

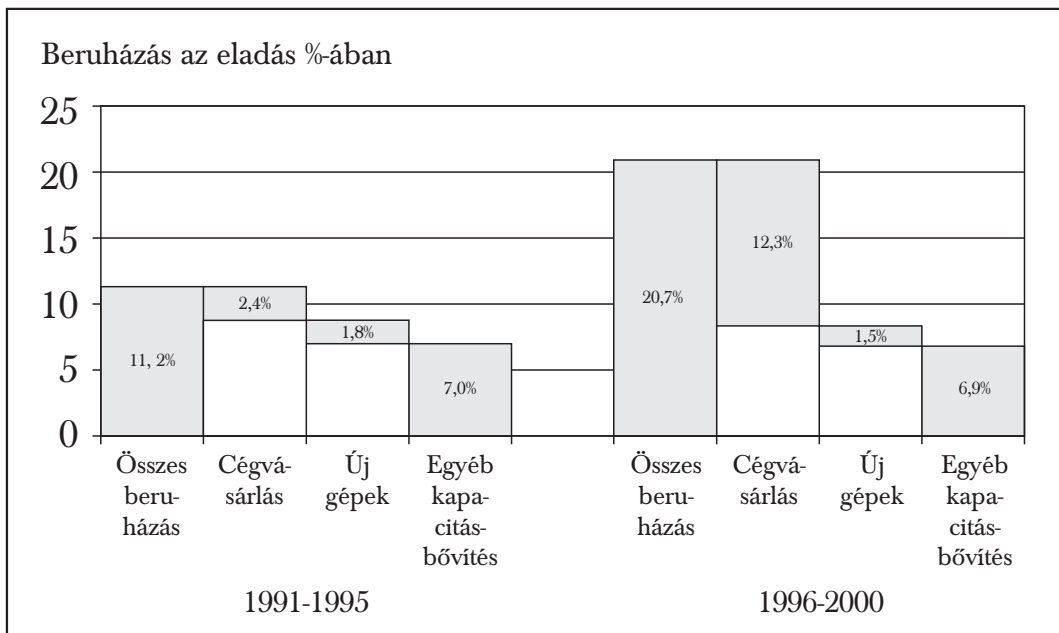
34. PRIMA Konferencia

II. rész*

Szőke András (Dunapack Rt.)

A 3. szekció a „Tekints ki a horizonton túlra” Ulf Delbro, az Eka Chemicals AB menedzserének elnökletével kezdődött a második napon. Tapio Korpeinen, a finn Jaakko Pöyry Consulting cég társmenedzsere ezt „A papírhálózat intelligens megoldása” c. előadásával nyitotta meg. Véleménye szerint a világ papírigénye folyamatosan nő a 2000. évi 54 kg/fő fogyasztásról 63 kg/főre 2015-re. Jelentős regionális különbségek lesznek a növekedési rátában a jelenlegi fogyasztási szintek és a nyersanyagforrások egyenlőtlen elosztása, ebből adódóan a költségek miatt. Emellett hosszú távon megoldásokat kell találni a papír és az elektronikus média békes együttélésére. Az általános 2,2 %-os éves növekedést Kelet-Európában, Ázsiában és Latin-Amerikában jelentősen túllépi, míg Észak-Amerika fajlagos fogyasztása csökkenhet is. A kémiai rostanyagtartás növekedése ellenére a

mai 50%-ról 43%-ra csökken a primer rostok aránya a felhasználásban. Ehelyett 46%-ról 54%-ra nő a másodlagos rostok iránti igény. Az egyes papírfajták között a tissue, a hullámalap- és a famentes papírok fogyasztása nő gyorsabban az átlagnál. Változások történtek a beruházási tevékenységben. Előtérbe kerültek a cégvásárlások, bár az értékesítéshez viszonyítva a beruházási kiadások közel duplájára nőttek 1991-95-höz képest 1996-2000 között (ld. **1. ábra**). Magától értetődő a koncentráció-növekedés az öt legnagyobb vállalatnál 10%-ról 15%-ra 2002-re. Míg az átlag igen alacsony, az észak-amerikai és a nyugat-európai koncentráció közel 40%-os. Ennek a partnerségi viszonyoknak erősítése tartós, jobb és aktuális on-line információkkal lehetőséget ad a gyártó reagálási idejének meghosszabbodására a hagyományos rendelés/visszaigazolással szemben. Ez készlet-, vagy-



1. ábra. A beruházási irányok változása

*Az első rész a 2003/5. szám 192. oldalán jelent meg.

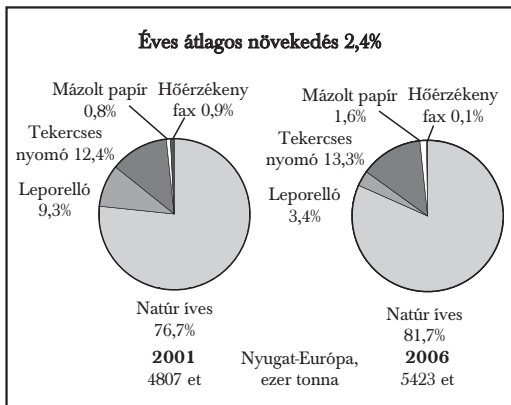
is költségcsökkenéshez vezethet. Növelheti ezt az előnyt, ha a cellulózyártó - papírgyártó - papírtermékgyártó - végfelhasználó sorban ez az információs lehetőség láncszerűen több vertikális lépcsőt átfog. Az ipari fejlődés felgyorsulása a termék életciklusának rövidüléséhez vezetett. Kirknemiben, a nyomópapírok gyártásának egyik fellegvárában például az újságpapírgyártás az alábbi fejlődésen ment keresztül: mintegy 15 évig SC papírt gyártottak mélynyomó gépekre, ezt váltotta fel a felületenvezetett ofszetnyomó papír 10-12 évre 1982-ben, majd 1994-ben a film-mázolt papír. A számítógép-vezérelt folyamatok, a materiális és üzleti folyamatok modellezése virtuális gyárként olyan intelligens megoldás, mely nemcsak a fogyasztói lánc jobb áttekinthetőségét, olcsóbb voltát eredményezi, hanem a kapcsolódó iparágaknak is betekintést biztosít.

A Fran tsch ach Coat ing-nál bevezetett SMART üzleti filozófiáról *Roland Hess*, az osztrák Accenture szervező cég menedzsere és *Michael Koch*, az alkalmazott osztrák cég egyik alelnöke tartott előadást. A rövidített a 'Sales and Marketing Analysis and Reporting Tools' angol elnevezéséből jön. (Értékesítési és marketing-elemző és beszámoló rendszer.) A rendszer bevezetésének célja a rugalmasság növelése egy növekvő, integrált vállalatban belül. Segítségével mindenki azonos álláspontot alakíthat ki egyazon kérdésről a közös, minden illetékes által elérhető adatbázison, differenciált információja van a vezetésnek és az operatív munkának a különböző szintű igényeknek megfelelően, így a piac változásai ellenére stabil adatbázist ad. Az „egy mindenkiért” úgy valósul meg, hogy 360°-os látószög áll rendelkezésre, SAP alapú adatbázisa van, naponta aktualizálják, és alkalmas belső, valamint külső benchmarkingra. Követelmény továbbá a jó befogadhatóság és a kis tanulásiigényesség. Kiválasztása és megvalósítása előtt helyzetfelmérést végeztek, mely a kihívásokra és a veszélyekre is kiterjedt. A termelést, értékesítést, finanszírozást és a marketinget átölelő rendszert SAP alapon a többi hasonló alapú elem miatt választották, mely döntést 4 hét előtervezés, majd zsúri és 3 hó részletes tervezés, végül 1 hó bevezetés követte.

Ezt követően a SAP finnországi értékesítéséről *Mika Tanner* mutatta be a „A technológiát hajtó üzlet”-et. Az elektronika iránti örület 2000-2001-ben realitássá szelődött. Jelenleg az illúzióvesztésből lassan kilábaló e-fellendülés lega-

lább 4-5 éves fejlődése után lesz nyereséges. Az SAP az integrált vállalati cég rendszert ajánlja, mely a korszerű láncrendszereket támogatja (SRM, SCM, CREM, PLM, ERP). Ezen 29 ezer emberükből 8 ezer kutató dolgozik és gondozza a 19300 fogyasztót, mintegy 10 millió felhasználóját. Az iparági sajátosságot az erdészeti szakcsoport biztosítja. A végfelhasználótól a folyamat teljes kezdetéig való visszatekintés és vissz szabályozás csak info-integrációval lehetséges. Ennek elemei, hordozói lehetnek az iparág specifikus módszerek (pl. PaperExchange.com, Papex.com, Papinet). Ezzel a működés és az üzlet közötti űr feltölthető, vevőkapcsolatok szilárdulhatnak meg és mellékfolyamatok racionalizálhatók, bekapcsolhatók.

Az Egyesült Királyság CAP Ventures Ltd. tanácsadó céget *Catherina Crossmill* társult igazgató mutatta be. A 21. században a papíralapú információ a felhasználás helyéhez egyre közelebb jelenik meg. A nagyteljesítményű központi nyomtatást a helyi nyomtatás, majd az igény szerinti decentralizált nyomtatás lépcsői után adatbázisokkal is helyettesíthetik. Ezzel az információ személyhez kötötté válik. Hogyan befolyásolja ez a papírfogyasztást? Az üzleti kommunikációs papírósszetételt a **2. ábra** mutatja be. Ez a felhasználás azonban a nyomatok csoportos használata felé mozdul el, az egyszemélyes felhasználás aránya feleződik. Így mintegy 4,7%-kal nő 2006-ig az íves papírfogyasztás, a tekerccses nyomtatások, a leprellők felhasználása pedig 0,8%-kal csökken. Így közel 2%-os növekedés várható. Míg a megjelenítésben nő a színesség, a kinyomtatás költségei mi-



2. ábra. Az irodai papírok felhasználásának megoszlása 2001-ben és 2006-ban

KONFERENCIÁK, KIÁLLÍTÁSOK

att a fekete-fehér dominanciája megmarad. A ki-nyomatás a faxoknál a laserek irányába, a nyomtatóknál és a POD technológiánál a tinta-sugaras technológia felé tolódik. A csoportos fel-használás papírigény-összetétele várhatóan az **1. táblázat** szerint változik.

	2001 e tonna	2006 e tonna	Átlagos éves nö- vekedés, %	2006 bevétel millió USD
Natúr íves	1996	2915	7,9	5138
Tekercses lepo.	23	6,2	-23	15
Mázolt íves	3	10,7	29,3	136
Egyéb különleges	0,3	1	31,7	80
Összesen	2022	2933	7,7	5369

1. táblázat. Papírösszetétel változása csoportos nyomtatfelhasználáshoz

A fő hajtóerők:

- a legtöbb irodában hálóról dolgoznak
- a POD hatása még nem érződik erősen
- a másolók és nyomtatók versenyben állnak
- a színes nyomtatás költség/eredmény aránya kedvezőtlen a fekete-fehérhez képest.

A színes nyomtatás esélyei nőhetnek, ha a mázolatlan termékek jobb képet adnak, ha a POD tolódik a házonbelüli nyomtatás felé, és ha a speciális vagy nyomathordozó papír költsége csökken, a teljes színes nyomaton belül.

Az egy személyi igények erősen a tintasuga-ras technológia irányába tolódnak el. Itt a színes igény fejlődése az uralkodó. **A 2. táblázat** a hatást számszerűsíti.

	2001 e tonna	2006 e tonna	Átlagos éves nö- vekedés, %	2006 bevétel millió USD
Natúr íves	928	579	-9	1187
Leporellő	133	46	-19,2	170
Mázolt íves	25	33	5,3	643
Egyéb különleges	4,9	10,5	16,7	891
Hő fax	44	4,6	-36,2	36
Összesen	1135	672	-9,9	2926

2. táblázat. Papírösszetétel változása egy személyi felhasználáshoz

A fő hajtóerőt a nyomtatók árának csökke-nése, a digitális fényképezés terjedése, az ott-honi internet növekedése, a távmunka, a média-és szoftver-hozzáférhetőség adja. A fejlődést több tényező korlátozhatja. A papíriparra vonat-

kozó sok felhasználóra kiterjedő tanulmányuk annak a felmérésnek a részleteit és 20 éves prognózisát is tartalmazza, melyben a kedvelt-ségi és hatékonysági szintet mérték fel a papír-alapú és az elektronikus médiára vonatkozóan, eltérő papíralapú használati cikkeknel.

A végkövetkeztetés, hogy

- a papírra szükség van, de...
- új technológiák megbolygatják a papírpiacot
- a nagy falatok mellett rés piacokat is kell figyelni
- a piac diverzifikálódik a nagy volumen/ala-csony költség és a különleges papírgyártók irányába
- a partnerség befolyásolhatja a fejlesztés és a fejlődés irányát
- a nyomtatásnál a papír mellett a festék költsége jelentősebb tényező lesz
- az új nyomtatási rendszerek deinking-problémát eredményeznek a mai technoló-giáknál.

A nagy érdeklődéssel várt negyedik szekciót *Martin Glass*, az EMGE & Co brit cég vezetője vezette. A téma a „Globális dinamika és ki-látások” volt. „A hirdetések” címmel *Christian Pahlborg*, a svéd Zenith Optimedia cég igaz-gatója vázolta a helyzetet. A hirdetési kiadások ma ca. 300 milliárd USD-re rúgnak, melyből 40-40%-ban részesedik a nyomtatott ill. a TV-s hir-detés. A direkt marketing költségei ezzel szem-ben 400 milliárdot emésztnek fel. A hirdetési kiadások gyorsabban és nagyobb mértékben követik a GDP változását, hisz a bizalom meg-tesztelői. 2002-ben az USA gazdasága 2,5%-kal, idén 2,6%-kal, 2004-re 2,8%-kal nő. Ebből adódik, hogy növekedés 2003-ban és jövőre várható. Különösen meglendül a TV hirdetés üz-lete, kevésbé az újságoké. Nem elhanyagolható azonban az a tény, hogy az USA-ban a GDP arányában dupla a hirdetési kiadások aránya, mint Európában. Évek óta gyenge Japán szere-pe e területen. A növekedés hajtóereje a háztar-tási, a személyes fogyasztás, a kozmetikai ipar, a nagykereskedelem, a motorizáció, a finanszíro-zás, a telekommunikációs utazás és a szállítás. Gyengén szerepel a számítástechnika, ab2b.

Kapcsolódott ehhez *Ross Hay-Roe*, a kana-dai Equity Research Associates igazgatója „A glo-bálisan frusztrált újságpapír-ipar” című előadá-

sával. Míg 20 évvel ezelőtt ca. 15-15 millió tonna újságpapír-termeléssel Észak-Amerika és a világ egyéb termelői voltak jelen, ma ez az egyéb részek 106 millió tonna növekményével és Észak-Amerika 9%-os bővülésével 36-64%-os arányra módosult. A technológiai fejlődést az új gépek túlsúlya miatt Amerikában nem tudták követni, hisz a 90-es években a jövedelmezőség nagyon gyenge volt. Az új kontinens igénycsökkenését előbb ázsiai exporttal, majd leállításokkal ellensúlyozták. Ma az újságpapírnál is terjedő másodlagos rostanyagfelhasználás tovább gyengíti az amerikai lehetőséget exportban. Míg Európában 35% a primer rostigény, Észak-Amerikában 70%-os a primer rostfelhasználás. Ez ottkülönlegesen nagy feladat elé állítja az amúgy öregedő technológiai adottságokkal rendelkező termelőket. Ezt csak súlyosbítja az igénycsökkenés, mely e terméknel tartósnak mutatkozik. A csökkenést erősíti az újságpapír egyéb célú felhasználásának a visszaszorulása. Az átállást, leállást indokolja az is, hogy az igény Európában növekvő kapacitások mellett ugyancsak csökken.

Az Európai Szállítási Csomagolási Trendekről *Andy Rushforth*, a PIRA International menedzsere számolt be. A neves intézet kutatási aktivitásainak bemutatásában a legutóbbi csomagolási szokásokkal kapcsolatos regionális tanulmányok felsorolását a hullámtermékek és a műanyag rekeszek versenyhelyzetének elemzése követte. 8 fő európai piacon a termelői, beszállítói és felhasználói lánc minden elemére kiterjedő 250 interjú és számos statisztikai elemzés képezi megállapításaik alapját. Mivel a definíciók, a számok értelmezése eltérő, a következtetések sem egyértelműek a helyettesítés jövőjéről. Éppen ezért a tényezők megkeresése alapvető. A hullámtermékek jelenlegi 21 millió tonnás piacából 400 et helyettesítése várható 2005-ig. Ez Európában jelentősebb, bár a központi elosztó rendszerek terjedése a szállítói csomagolás növekedését eredményezi. A műanyag rekeszek 2002-es 109 millió db-os állománya 2005-re 29 millióval nő. Míg az Egyesült Királyság, Németország és Hollandia növekedése 70%-os, más európai országok ettől jelentősen lassabban fejlődnek. A nagykereskedelmi szállítói csomagolást befolyásoló tényezők előnyeit és hátrányait eltérően ítélik meg egyes felhasználók. A jellemző szempontokat a **3. táblázat** tartalmazza.

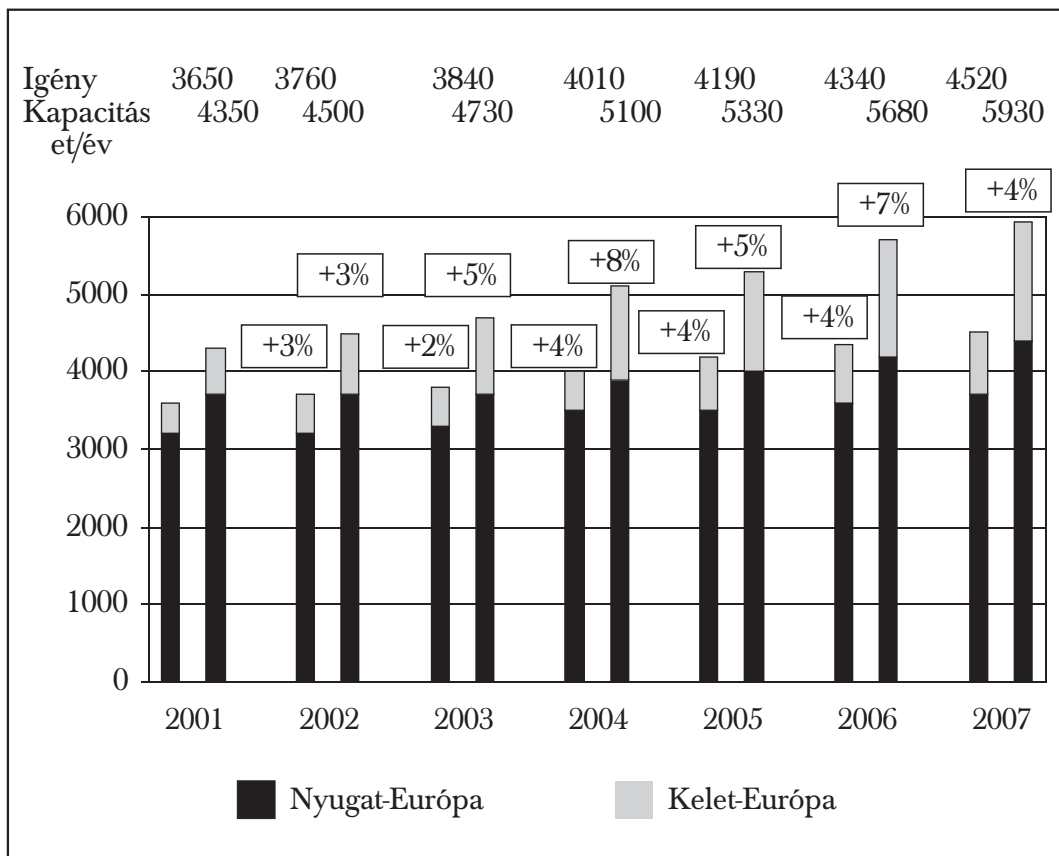
A brit, francia, német tapasztalatokat foglalta össze a fentiek szerint. Vizsgálták a szállítói lánc teljesítő-képességét, a visszaszállítási logisz-

Műanyag	Hullámtermék
teljes költség minimalizálása	helykihasználás
környezetbarátság	osztályozás és tárolás
sértülések csökkentése	követhetőség
marketing előnyök	

3. táblázat. Műanyag és hullámtermék szállítói csomagolás összehasonlításának szempontjai

tikát, az eladásra alkalmas csomagolási módot, a követés, osztályozás problematikáját, a csomagolási rendszereket. Emellett elemezték a zöldség-gyümölcs nagykereskedelmet a műanyag-rekesz és a hullámtermék szempontjából. Tényezők voltak a konszolidáció mértéke, a márka elterjedtsége, az országok közötti méret és méretmix eltérések, a vásárlási preferenciák és a nemzetközi forgalom szerepe. Környezetvédelmi tényező az a hiedelem, hogy a műanyag rekesz környezetkímélőbb, a törvények preferálják-e a rekeszt, hogyan értékelhető a töltés, a termék-megőrzés, szállítás, tisztítás hatékonysága. A válasz nem független a környezettől. A szállítási csomagolás fejlődési trendjeinek összefoglalásából kiemelhető az a stratégia, mely szerint a hullámtermékek proaktívan kell fejlődnie, a társítások előnyt adhatnak, meg kell érteni az elosztási és nagykereskedelmi folyamatokat, pontos költségszámítást kell végezni, ezek alapján egyedi döntéseket kell hozni.

„A feltörő kínai piac”-ról *Soile Korhonen* alelnök, az UPM Kymenne pekingi vezérképviselője tartotta a következő előadást. A GDP jelenlegi 8-9% körüli növekedése 52%-os ipari, 34% szolgáltatói és 14% mezőgazdasági tevékenységből termelődik ki. Jövőbeni kilátásoknál is 7% feletti fejlődéssel számolnak. A fő hajtóerők közé sorolják az üzleti fejlődést (irodai papírok), az urbanizálódást, a nagykereskedelem terjedését. Jelenleg 40% körüli a papíralapú hirdetői kiadások aránya, 45% az elektronikus médiáé. Az ipar 34%-a állami, a papíripari kapacitások 10%-a van külföldiek kezében. Mintegy 70%-a a 33 kg/fő/év fogyasztásnak alacsony vagy közepes minőségű termék. Ezért a rostbázisra alapuló minőségfejlesztés előtérben van. A fejlesztések eredményeképp 2015-re az 55 kg/fő fogyasztást célozzák meg. A dinamikus növekedés árnyoldala a restriktív állam, Kína kereskedelmi diszkriminációja, a száguldó sebesség, a nagy konkurencia, a jól képzett szakembergárda korlátozott rendelkezésre állása, a nagy utánzási hajlam. Mindez elhomályosul a nagy lehetőségek, a kihívások mel-



3. ábra. A/4 formátum iránti igény (baloldali oszlop) és kapacitás (jobboldali oszlop) Európában (et)

lett, melyet a piaci növekedés, a struktúraváltás szükségyszerűsége, a tanulékonyság, a nyomda és kiadóiparfejlődése jelentenek.

A Kelet-európai kilátásokról *Will Aoldham*, az International Paper európai értékesítési igazgatója beszélt. A cég 25 milliárd USD forgalmának 11%-a származott Európából 2002-ben. A gazdasági környezet nem egyértelmű: elértük-e már a ciklus alját, a devizák kihívása csökken-e, az iraki kérdés megoldódott-e, a papírgyártó kapacitás-kivonások (mintegy 1,450 ezer tonna az Egyesült Államokban) folytatódik-e, Európa és USA gazdasága egyirányban hat-e. Míg Nyugat-Európa növekedése 1,1%, Oroszországban 4,3%-ot, Közép-kelet Európában 1,5-3,7 %-ot várnak. Az árkilátások csak a 4. negyedévre fordulnak jobbra, a cellulóz és papírárak elszakadnak egymástól. A kis formátumú másoló papír-igény gyártó kapacitásának egyensúlytalanságát

a **3. ábra** mutatja be. A telített piacon a 4% átlagos növekedés várható, míg ez a növekvő piacokon 4-7 %, a feltörekvőkön akár 7-15 %-ot is elérhet. A nyomtatók között (melyből 200 ezer db-ot adtak el 2001-ben) a színesek jellemzően tintasugaras technológiával, míg a fekete-fehérmnyomatok készítői a laseres technológiával dolgoznak. A piaci sajátosságok a fejlődés tendenciája szempontjából különböznek az EU-aspiránsok és a távolabbiak régiója között. Így megkülönböztetett módszerekkel kell az eltérő fejlődési tényezőkre reagálni. Ezért lépésekkel halad előre IP Európában, elsősorban az irodaiA4 formátum területén.

A kérdések-válaszok az árak, igény és kapacitások ellentmondásai körül hangzottak el. Ezután az új titkár rövid értékelése, majd záró meghívása következett 2004. április 21-23 közöttre, Amszterdamba.



Zellcheming

2004. június 28.– július 1.

A **Zellcheming** 2004. június 28.– július 1. között Wiesbadenben, az elegáns német üdülőhelyen tartja 99. éves konferenciáját, melyet a **Zellcheming Expo** kiállítással (2004. június 29.– július 1) köt össze.

Az összeövetel Közép-Európa legfontosabb és legnagyobb eseményének számít a cellulóz-és papíripar, valamint a kapcsolódó iparágak részére.

További információk: www.zellcheming.com
zellcheming@zellcheming.de
hanseatic-congress@t-online.de



PULPAPER 2004 1-3 June 2004 Helsinki Finland

A **Finn Papírmérnökök Szövetsége** 2004. július 1-3. között Helsinkiben rendezi meg az 5. Nemzetközi Kiállítást a Cellulóz-, Papír-, Karton- és Feldolgozóipar beszállítói részére.

A kiállítással egyidőben 3 nemzetközi konferenciát szerveznek:

- az energia- és szénhidrogén felhasználás
- mázolás
- hatékonyság

témakörében

További információk: www.pulpaper2004.com
www.adforum.se
info@adforum.se