

Látlelet 2., május

FELMÉRÉS A NYOMDAIPAR PILLANATNYI HELYZETÉRŐL

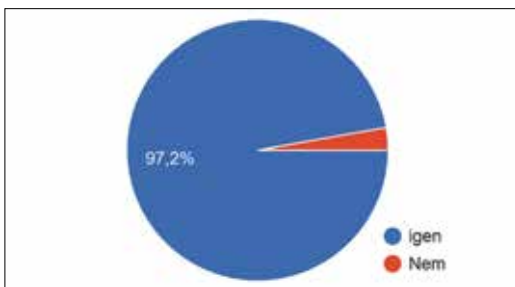
Faludi Viktória

A koronavírus-járványnak komoly gazdasági hatása is van, amiben a nyomdák működése is veszélybe került. Az első kérdőívünket március 20-án tettük közzé és március 27-ig vártuk a válaszokat. A kérdőívet 168 válasszal zártuk, és lapunk 69–79. oldalain is elérhetővé tettük minden Magyar Grafika-olvasó számára.

Az első „Látlelet” című felmérést folytatva igyekeztünk követni a helyzet alakulását, ezért hálásan köszönjük annak a 81 céget képviselő kitöltőnek, aki a második felmérésben is szánt időt a válaszokra. A 2. felmérést összesen 108 cég töltötte ki, e válaszok összesítéséből született a következő összefoglaló.

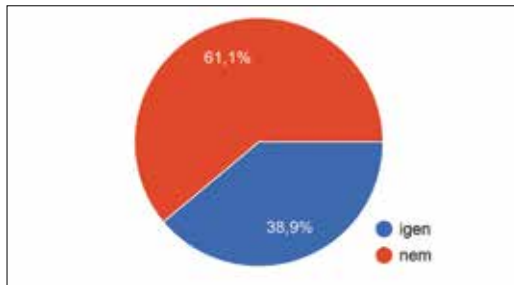
Mindkét felmérés összegzését a kérdőívek lezárását követően továbbítottuk a nyomda- és papír- ipar szakmai szervezeteinek (NYPSZ, PNYME, CSAOSZ, MGYOSZ és MLE). Köszönjük a kérdőívet kitöltő nyomdáknak, hogy a szakmai érdekvédelmi szervezetek lobbi munkáját válaszaival támogatták!

Talpon tud maradni a cég? (108 válasz)



Szerencsére az első 31 válaszadó által festett drámai kép valamelyest enyhült, bár nem tudjuk, hogy az a 87 cég, aki az első felmérésben részt vett, és most nem adott választ, milyen irányban árnyalná a helyzetet. A válaszadók kevesebb, mint 3%-a zárt be végleg.

Vezettek be olyan új intézkedést/folyamatot a cég életében, ami hasznosnak bizonyult és a későbbiekben is megtartják? (108 válasz)



A válaszadó cégek több mint harmada fejlődött a nehézségek hatására bevezetett új folyamat-tal vagy intézkedéssel, amit a pandemia után is megtartanak.

NÉHÁNY KIEMELTEN FONTOS VAGY TÖBBEK ÁLTAL MEGNEVEZETT INTÉZKEDÉS:

- ♦ „home office”,
- ♦ raktárkészlet-minimalizálás,
- ♦ munkaszervezés javítása,
- ♦ rendszeresebb online és offline kommunikáció,
- ♦ pénzügyi intézkedések,
- ♦ előlegbekérés legalább 50%,
- ♦ kifinomultabb metódust alkalmaztunk a gyártás tervezése terén,
- ♦ csökkentett ügyfélfogadási idő,
- ♦ CRM bevezetése,
- ♦ szigorú higiéniai előírások, (a szokásos megfázásos, influenzás megbetegedések száma drasztikusan lecsökkent, alig volt betegség),
- ♦ a munkaállomások átjárhatósága, képzés,
- ♦ otthoni munka, netes konferenciabeszélgetések, ötletelések,
- ♦ nagyobb fegyelem, takarékoság anyaggal, idővel,

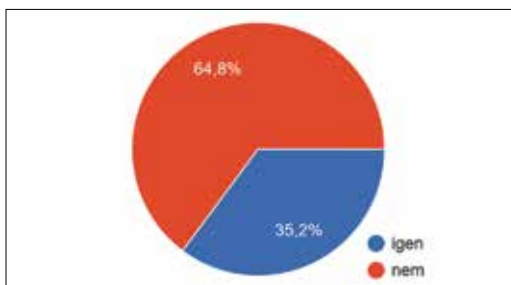
- ♦ erősítettük az online jelenlétünket, alkalmazkodva a változáshoz,
- ♦ az osztott munkaidő és a „home office” bizonyos részlegeken valószínűleg a jövőben is többször kerül alkalmazásra,
- ♦ termékgyártás standardizálása, gyártásszervezés további számítástechnikai támogatása, termékcsoportonként eltérő formátumban,
- ♦ elektronikus táska, ahol lehet, papírtáska összeállítás és címkenyomtatás a termelésben, anyagutalványozás folyamatának egyszerűsítése, táskázás otthonról,
- ♦ higiénia erősítése, automata testhőmérséklet-mérés a bejáratnál, öltöző átrendezése, helyi buszjárat indítása,
- ♦ munkaidő-csökkentés,
- ♦ mindent újragondoltunk, újraszerveződtünk, optimalizáltunk.

VÉSZFORGATÓKÖNYVEK LEGGYAKORIBB INTÉZKEDÉSEI:

- ♦ több hirdetés online felületeken,
- ♦ minimális raktárkészlet (minimális pénzt hagyunk „állni”),
- ♦ rezsik csökkentése, amennyire lehet,
- ♦ csökkentett (rugalmas) munkaidő,
- ♦ munkaszerződések módosítása,
- ♦ munkaidőkereten belüli elszámolási lehetőség,
- ♦ összpontosítunk az „életben maradt” ágaknak kiszolgálására,
- ♦ termékstruktúra racionalizálása, profiltisztítás,
- ♦ 4 napos munkahét, 6 órás munkanap, 60%-os bérköltség,
- ♦ megrendelésfelvétel helyett márkaépítés, PR, marketing, reklám, értékesítés,
- ♦ megpróbáljuk olyan termékek gyártását előtérbe helyezni, amelyre ebben a helyzetben is van fizetőképes kereslet, de ez nagyon nehéz,
- ♦ létszámleépítés,
- ♦ exportmunkák keresése, megrendelői állomány bővítése,
- ♦ gépek bérleti konstrukciójánál halasztási, fizetési határidő módosítási kérések...,
- ♦ TÖBB MARKETING,
- ♦ a tartalékok nagy részének mozgósítása,
- ♦ munkahelymegtartó pályázat,
- ♦ új terméktípusok, érdekességek, újdonságok ajánlása,
- ♦ webshop létrehozása,
- ♦ képzés, fejlesztés,
- ♦ optimalizáljuk a termelésünket,

- ♦ online jelenlét,
- ♦ termékfejlesztés, új termékek bevezetése, termékgyártás,
- ♦ rugalmas munkaidő, változó munkarend, erős sales.

Sor került-e a létszámcsökkentésre a veszélyhelyzet kapcsán (108 válasz)



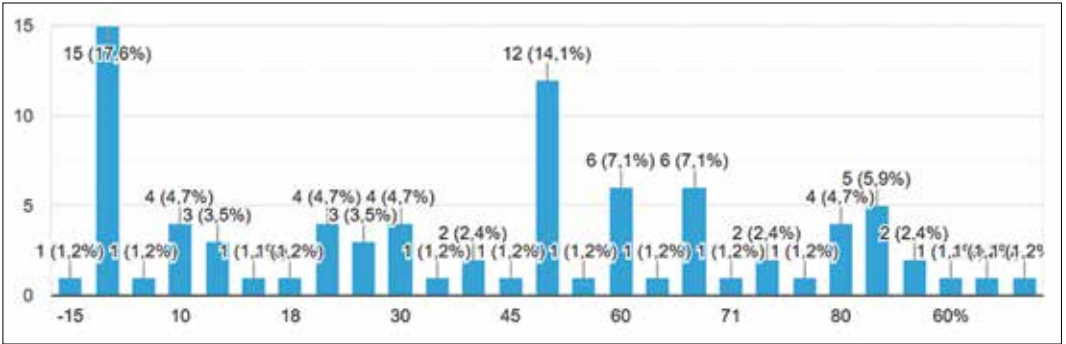
A válaszadó cégek több mint harmadánál létszámcsökkentésre is sor került, ami tulajdonképpen jó aránynak tekinthető annak ismeretében, hogy a válaszadó cégek háromnegyede a megrendelések csökkenését érezte.

Áprilisban észlelte-e a megrendelések további csökkenését a pandemia előtti helyzethez képest? (108 válasz)

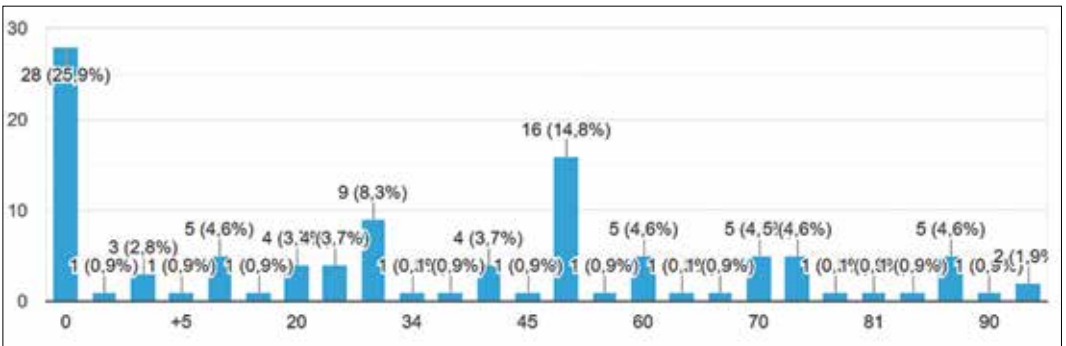


A következő oldalon lévő grafikon jól mutatja, hogy a válaszadó cégek több mint háromnegyedénél csökkent a megrendelésállomány, és felénél legalább 50% visszaesés tapasztalható. Áprilisban a márciusi visszaesés fokozódott.

Hány százalékos megrendelésarány-csökkenést tapasztalt áprilisban? (85 válasz)



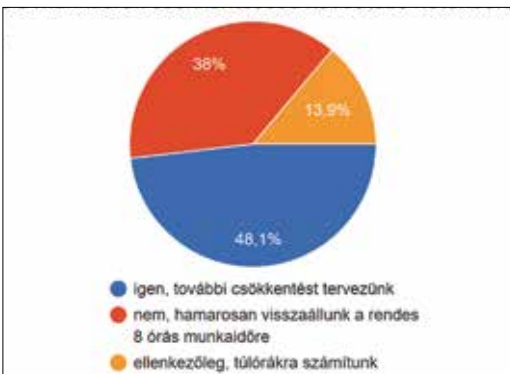
Hány százalékos megrendelésarány-csökkenést tapasztalt márciusban? (108 válasz)



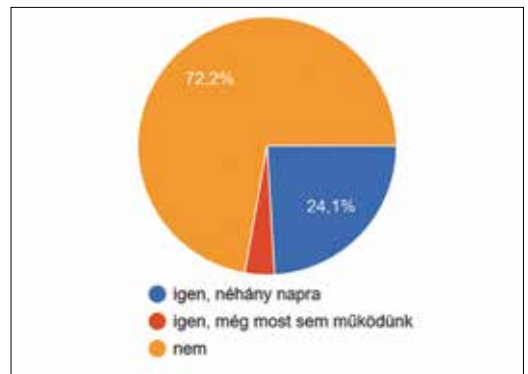
A válaszadó vállalkozások 27,8%-a kényszerült teljes leállásra és 3,7%-uk még a kérdőív zárásakor sem indult újra.

A válaszadók 38%-a hamarosan visszaáll a szokásos nyolcórás munkarendre, sőt csaknem 14%-a túlórákra is számít, ugyanakkor a cégek fele további munkaidő-csökkentést tervez.

Volt-e teljes leállás? (108 válasz)

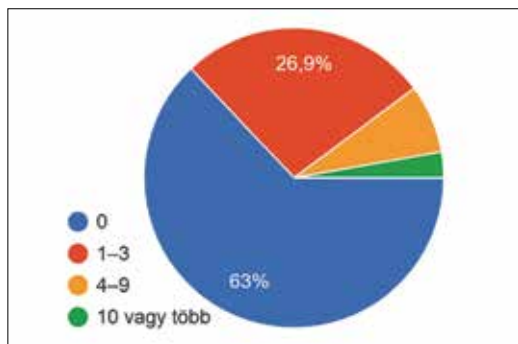


Tervezi-e a munkaórák csökkenését a következő hetekben, hónapokban? (108 válasz)



Sajnos az elbocsátásokra a válaszadó cégek 37%-ánál került sor. Ennek nagy része az elvesztett megrendelések miatt történt, de ezen túl az átszervezéseknek, leépítéseknek is katalizátora volt a válsághelyzet.

Hány fő elbocsátására került sor a pandemia által okozott gazdasági helyzetben? (108 válasz)



Romlott-e a fizetési morál az ügyfelek körében? (108 válasz)

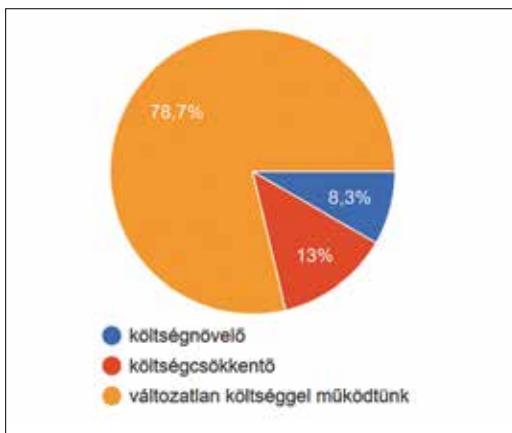


Nagyon érzékenyen reagáltak a válaszadó cégek a gyorsan hozott óvintézkedésekkel a 2008-as gazdasági válságban már tapasztalt körbetartozások megelőzésére, ennek ellenére a válaszadók alig több mint harmada nem érzékelte a fizetési morál romlását a megrendelői körében.

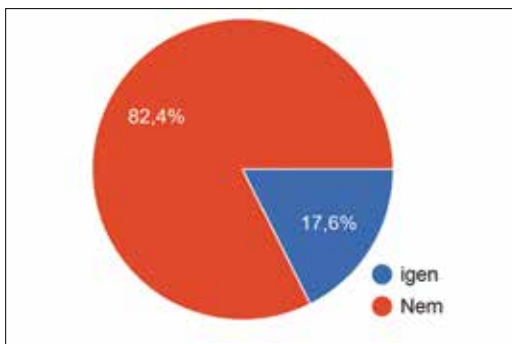
A „home office” mint új életforma a válaszadók mindössze 8,3%-ának jelentett költségnövelő tényezőt, 17%-uknak hosszú távon megtakarítást

jelent. A cégek kétharmadánál valamilyen mértékben működött ez az opció, ugyanakkor a válaszadók bő negyede a jövőben is megtartja ezt a foglalkoztatási formát.

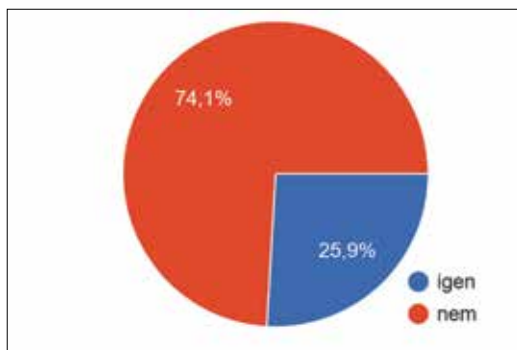
A „home office” rövid távon költségnövelő vagy költségcsökkentő hatással bírt? (108 válasz)



A „home office” hosszú távon megtakarítást eredményezett? (108 válasz)



A „home office”-t a jáványhelyzet megoldása után is megtartják bizonyos munkaköröknél? (108 válasz)



A „home office” milyen mértékben jelentett megoldást? (108 válasz) →

