előzmény nélküli. Egy kis reproüzemünk, gmk-ánk [gazdasági munkaközösség] volt már a feleségemmel, de nem egy privatizált cég. Nagyon kicsi induló tőkével, 1 millió 200 ezer forinttal alapítottuk. A három alapító nyomdamérnök, én Lipcsében végeztem a nyomdamérnöki főiskolát, és az életem nagyobbik részét az egyik legnagyobb magyarországi nyomdában töltöttem. A feleségem és a társam itt Budapesten végezték a nyomdaipari főiskolát. Szintén nagy nyomdában dolgoztak, és töltötték a rendszerváltásig az életüket. Tehát ilyen szempontból mi nem kezdők voltunk a pályán, és nem kívülállók, hanem összeálltunk, és gyakorlatilag a nulláról elindítottunk egy nyomdát.” (Interjúrészlet budapesti nyomdaipari kisvállalat tulajdonos-igazgatójával.)

5. táblázat

Néhány nyomdaipari termék termelt mennyisége (tonna)

Év	Szakmai reklámanyag, kereskedelmi katalógus	Nyilvántartó számlakönyv, iratgyűjtő
1996	3 802	12 786
1997	6 616	10 278
1998	9 399	13 520
1999	21 357	13 534
2000	25 590	14 334
2001	28 208	9 594
2002	34 927	8 991
2003	38 877	10 527
2004	40 720	11 559
2005	44 982	9 053

Forrás: A KSH Ipari és Építőipari Évkönyv megfelelő számai.

6. táblázat

A nyomdaiparban előállított csomagolóanyagok termelése (tonna)

Év	Címke papírból	Hullámtermékek és papírkarton csomagolóeszközök
1996	5 775	175 056
1997	5 352	216 372
1998	5 417	231 744
1999	6 652	236 848
2000	10 236	282 928
2001	11 200	292 107
2002	11 141	318 405
2003	7 616	341 466
2004	7 604	345 155
2005	7 423	336 970

Forrás: A KSH Statisztikai Évkönyv megfelelő számai.

7. táblázat

Néhány nyomdaipari termék fogyasztói árindexe (előző év=100 százalék)

Év	Újság, folyóirat	Könyv	Tankönyv	Összes fogyasztás
1991	141,3	145,6		135,8
1992	127,5	164,9	359,2	123,0
1993	146,8	122,5	302,8	122,5
1994	122,8	124,7	245,7	118,8
1995	135,7	127,5	165,6	128,2
1996	123,6	131,3	138,1	123,6
1997	117,3	119,1	125,2	118,3
1998	114,4	113,9	113,3	114,3
1999	114,1	105,9	106,8	110,0

Forrás: A KSH Statisztikai Évkönyv megfelelő számai.

golóanyagok és címkék gyártása a kilencvenes évek második felében és az ezredforduló utáni években (6. táblázat).

Vonzóvá tette a piacra lépést, hogy a kilencvenes évek végéig a fogyasztói árindexnél lényegesen nagyobb mértékben emelkedett az újságok, könyvek és különösen a tankönyvek ára (7. táblázat). Az átlagosnál nagyobb árnövekedés (amelynek egyik oka lehetett a dotációk miatt igen alacsony indulóár), a vállalatok többségénél ellensúlyozta a példányszámcsökkenés kedvezőtlen hatását. Az élénk piaca lépést az is ösztönözte, hogy az emelkedő árak jelentős hasznot hoztak:

„Akkor olyan húszon százalékos nyereségek csörögtek a szakmában, és mi tudtunk fejleszteni, és az összes pénz, amit mi akkor megtermeltünk, az mind belement gyakorlatilag gépekbe.” (Interjúrészlet budapesti nyomdaipari kisvállalat tulajdonosával.)

Kiegészítő magyarázat – vállalati stratégiák

A piac fejlődési szakaszai közötti különbségeket leíró tényezők *nem változtak egyértelműen*. Segítségükkel ezért nem tudjuk meggyőzően megmagyarázni, hogy mi okozta a kilencvenes évek közepétől 2002-ig tartó fellendülést a nyomdaiparban.

Az iparág számára semleges gazdaságsszabályozás előnyösebb volt, mint a támogatás radikális csökkentése, és ez a fejlemény hozzájárulhatott a fellendüléshez. A műszaki-technikai átalakulásnak a helyi vagy regionális piaci versenyelőnyöket csökkentő hatásai, az öröklött technika hátrányos tulajdonságai viszont növelték a külföldi beszállítók sikeres piaci jelenlétének esélyeit, és ezzel fékezhetők a nyomdaipar értékesítésének növekedését.

A privatizáció hatásai is ellentmondásosak voltak: egyes vállalatok számára a gyors átalakulás növelte, más esetekben viszont az elhúzódozó privatizáció rontotta a piaci részesedés növelésének, esetenként a megtartásának az esélyeit.

Az 1987–1991-es fellendüléshez hasonlóan *most is csak a nyomdaipari termékek egy részének a forgalma bővült gyorsan* és folyamatosan. A napilapok, folyóiratok iránti kereslet csökkent, a kiadott könyvek példányszámának növekedés ellenére sem érte el az 1991. évi szintet (4. táblázat).

Egy korábbi cikkünkben⁷ az áremelkedést és az árak nyereséghányadának növekedését nemcsak a gazdasági fellendülés jelzőinek tekintettük, de a halasztást, a kényszerű alkalmazkodást felváltó, a vállalati válságok megoldását szolgáló stratégiák terjedésére utaló mutatóknak is.

A fellendülés fontos oka feltételezésünk szerint, hogy *a kilencvenes években piaca lépő vagy a piaci részesedésüket megtartani kívánó nyomdaipari vállalatok jelentős része különböző sikeres túlélési vagy növekedési stratégiát valósított meg*.

Minden stratégia esélyeit növelte, hogy a nyomdaipari vállalkozások továbbra is *kellő számban találtak képzett, gyakorlott nyomdászokat a munkaerőpiacon*. Elsősorban a privatizáció során részekre bomló, illetve létszámban zsugorodó állami nyomdákban szereztek munkatársakat. Hasonló hatása volt annak, hogy *a nyomdagéppiacon is megszűnt a hiány és a keretgazdálkodás*.

Nézzük ezek után a leggyakrabban előforduló sikeres stratégiákat!

⁷ Laki [1992]; az alkalmazkodás hasonló tipológiáját közli Grosfeld-Roland [1994] és Blanchard [2006].

Termékszerkezet és technológiaváltás (csomagolóanyagok)

Egyes, korábban könyveket, folyóiratokat stb. előállító vállalatok módosították a termék szerkezetüket és áttértek *csomagolóanyagok* gyártására. Az új terméket nem lehetett a régi gépekkel, berendezésekkel előállítani, a termék szerkezet-váltás ilyenkor jelentős beruházásokat igényelt.

A szocialista rendszer gazdaságirányítói tudatosan, profiltisztítással igyekeztek kiküszöbölni a nagyobb nyomdák kínálatának párhuzamosságait. A csomagolóanyagok és kereskedelmi nyomtatványok gyártására a budapesti Globus Nyomdát jelölték ki. A vállalat monopolhelyzete azonban fokozatosan megszűnt, mert egyes, a megyei pártbizottságok „mindenes nyomdájából” szakosodásra és növekedésre váltó nyomdák növelték a csomagolóanyagok részesedését a kibocsátásban.

„A 70-es, 80-as években jó néhány nyomdának volt valamilyen csomagolóanyag-gyártási tapasztalata is. Aztán némelyek közülük innen kiemelkedtek, ilyen volt a Petőfi, amely gyakorlatilag a 80-as évek elején már teljesen felhagyott a *publishing* nyomtatással, illetve egy leválasztott részében még előállította a rendszerváltásig a megyei pártlapot, de elszeparált körülmények között. Ekkor a Petőfinek például már 91 százaléka csomagolóanyag-gyártással foglalkozott. A Zalai is a 70-es években, ahogy megjelent a Coca-Cola, elkezdett neki címkét gyártani, a pártlap, a havilapok, hetilapok mellett.” (Interjúrésztlet nyugat-magyarországi nyomdaipari nagyvállalat tulajdonos-igazgatójával.)

A rendszerváltás után a piac bővülésére számító tőkeerős külföldi befektetők szereztek meg a csomagolóanyag-gyártásban tapasztalatokkal és gyártókapacitásokkal rendelkező nyomdákat. Az új tulajdonosok jelentős beruházásokkal növelték a gyártókapacitásokat. A hagyományos nyomtatás elhanyagolható mellékprofillá zsugorodott.

A hullámtermék és papírkarton csomagolóeszközök⁸ termelésének 2004-ig tartó töretlen növekedése (6. táblázat) igazolta a befektetők számításait. Ha ide számítjuk a hagyományos nyomdai technikával is előállítható címkék termelésének tartós, a kétezres évek elejéig tartó felfutását is, akkor a *kiadványokról a csomagolóanyagra* váltás a sikeres alkalmazkodás egyik fontos formája, valamint a fellendülés egyik motorja volt a nyomdaiparban.

Termékszerkezet-váltás technológiaváltás nélkül (reklámanyagok, katalógusok)

A könyvet, folyóiratot gyártó nyomdák többsége nem tudott, de nem is akart kivonulni erről a zsugorodó piacról. Nem tudott, mert az új tulajdonosok többnyire nem rendelkeztek a megújításhoz elegendő tőkével, vagy éppen nem befektetni akartak, hanem kivonni tőkét a megszerzett vállalatokból. Ilyenkor a meglévő gépparkhoz és a munkaerőhöz kellett, lehetett illeszteni a piac megtartásának vagy bővítésének új stratégiáját.

Egyes vállalatok ezért a kevésbé keresett napilapok mellett vagy helyett főként *nagy példányszámú hirdetési újságokat* nyomtattak. Ezek a nem különösebben munkaigényes termékek lekötik a kapacitásokat, és jelentős hasznot is hoznak.

„Van a könyvkiadás, a folyóirat-kiadás, és van a kereskedelmi jellegű nyomdaipari tevékenység. Az utóbbi az, ami nagy pénzeket hoz, mert a különböző multik megrendelnek katalógusokat, iszonyatos példányszámban jelentetik meg, és akkor elindul a masina, és akkor megy, megy, megy. Gyártósorok vannak, és a végén kijön a termék csomagolva.” (Interjúrésztlet budapesti nyomda- és könyvkiadó közép vállalat tulajdonos-igazgatójával.)

⁸ Ezek egy része csupán papír, nincs rajta nyomott felület, de joggal feltételezhetjük, hogy a nyomott felületek termelésének növekedése legalább olyan gyors volt, mint a teljes termékcsoporté.

A folyóirat- és napilappiacról kiszorult kisebb cégek inkább a *kereskedelmi katalógusok, szórólapok, a választási évekből politikai plakátok, szóróanyagok* gyártására vállalkoznak. Az ilyen termékek iránt is folyamatosan és gyorsan nőtt a kereslet rendszerváltás után (5. táblázat).

A többség harcmódora: mindenestől nyomdák, saját vevőkörrel

A kisebb nyomdák, stúdiók körében a legtöbb vállalat ugyanúgy képes könyvet, mint katalógusokat vagy reklámszórólapokat előállítani. Egy nyomdatulajdonos így írta le a stratégiáját:

„Mi is úgy voltunk, mint a magyar nyomdaiparnak a nagy része, hogy odakaptunk, ahol valami munkát láttunk. Nem tudom, hogy ezt máshol is említették-e, én ezt így látom, a magyar nyomdákra jellemző volt egyfajta széles merítés, hogy nyomunk könyvet, magazint, nyomtatványokat, önátírókat, névjegyeket, mindent nyomunk.” (Interjúrésztlet budapesti nyomdaipari középállalat nyomdaipari tulajdonos-igazgatójával.)

A mindenevő vállalatok szívesen fogadják, sőt keresik az utcáról bejövő (lehetőleg leinformálható) vevőt, de igyekeznek megtartani, kiépíteni a saját vevőkörüket is.

Fordított (szokatlan vagy kényszerű) stratégiák

Miközben számos vállalat kivonult a könyvek és folyóiratok piacáról, vagy csökkentette a súlyukat a forgalmában, olyan esettel is találkoztunk, amikor éppen a könyv lett a vállalat – például a Szekszárdi Nyomda – fő terméke, és a zsugorodó könyvnyomtatási piacon megszerzett növekvő piaci hányad vált a növekedés motorjává. Az induló helyzetet a következőképpen írta le beszélgetőpartnerünk.

„A Szekszárdi Nyomda egy volt a 19 megyei nyomda közül, amelyek mindent, a névjegytől a gyászjelentésig, a napilapig, teljes nyomdai szolgáltatást adtak. A privatizációig tanácsos cég volt. Talán azzal a különbséggel a többi nyomdához képest, hogy a Szekszárdi Nyomdában már a kezdetektől, az 1800-as évek végétől jelentős mennyiségű naptár készült, a naptárgyártás volt a fő profil, a termelés közel 60 százalékát a naptárgyártás adta, és amellet volt a napilap és az egyéb szolgáltatások.” (Interjúrésztlet dél-dunántúli nyomdaipari nagyvállalat tulajdonos-igazgatójával.)

A vállalat kényelmes piaci helyzetben volt, a Szekszárdi Nyomdában készült a belföldi forgalomba kerülő naptárak 99 százaléka. A zsugorodó naptárpiacra külföldi szállítók törtek be. Ekkor váltott a szekszárdi vállalat:

„Egy határidőnapló miben különbözik a könyvtől? Nyomdai szempontból semmiben. Ugyanúgy kell egy belső rész, egy tömb, kell egy borító rá, egy tábla, azt össze kell rakni. Az, hogy az egyik oldalon lapok vannak, a másikban meg egy regény vagy egy krimi, nincs jelentősége... Ma a Szekszárdi Nyomdának 1,4 milliárd az árbevétele, és ennek közel 90 százaléka könyv, aminek a 90 százaléka ide a városokhoz kötődik.” (Interjúrésztlet dél-dunántúli nyomdaipari nagyvállalat tulajdonos-igazgatójával.)

A piacra lépés sikeres volt:

„A Szekszárdi Nyomda az első öt legnagyobb könyvgyártó cég közé küzdötte fel magát az elmúlt 11 néhány évben.” (Interjúrésztlet dél-dunántúli nyomdaipari nagyvállalat tulajdonos-igazgatójával.)

A második visszaesés

A hazai nyomdaipari konjunktúra 2002–2003-ban véget ért, az ezt követő időszakban a piacfejlődést mérő három mutató zsugorodást jelez. Csökkent a nyomdaipar értékesítése, az itt foglalkoztatottak száma, és 1989 után először csökkent a piaci szereplők – a nyomdák – száma is (3. táblázat).

1. A konjunktúra végét *nem* okozta az ágazatot vagy a nyomdaipari vállalatok vevőit vagy beszállítóit érintő hátrányos szabályozás. Interjúink során csupán a 2002 után az iparban, a gazdaságban „szokásos” hátrányos (vagy annak vélt) szabályozási hatásokat említettek. Az ország csatlakozása az Európai Unióhoz is csak a gazdaságban szokásos terhekkel és alkalmazkodási feladatokkal járt a nyomdaiparban.

2. Egyes vélemények szerint a nyomdaipar korábbi sikereit elsősorban a termékei tulajdonságainak, a technológiai, illetve az ezekből nyert logisztikai előnyöknek köszönhette.

„Nemcsak, hogy túlélte, hanem 1990 és mondjuk 2002 között a nyomdaipar igazából nem vesztese volt a rendszerváltásnak, hanem szinte nyertesén került ki belőle. Míg sok iparág tönkrement, a nyomdaipar tudott fejlődni, beruházni, új nyomdák és műszaki technológia jött létre. Ennek három magyarázata van. Az egyik, hogy a nyomdatermékek nagy része nem bír el hosszú szállítási útvonalat. A másik, hogy az információ leadásától a nyomdatermék megjelenéséig az idő egyre csökken, és ezért ezt általában helyközélnben kell megcsinálni. A harmadik, hogy a voltak és vannak olyan termékek, amelyeket nehéz kivinni a nyelvetületről.” (Interjúrészlet dél-alföldi nyomdaipari kisvállalat tulajdonos-igazgatójával.)

A magyar nyomdaiparnak ezek az előnyei már a fellendülés időszakában csökkentek. Láttuk, hogy a könyv- és folyóirat-kiadók egyre gyakrabban nyomattak a szomszédos országokban, hiszen a vállalatközi kooperáció, a szállítási határidők tartása nagy távolságban levő nyomdák és kiadók között is gazdaságosnak bizonyult. Ez a folyamat folytatódott a 2002 utáni időszakban, azzal a különbséggel, hogy a hazai termelők nem csupán a szomszédos országok, de mind gyakrabban a távol-keleti országok, elsősorban Kína nyomdáival is versenyeznek.⁹

Eközben az évezred első éveiben is folytatódott a korábban megfigyelt jelenség: a szövegszerkesztés és az adatátvitel újításainak hatására számos papíralapú terméket helyettesítettek olcsóbb vagy hatékonyabb elektronikus termékekkel vagy szolgáltatásokkal. (Már nem használunk nyomtatott menetrendet, repülőjegyet, egyre nő az elektronikus adóbevallást választók aránya, és ha lassan is, de terjed a hangos könyv.) *Semmi jelét nem tapasztaltuk azonban annak, hogy egyik évről a másikra – esetünkben 2002–2003-ban – a magyar vállalatokra nézve drámai fordulat következett volna be az elektronikus helyettesítő termékek piacain.*

3. A privatizáció a visszaesés előtt véget ért a nyomdaiparban – esetleges zavaró hatásaival ezért sem magyarázhatjuk a piac zsugorodását. A nyomdaipar alkuerejét csökkentő tulajdonkoncentráció ment végbe azonban a lap- a könyvkiadó és a könyvkereskedő vállalatok közötti erőviszonyokban és kapcsolatokban. Míg a nyomdaiparban főként a kis- és középvállalatok, a *könyvkiadásban viszont a legnagyobb vállalatok piaci részese-*

⁹ A jelenség nem a magyar piac specialitása, a kínai vállalatok sikeresen törtek be az európai nyomdaipar hagyományos piacaira is a kilencvenes évek végén. Piaci részesedésüket növelik a nyomdai adatátviteli és számítástechnikai újításoknak a lokális monopolhelyzeteket, versenyelőnyöket csökkentő hatásai, az olcsó munkaerő és az állami ártámogatások miatt alacsony kínálati áraik. Mint egyik beszélgetőpartnerünk fogalmazta: „Ma Kínában olcsóbban lehet előállítani egy könyvet, mint Magyarországon. Lényegesen olcsóbb az alapanyag, a papír, az energia, a munkaerőről nem beszélek, mert az elhanyagolható, az egy vicc, amit ott fizetnek egy embernek. Legyártva, leszállítva a hamburgi kikötőbe olcsóbban tudja gyárttatni a könyvet, mintha itt Magyarországon csináltatja.” (Interjúrészlet észak-dunántúli nyomdaipari nagyvállalat tulajdonos-igazgatójával.)

dése növekedett. 2003-ban a legnagyobb 13 kiadó adta a forgalom 54,7 százalékát, 2005-ben már 58 százalékát. 2006-ban pedig a legnagyobb 14 kiadó már a könyvforgalom 58,9 százalékát képviselte (forrás: <http://www.mkke.hu/>). A koncentrációt az utóbbi években *centralizáció* kíséri.¹⁰

A nyomdaipar vállalatainak alkuerejét a lapkiadásban zajló *vertikális integráció* is csökkentette. Az utóbbi években több napilapkiadó döntött úgy, hogy saját nyomdát hoz létre. Ma már az Axel Springer, a Ringier és a Pannon Lapok Társasága is saját üzemekben nyomja napilapjait (Hlavay [2005]).

A visszaesés lényeges oka, hogy a magyar nyomdaipar fontos termékeinek, termékcsoportjainak piaci helyzete az utóbbi négy-öt évben kedvezőtlenül változott.

– Folytatódott, esetenként felgyorsult a *sajtótermékek* (napi- és hetilapok, folyóiratok) iránti kereslet stagnálása, csökkenése. Jól mutatják ezt a néhány patinás hazai sajtótermék átlagos megjelenési példányszámának alakulását bemutató 9. táblázat adatai.

– A *csomagolóanyagok* sokáig dinamikusan növekvő termékcsoportjaiban is piaci fordulatot figyelhettünk meg. A címkekészítés jelentősen visszaesett, a hullámtermék és papír-karton termelésének dinamikus növekedése pedig megállt 2002 után (6. táblázat).

– Folytatódott a hazai *könyvforgalom* stabilizálódása, esetenként lassú növekedése (4. táblázat).

– Egyedül a *katalógusok és reklámanyagok* termelése nőtt továbbra is gyors ütemben.

9. táblázat

Néhány sajtótermék példányszámának alakulása
(átlagos megjelenési példányszám, ezer)

Év	Népszabadság	Magyar Nemzet	Kisalföld	HVG	Nők Lapja
2000	224	91	84	130	497
2001	222	88	82	134	342
2002	221	116	81	132	306
2003	207	102	82	128	296
2004	186	92	82	118	259
2005	175	93	82	112	295
2006	169	81	81	86	293

Forrás: A KSH Statisztikai Zsebkönyv megfelelő számai.

Az együttes hatás: a növekedés megállt, sőt 2005-ben „Beclések szerint mintegy harmincszázalékos kapacitáskihasználatlansággal küzd a magyar nyomdaipar” – írta a Világgazdaság Online 2005 novemberében.

Kiegészítő magyarázat – a verseny élesedése

A piac állapotát befolyásoló és jelző mutatóink közül csupán az állami szabályozás állapota nem romlott 2002 után. A vevők körében zajló koncentrációs folyamat éppúgy csökkentette a nyomdák piaci alkuerejét, mint a technikai-műszaki átalakulásoknak a helyi, regionális piacokon meglévő korábbi előnyeiket csökkentő és a papírtermékeket helyettesítő termékek versenyképességét növelő hatásai. E folyamatoktól nem függetle-

¹⁰ Például az Alexandra Kiadó, az ország egyik legnagyobb kiadója és nagykereskedése csak 2005-ben három kiadót vásárolt.

nül tovább esett a nyomdaipar számos terméke iránti kereslet. A folyóiratok és a napilapok korábban is megfigyelhető példányszámcsökkenése 2002 után is folytatódott. Új és kellemetlen fejlemény, hogy a csomagolóanyagok dinamikus növekedése is megállt. A csomagolóanyagokat gyártó viszonylag nagy és tőkeerős hazai nyomdáknak meghatározó üzleti partnereik, a nagy multinacionális cégek új beszerzési stratégiája jelezte a vevők növekvő erőfölényét:

„A csomagolóanyag-gyártásban 2004-gyel, az EU-taggá válással és a piac kibővülésével egy teljesen új időszak kezdődött. A változást nem a csomagolóanyag-gyártók, hanem a végfelhasználók generálták. Ahogy a 10 ország belépett, abban a pillanatban a piacokat a páneurópai végfelhasználók, tehát a fogyasztási termékeket gyártók integrálták a saját páneurópai rendszereikbe. 2004 előtt a mi nagy vevőinknek a döntő többsége magyarországi beszerzéssel rendelkezett, és a magyarországi beszerzők döntöttek róla, hogy kitől vesznek. Ez 2004-ben megszűnt. Például a Nestlé gyárai, így a szerencsi, a diósgyőri csokoládégyárak beszerzéseiről Párizsban döntenek. Ami azt jelentette, hogy 2004-től nagyon nagy átrendeződés történt a piacon, a régi piaci kapcsolatok meghaltak, új beszerzők, új hálózatok, új régiók jöttek létre. Amikor az EU-tagság bekövetkezett, akkor ebben a régióban nem Magyarországra szóló tendert tűztek ki, hanem 6-8 országra. És akkor a megbízásért a cseh meg a szlovák meg a lengyel stb. nyomdával kellett megküzdeni. Azok a csomagolóanyag-gyártók, amelyek ehhez tudtak alkalmazkodni, azok élve maradtak, akik ehhez nem tudtak alkalmazkodni, azok kihullottak.” (Interjúrésztlet nyugat-dunántúli nyomdaipari nagyvállalat tulajdonos-igazgatójával.)

Míndezt nem ellensúlyozta a könyvek lassú és a kereskedelmi reklámanyagok forgalmának változatlanul dinamikus növekedése.

A folyamatok és események e kedvezőtlen egybeesése bizonyára hozzájárult a nyomdaipari piac több éve tartó zsugorodásához. A visszaesés *mértékét* fokozta, hogy *jó néhány nyomdaipari vállalat korábban sikeres stratégiájának számos fontos eleme is eltűnt, kifulladt, ezért a stratégia nem folytatható.*

1. A rendszerváltás utáni években a nyomdaipari vállalatok bőségesen találtak a munkaerőpiacon a privatizált és az új tulajdonos által korszerűsített, karcsúsított (esetleg csődbe vitt) vállalatoktól eláramló (elküldött) képzett munkaerőt. A privatizáció befejezése után ez a munkaerőforrás lassan elapadt, sőt a termelési folyamat kulcspozícióiban levő szakképzett munkások piacán hiány keletkezett. Különösen a *gyakorlott gépmesterek* hiánya okozhat gondot. Ez is növelte a költségeket.

2. Korábban a túlélés, majd a növekedés sikeres módjának bizonyult a *termékváltás*. A 2002 és 2005 közötti visszaesés időszakában is találtunk olyan eseteket, amikor a termékváltás tette lehetővé a gyors növekedést. Több nyomda ebben az időszakban is az újságnyomtatás csökkenő bevételeit reklámújságok nyomtatásával ellensúlyozta.

Az ilyen esetek száma és jelentősége azonban becslésünk szerint sokkal kisebb, mint a kilencvenes években. A termékváltást korlátozza, hogy a fellendülés időszakában vásárolt korszerű és termelékeny berendezések jelentős részén csak a nyomdaipari termékek meghatározott köre gyártható. Az is gátolja az ilyenfajta alkalmazkodást, hogy – mint láttuk – jelentősen csökkent a gyorsan bővülő termékpiacok száma.

A visszaesés időszakában ezért terjedtek a válsághárítás halasztó, és ritkulnak a megoldó módszerei. Számos vállalat az *árak nyereségtartalmának csökkentésével* is igyekezett versenyben maradni, ám a *kínálati ár csökkentése vált a piaci részesedés megőrzésének legfontosabb eszközévé*. Kíméletlen árverseny zajlik a nyomdaipari termékek piacán. Ennek következtében a fontosabb nyomdaipari termékek ára 2002–2005-ben nem, vagy az inflációnál jelentősen kisebb mértékben emelkedett.¹¹

¹¹ Ipari és Építőipari Statisztikai Évkönyv adatai alapján.

„Számomra is hihetetlen volt, hogy 30-35 százalékos haszon képződött. Általában azt szokták mondani, hogy ha már 10 százalékos profitráta van, akkor az jó, mert kevesebbel is megelégedtek az emberek, és a nyomdaiparban lehetett ilyeneket realizálni. Ez ma már nem egészen igaz, mert nagyon nagy a konkurencia, és nem lehetett az árakhoz nyúlni egy idő után. Mi körülbelül 6-7 éves árakkal dolgozunk, tehát műveleti árakkal. Ez gyakorlatilag árcsökkenést jelent, ha az inflációt ideveszem. Áremeléssel nem lehet operálni. Egyetlen lehetőség a technológia, a fejlesztés, a korszerűbb gépek, a termelékenyebb masinák.” (Interjúrészet budapesti nyomdai és kiadói kisvállalat tulajdonos-igazgatójával.)

„Az utóbbi három évben nagyon-nagyon érezhető ez a hatás. Például az X nyomda mélyen ár alatt dolgozott. Azt is elmondom, hogy hogyan tudott ár alatt dolgozni. Nem fizette ki a szállítóit. Nem fizette ki a munkabért, ezért sztrájkoltak Szegeden. Ha nem kell fizetni semmit, akkor nyilván egy terméknek elég kicsi a költsége. Ezzel tulajdonképpen előidézte azt, hogy a nyomdaiparon belül nagyon alacsony árszínvonalra mentek. Erre a kiadók is rájátszottak, tehát mindig lejjebb és lejjebb nyomták az árat, és elérték azt a pontot, amikor már átmegy veszteségbe az egész. Az élet bebizonyította, legalábbis számomra, hogy ilyen eszközökkel egy iparágnak lehet nehézséget okozni. Tudnék még jó néhány nyomdát megnevezni, aki csak azért, hogy a munkát megkaphassa, képes volt ár alatt dolgozni. Ár alatt dolgozni tartósan nem lehet, mert a végén a csődöt jelenti.” (Interjúrészet észak-dunántúli nyomdaipari nagyvállalat tulajdonos-igazgatójával.)

A nyomdaipari termékek piacán zajló éles verseny további fontos eszköze lett a vevő számára *korábbanál kedvezőbb fizetési feltételek* nyújtása. Ennek leggyakoribb formája, amikor az eladó növeli a szerződésbe foglalt vagy hallgatólagos fizetési határidőt.

Ilyen feltételek között tovább nőtt a *tartós üzleti kapcsolatok ápolásának, a vevőkör megtartásának szerepe a vállalatok üzletpolitikájában*. Az ilyen piaci magatartás sikerének a legfontosabb feltétele az *egyenletesen jó minőség és a pontos szállítás*.

A vesztesek, az éles árversenyt, az egyre hosszabb fizetési határidőt elviselni nem képes vállalatok, különösen, ha elvesztik a vevőkörüket vagy annak egy részét, csökkentik vagy abbahagyják a termelést. Az önkéntes vagy kényszerű *zsugorodás* vagy *kivonulás* jele, hogy a hús, de különösen az ötnél kevesebb főt foglalkoztató nyomdák száma 2004–2005-ben csökkent a nyomdaiparban.

Nincs pontos adatunk arról, hogy a visszaesés időszakában milyen méretű és miféle stratégiát folytató vállalatok adták fel a piaci versenyt. Néhány nagy nyomda eltűnt a piacról, és eléggé valószínű, hogy a garázsnyomdák egy része is abbahagyta a termelést. Ma még nem értékelhető, hogy a korábban bemutatott stratégiák – amelyek közül nagyjából kiesett a termékváltás – mennyire alkalmasak a visszaesés által felerősített nehézségek leküzdésére.

A szakmai szervezetek sem tudják befolyásolni a piaci szereplők viselkedését. Az együttműködés legfőbb akadálya a kíméletlen piaci verseny.

„Ha valakinek nincs elegendő munkája, az hajlamos bármilyen megállapodásra. Voltak itt azért erre törekvések, megbeszélések, de akinek valamitől az a megállapodás egy adott pillanatban az érdekét sértette volna, az gond nélkül átgázolt rajta, fölrúgta, nem tartotta be, miután egyébként is nehéz megállapodni a túl sok szereplő miatt, másrészt pedig a technológiák különbözősége miatt.” (Interjúrészet kelet-magyarországi nyomdaipari nagyvállalat tulajdonos-igazgatójával.)

A viselkedési szabályok kidolgozása és összehangolása ezért inkább gyengült az utóbbi években.

„Szokásjog volt – sőt, jó néhány évvel ezelőtt a szakmai szövetségen belül a könyvesek megállapodtak arról –, hogy nagyon-nagyon durva esetben lehet csak 30 nap fölé menni [a fizetési határidőben]. Ma már a 120–180 nap is, de szerintem volt olyan, aki onnan kijött, és 5 perc múlva már elkötelezte magát 60 napra. Tehát ebben sem tudunk mit tenni.” (Interjúrészet dél-dunántúli nyomdaipari nagyvállalat tulajdonos-igazgatójával.)

*

A 10. táblázatban összefoglaltuk a nyomdaipari piac fejlődését befolyásoló tényezőket. Sorok szerint haladva, láthatjuk, hogy a piacfejlődést befolyásoló tényezők egy része csak a rendszerváltozás utáni élénkülés és a transzformációs visszaesés időszakában fejtegette ki a hatását. A dereguláció, a politikai ellenőrzés és a keretgazdálkodás felszámolása, az állami ártámogatások drasztikus csökkentése jellemzően a rendszerváltozás, az átalakulás kísérői voltak – hol kedvezően, hol pedig kedvezőtlenül, de erősen befolyásolták a nyomdaipar teljesítményét, a nyomdaipari termékek piacának átalakulását.

Az állami vállalatok magánosítása is csak ebben a két szakaszban befolyásolta a piac átalakulását. Az élénkülés időszakában főként a házinyomdák magánosítása, később a nagyobb nyomdák váltakozó sikerrel zajló privatizációja befolyásolta a piacra lépők, a piacon tevékenykedők számát. A rendszerváltás és a transzformációs visszaesés e két szakaszában – a deregulációtól és a magánosítástól korántsem függetlenül – *átrendeződték* a termékpályák, miközben az új vállalkozások viszonylag olcsón jutottak munkaerőhöz, használt gépekhez és épületekhez.

A hosszú fellendülés, majd az ezt követő visszaesés idején az átalakulás nem ismétlődő tényezői egyre kevésbé hatottak a piac átalakulására. A piac állapotát, a vállalatok viselkedését ezért a technikai fejlődés, a fogyasztói szokások korábban is ható hosszú távú folyamatai határozták meg. A lokális versenyelőnyöket csökkentő vagy megszüntető, illetve a papírtermékeket növekvő mértékben helyettesítő technikai újítások, új termékek, az olvasási kedvet, az olvasásra fordított időt csökkentő termékek és szolgáltatások terjedése kedvezőtlenül befolyásolta a nyomdaipar, a nyomdaipari termékek piacának növekedési esélyeit. Az átmenet első éveiben, főként a transzformációs visszaesés időszakában kidolgozott sikeres vállalati stratégiák (főként a termék- és piacváltások és a „mindenevés”) a transzformációs visszaesést követő fellendülés idején *ellensúlyozták* a kedvezőtlen hatásokat.

A sokáig sikeres stratégiák kifulladásá után a nyomdaipari termékek piacának terjedelme csökkent, a zsugorodó piac szereplői inkább alkalmazták a vállalati válság áthidalását, mint a megoldását szolgáló versenyeszközöket.

Hivatkozások

- BÁRÁNY ANZELM [1998]: Média-, nyomda- és könyvszakmai privatizáció, 1988–1998. ÁPV Rt. Budapest.
- BLANCHARD, O. [2006]: A posztkommunista átmenet közgazdaságtana. Közgazdasági Kiskönyvtár, Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
- CSAPÓ MÁRIA [1993]: A nyomdaipar irányítása és államosítása 1949–1952. Levéltári Közlemények, 64. évf. 77–95. o.
- FITZ JÓZSEF [1959]: A magyar nyomdászat, könyvkiadás és könyvkereskedelem története. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- GROSFELD, I.–ROLAND, G. [1994]: Defensive and Strategic Restructuring in Central European Enterprises. CEPR Discussion Papers, No. 1135. Megjelent még: DELTA (Ecole normale supérieure) DELTA Working Papers, No. 95-18., Párizs, 1995.
- HLAVAY RICHÁRD [2005]: Csődveszély a nyomdaiparban. Figyelő, november 1.
- KÓKAY GYÖRGY [2000]: A könyvkereskedelem Magyarországon. Balassi Kiadó, Budapest, <http://mek.oszk.hu/03200/03233/>.
- KSH [1995]: Ipari és Építőipari Statisztikai Évkönyv, 1994. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.

- KORNAI JÁNOS [1993]: Transzformációs visszaesés. Egy általános jelenség vizsgálata a magyar fejlődés példáján. *Közgazdasági Szemle*, 7–8. sz. 569–599. o.
- LAKI MIHÁLY [1992]: A vállalati magatartás változása és a gazdasági válság. *Közgazdasági Szemle*, 6. sz. 565–579. o.
- PRINTEXPO [2005]: Tovább folytatódik az innováció a nyomdaiparban. Papír és Nyomdaipar Műszaki Egyesület, www.hungexpo.hu/files/sajto/.
- SZÓLLÓS ELLA [1939–1941]: A magyarországi nyomdák és sokszorosító vállalatok jegyzéke 1936–1941. *Magyar Könyvészet*. Szerk: *Droszt Olga*, 1939–1944, I–VI. kötet. Budapest.
- TÓTH LEVENTE [1997]: A betű el van vetve. *Figyelő*, január 16. 13–15. o.

MEGJELENT

Piacok, globalizáció, harmadik út

Lányi Kamilla válogatott tanulmányai

című emlékkötet

Kovács János Mátyás bevezetőjével

Kiadó: Kopint–Datorg ZRt.

Kapható a Lira és Lant Fókusz könyváruházaiban

Ára: 3000 forint