

ГОД МИНУВШИЙ. ГОД НАСТУПИВШИЙ. ИТОГИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЫНКА ОФСЕТНЫХ ПЕЧАТНЫХ МАШИН И ЦИФРОВЫХ ОФСЕТНЫХ МАШИН

КОНСТАНТИН ШАРИКОВ

Минувший год был годом неосуществленных экономико-производственных планов для многих полиграфических предприятий России. В наиболее сложной ситуации оказались малые и средние предприятия, не имеющие стабильной плановой загрузки. Об этом свидетельствуют также отложенные и нереализованные многими предприятиями проекты по закупке оборудования.

Производственные мощности большинства отечественных типографий имеют износ на уровне 70%, а в ряде регионов, вообще, отсутствуют серьезные полиграфические производства, и, тем не менее, это не приводит к увеличению спроса на рынке продаж нового полиграфического оборудования. В то же время активно развивается рынок продаж запчастей и оказания сервисных услуг по ремонту оборудования. Это подтверждает тот факт, что типографии на данный момент не готовы к модернизации и переоснащению.

В абсолютных величинах полиграфических мощностей в России на душу населения явно недостаточно, но в силу неадекватной экономической ситуации в стране спрос искусственно занижен. Это порождает жесткую конкуренцию на рынке полиграфических услуг, занижение цен на продукцию. Как следствие – низкая рентабельность предприятий и недостаток средств для переоснащения производственных мощностей.

В то же время заметно возрос интерес полиграфистов к переходу на цифровое печатное оборудование типа HP Indigo, Xerox 5252/6060/8000. Оно позволяет оперативно решать задачи по полноцветной печати, снимается этап «допечатки», что экономит средства, позволяет работать с полноцветными тиражами от одного экземпляра. Легкорешаемыми становятся вопросы листоподбора при последовательной дуплексной печати. Рынок в формате В3/А2 стабилизируется на имеющихся показателях производства. Сегодня типографии стремятся приобретать 4-х и более секционные машины в формате от В2 и выше. Безусловно, в крупных экономических центрах, таких как Московский регион, Санкт-Петербург, Урал, наметилась тенденция приобретения автоматизированных комплексов в максимальных для офсетной печати форматах, при этом оснащенных

дополнительными секциями отделки (допустим, УФ-лакировка). В то же время подобное оборудование остается малодоступным в силу высокой стоимости.

Говорить о росте полиграфических предприятий не приходится. Почему? Рассмотрим крупные экономические центры России, ведь они должны являться показателями основных тенденций в отрасли.

В крупных центрах офсетная печать смещается в два основных сегмента рынка: первый сегмент – рост оперативной полиграфии на базе цифровых комплексов в формате А3+, о чем упоминалось выше; второй сегмент – это попытка стабильных игроков рынка попасть в нишу максимальных форматов и закрепиться там за счет низкой себестоимости и оперативности печати. Здесь нужно отметить следующее: оперативность в форматах от А1 до А0 – это иллюзия. Подготовка к печати требует соблюдения жестких требований, а значит и высокотехнологической дисциплины. Оборудование должно работать не в суточном сменном режиме, а в течение одной-трех недель с остановкой на профилактику. Опыт крупных типографий показывает, что стабильность и оперативность возможны только при наличии двух и более аналогичных по комплектации и формату машин. Только при перекрестном размещении заказов и подмене одной единицы машины другой достигается оперативность и стабильность работы предприятия. Будет ли столько заказов? Тем более, на рынке рекламы, где идет рост персонализации продукции?

Теперь о тенденциях. Последние три года наметился спрос типографий на высокотехнологичное оборудование, в т.ч. и на офсетное. Это связано, прежде всего, с тем, что у некоторых предприятий накопилась финансовая и иная история для привлечения инвестиций и кредитов. Одновременно повысились требования рынка к оперативности и качеству. Собственники предприятий не желают быть зависимы от «субъективной» квалификации персонала, который принорвался или приспособился к работе на неавтоматизированном старом оборудовании. Безусловно, автоматизированные печатные комплексы и иное оборудование не требует от персонала каких-либо «специфических» способностей. При поставленной технологии автоматика гарантирует качество.

В денежном эквиваленте рост продаж офсетного оборудования можно считать успешным за счет продаж автоматизированных комплексов, а роста количества проданно-

го нового оборудования, подчеркиваю – **нового**, не наблюдается. Не является большим секретом, что компании-поставщики не выполняют своих количественных показателей в продажах перед производителями оборудования.

На рынке б/у офсетных машин европейских производителей наблюдается существенный рост продаж, что подтверждают многие эксперты. Однако крупнейшие российские поставщики оборудования до середины прошлого года не проявляли активного интереса к этому рынку. Известные компании не желали терять имидж перепродажей «темных лошадей» из Европы. Стоимость на б/у печатные машины от крупных поставщиков составляла в среднем 60-70% от стоимости нового. В то же время активизировали торговлю «перегонщики» (как и в случае с подержанными иномарками). Их услуги оказались дешевле, стоимость оборудования составляла всего 35-45% от стоимости нового оборудования. Думаю, что покупатель не был удовлетворен качеством оборудования и предоставленными сервисными услугами. Но предложенная цена влияла на увеличение спроса.

К вопросу экономики и дальнейшего развития рынка офсетного оборудования. За последние полтора года в известных крупных компаниях-поставщиках произошла смена генерального менеджмента, что при заявленных успехах в росте продаж, вряд ли выглядит обоснованным с экономической-стратегической точки зрения. В мае прошлого года Правительство РФ специальным Постановлением временно отменило 5% таможенную пошлину на ввозимые в Россию офсетные печатные машины, чтобы снизить конечную стоимость для потребителя. Думаю, что и этот факт не свидетельствует о росте в этом сегменте рынка. Существует еще ряд причин, повлиявших на снижение спроса на полиграфическом рынке, где офсетная печатная машина является основной единицей производства. Приведем некоторые из них:

- конформизм в системе выборов в различные органы власти лишил полиграфию от 7 до 16% от общего оборота заказов;

- давление на ряд крупных российских холдингов, компаний, которые могли бы быть потенциальными инвесторами в полиграфию, вынудило их уйти с российского рынка;

- структура бюджета на 2005 г. не благоприятствовала развитию товаропроизводителей, росту предложе-

(Окончание на 44-й стр.)

(Окончание. Начало на 42-й стр.)

ний по товарам и услугам, и как следствие – отсутствовал рост в полиграфии (реклама, упаковка);

- полиграфия постепенно утрачивает рекламно-информационные функции, так как многие компании предпочитают размещать рекламу в электронных средствах массовой информации.

Однако некоторый рост в производстве упаковки все же отмечался – за счет улучшения ее качества и ассортимента, но это происходило на уже имеющихся предприятиях без образования новых. Отмечен рост в книжно-журнальном секторе полиграфии. Возможно, также присутствовало целевое финансирование отдельных взятых регионов, о чем свидетельствуют, в частности, поставки дорогостоящего оборудования в Санкт-Петербург, которые не отражают картину продаж по стране в целом.

Перспектива ближайших лет.

Рынок офсетных машин, вероятно, не претерпит существенной динамики роста, уровень продаж сохранится на показателях последних двух лет. Типографии будут производить модернизацию оборудования по мере его износа. В настоящее время и в ближайшем будущем ожидать значительных инвестиций в полиграфию от российских и западных инвесторов маловероятно. Сохранится неравномерность и дисп-

ропорция насыщенностью и уровнем полиграфического оборудования в различных регионах нашей страны. В ближайшие полтора года следует ожидать лицензирования и регламентирования со стороны государства всех полиграфических предприятий России, что, скорее всего, негативно отразится на малых и средних типографиях и позволит ряду крупных типографий ликвидировать своих конкурентов.

В то же время на рынке все заметнее становятся китайские производители полиграфического оборудования, которое уже сейчас конкурентоспособно в России. Более того, китайские производители стали заботиться о репутации своих марок оборудования, а это и сервисная, и технологическая поддержка; не за горами приход китайских инвесторов. Для отечественных типографий это может обернуться снижением стоимости основных фондов на 30-50% и возможностью в более короткие сроки провести модернизацию устаревшего парка. Есть надежда, что будут созданы новые предприятия.

Публикуя эти полемические заметки, редакция надеется, что наши читатели откликнутся и выскажут свое мнение по ряду положений, затронутых автором. Мы с удовольствием предоставим слово всем желающим. Ждем Ваших откликов.