

УДК 339.13

Анализ рынка полиграфической продукции в г. Москве на примере типографии ООО «Комтех-принт»

Степанова А.О., студент

*Россия, 105005, г. Москва, МГТУ им. Н.Э. Баумана,
кафедра «Экономика и организация производства»*

*Научный руководитель: Алексеева Е. В., доцент
Россия, 105005, г. Москва, МГТУ им. Н.Э. Баумана,
кафедра «Экономика и организация производства»*

alekseeva@ibm.bmstu.ru

Рынок полиграфических услуг в Москве начал активно формироваться в середине 90-ых, когда на отечественный рынок оборудования пришла немецкая компания Гейдельберг, которая развернула успешную маркетинговую программу по распространению малоформатных офсетных печатных машин. За короткий срок открылось несколько сотен новых типографий на базе офсетных машин.

Полиграфия является одним из способов рекламы и продвижения продукции или услуг различных компаний. Достоинством полиграфии как средства рекламы является ее экономичность.

В настоящее время количество малых типографий в г. Москве составляет 90%, и большую часть из них - типографии с численностью персонала менее 50 человек. В течение нескольких лет типографии занимались разнообразной деятельностью от печати конвертов, журналов, пакетов до печати необычных самокопирующихся бумаг и стикеров. Со временем многие из них нашли свою нишу и стали лидером в каком-либо направлении, другие же специализируются на создании многопрофильной продукции.

В настоящее время типографии испытывают трудности по нескольким причинам.

Во-первых, это влияние мирового кризиса на печатную отрасль. Не считая кризис 1998-1999 гг., после которого разорились почти все типографии в Москве, но уже успели возникнуть сотни новых на их месте, большой урон нанес кризис, который начался в 2008 году. Этот кризис коснулся все отрасли в стране, а в период кризиса компании в первую очередь начинают экономить на рекламе. Компании начали экономить как на количестве, так и на качестве выпускаемой рекламной продукции. Тогда наблюдался спад как в рекламной отрасли, так и в печатной, постепенно закрывались типографии в Москве, но к

2014 году ситуация начала стабилизироваться. Однако, в новом 2015 году прогнозируется новый кризис, который по последствиям может превзойти кризис 2008 года. Уже сейчас закрываются многие типографии, некоторые предприятия продают оборудование и пытаются работать по аутсорсингу.

Во-вторых, введение высоких импортных пошлин на мелованную бумагу, которая в России практически не производится. Именно эта бумага является основной в производстве рекламной продукции. Вследствие таких ограничений затраты типографий возрастают и так в не очень просто экономической ситуации.

И в-третьих, это бурное развитие Интернета и распространение электронных носителей информации. Все это послужило началом к созданию нового рынка рекламных услуг – реклама в Интернете, смартфонах и приложениях. Согласно исследованию американской компании IBIS World еще в 2007 году на долю цифрового контента приходилось менее 10% рынка, то в 2014 году он уже будет занимать 28%, а в 2020 - 50%. Однако по данным Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), рынок печатной рекламы с января по июнь 2013 г. составил 18,7 – 18,9 млрд. рублей, что на 6% меньше, чем в 2012 г., но значительно больше 7,8 млрд. рублей. Именно таков объем рынка медийной рекламы в Рунете в этот период.

Основной тенденцией в последние несколько лет является снижение тиражности печатной продукции. В основном это связано с уменьшением бюджетов потенциальных заказчиков на рекламу, причем заметна тенденция с распределением их в пользу интернет-рекламы. Компании стараются печатать только актуальную информацию. В существующих условиях типографии должны оптимизировать издержки, искать экономичные технологии печати, избавляться от избыточных мощностей и автоматизировать производство. Поэтому широкое распространение получает цифровое оборудование, которое осуществляет прямой перенос изображения из файла на бумагу, что позволяет экономить время печати. Но только этим преимущества цифровой печати не ограничиваются.

Еще это возможность печатать каждую последующую страницу, отличную от предыдущей. Это используют для печати персонализированной продукции. Например, продукция для конференций, дипломы, приглашения и так далее.

Практически отсутствует допечатная подготовка – нет необходимости создания печатных форм. Если печать офсетным способом занимает от двух до нескольких дней, то цифровым способом – около 15 минут.

Также это стоимость маленького тиража. Цифровая печать позволяет печатать продукции тиражом в одну штуку, а офсетная, начиная с 500 штук.

Кроме явных преимуществ цифровой печати, есть и скрытые.

Например, офсетная печать вынуждает делать тираж как минимум на 10 процентов больше запланированного, потому что в случае большого спроса допечатка будет стоить колоссальных денег, но в случае не реализации нужны склады для хранения больших тиражей, что влечет за собой дополнительные затраты. Также при печати офсетного тиража существует этап допечатной обработки – приладки. В процессе приладки настраивается оборудование для получения качественной печати, и поэтому расходуется бумага.

Печать больших тиражей также не дает возможность вносить правки и печатать более маленькими тиражами. А это является существенным минусом для среднего и малого бизнеса. Цифровая печать позволяет допечатывать тиражи или же печатать исправленную версию с кое-какими поправками.

Цифровая печать также является более экологичной технологией, что влияет как на экологическую среду, так и на операторов машин – печатников. И для устройства цифрового производства достаточно относительно небольших площадей и бытовой электросети.

Но помимо несравненных плюсов новой технологии печати, пока что остается существенный минус – это невозможность печатать пантионными красками, которые создаются не на основе триадных красок, а специальных пигментов, которые видны в определенном узком диапазоне частот. А такие цвета используют почти все крупные корпорации, чтобы их фирменный цвет и стиль был уникальным и узнаваемым. Ведь пантионные цвета намного ярче обычных и более заметны для человеческого глаза. Казалось бы, крупные компании могут потратить любые деньги на качественную печать и свой «уникальный» цвет, но это далеко не так. Кризис коснулся всех, и поэтому иногда ради срочного тиража или экономии компании могут пойти на уступки и подобрать максимально похожий цвет с помощью триадных красок.

На рисунке 1 отражены типографии в г. Москве по виду используемого оборудования в процентном соотношении.

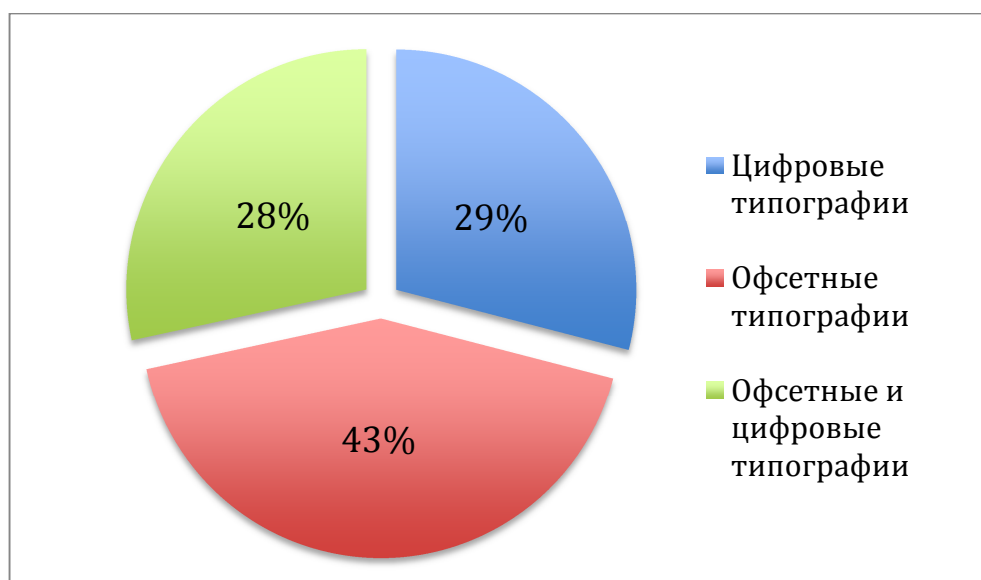


Рис. 1. Сегментация рынка типографий в г. Москве

Как видно из диаграммы офсетные типографии все еще преобладают в Москве, но с каждым годом создаются много новых цифровых типографий, при этом офсетные типографии имеют тенденцию разорения.

С возникновение первых цифровых машин появился термин «Print-on-Demand», который дословно можно перевести как печать по требованию, что легло в основу новой бизнес-стратегии реорганизации существующий «офсетных» типографий. Система печати по требованию – это те технологические решения, которые позволяют напечатать только нужное количество продукции, необходимое заказчику, и в нужные сроки, порой очень критические. Огромное распространение данная технология получила в западных библиотеках, когда каждый читатель может выбрать книгу из электронного каталога и быстро ее себе напечатать. По такому же принципу в России стараются реорганизовать существующие библиотеки. Но эта технология также применима к полиграфическим услугам.

Еще одной технической инновацией в этой отрасли является Web-to-print или удаленная публикация. Это процесс допечатной обработки продукции, который позволяет заказчику, дизайнеру и печатнику создавать, редактировать и утверждать макеты посредством интернет-магазина в электронном виде. Схематично возможности web-to-print показаны на рисунке 2.

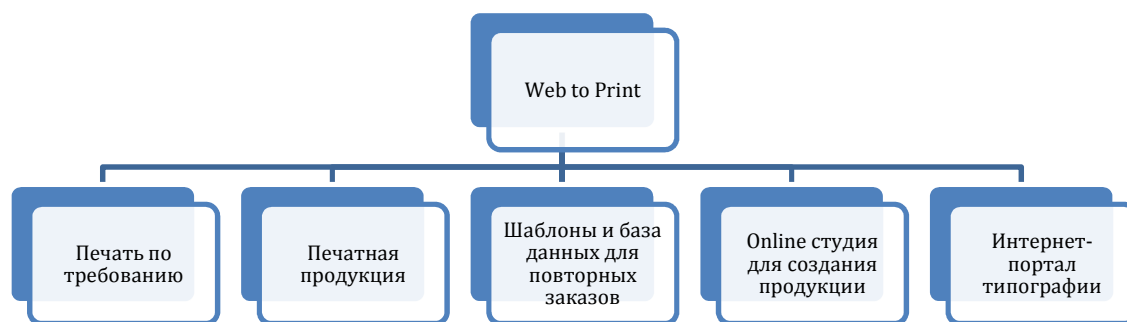


Рис. 2. Возможности web-to-print

Благодаря внедрению web-to-print сокращается не только жизненный цикл продукции и время на производство, а исчезает необходимость в содержании большого количества менеджеров и дизайнеров. Ведь заказчик здесь сам выступает дизайнером, он может либо сам, либо посредством шаблонов создать необходимый макет, либо загрузить свой имеющийся. Таким образом снижается стоимость конечного изделия.

Также сервис W2P может служить дополнительным источником привлечения клиентов при должном продвижении типографии (онлайн-магазина) в Интернете.

Создание такого сервиса является хорошим примером извлечения выгоды из кризиса, созданного широким распространением цифровых носителей с последующим замещением традиционной технологии печати.

По словам авторов в отраслевом докладе Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям: «Если новый технологический уклад основывается на технических инновациях (цифровая печать, web-to-print, кросс-медийные процессы и т.п.), то новый издательский уклад – на формировании мультимедийной системы передачи данных».

Типографии, основной деятельностью которых является печать только офсетной продукции, постепенно теряют конкурентоспособность и преимущество на рынке. Запросы и приоритеты потребителей меняются. Хотя офсетная печать и показывает высокое качество печатной продукции, но по срокам и экономии при малых тиражах она теряет свои позиции. Поэтому малым офсетным типографиям приходится подстраиваться под меняющийся мир и искать новые пути развития предприятия.

Развитие интернета и электронных средств коммуникации также стимулирует предприятия к внедрению инноваций, повышению эффективности производства и быстрому и гибкому реагированию на потребности клиента.

Типичным примером небольшой офсетной типографии является компания ООО «Комтех-принт». Была рассмотрена деятельность компании и различные варианты развития бизнеса в условиях кризиса и меняющихся потребностей клиентов.

Компания ООО «Комтех-принт» была сформирована в 1994 году в Москве группой сотрудников научно-исследовательского института. Основным направлением деятельности является печать полиграфической продукции и оказание услуг допечатной обработки. Компания начинала свою деятельность с печати деловой полиграфии – бланков, конвертов, наклеек, визитных карточек и прочей полиграфической продукции. По сегодняшний день печать данной продукции является приоритетным направлением деятельности компании. Глубокие знания и большой практический опыт в области компьютерных технологий, хорошая оснащенность современной техникой позволили типографии с самого начала уделять большое внимание дизайну и эстетическим качествам продукции.

Типография ООО «Комтех-принт» является предприятием полного цикла, поэтому предоставляет разнообразные полиграфические услуги, начиная от дизайна и верстки изделия, заканчивая различной постпечатной обработкой.

Компания начинала свою деятельность с покупки офсетного оборудования Hamada 500A японского производства. В последующие годы работы компании докупалось и продавалось как печатное оборудование, так и различное постпечатное.

Из печатного оборудования в типографии имеются 4-х красочная офсетная машина А3 размера Hamada B452 Mark II. В качестве вырубного оборудования используется YAWA PYQ 401A. Печатное и вырубное оборудование составляет основу работы любой типографии.

Типография ООО «Комтех-принт» существует на рынке уже более 20 лет и в последние годы испытывает финансовые трудности из-за различных внешних факторов. Для анализа финансового положения предприятия следует рассмотреть выручку за последние 7 лет и привести ее к сопоставимым ценам с учетом инфляции. Данные по динамике выручки отражены на рисунке 3.

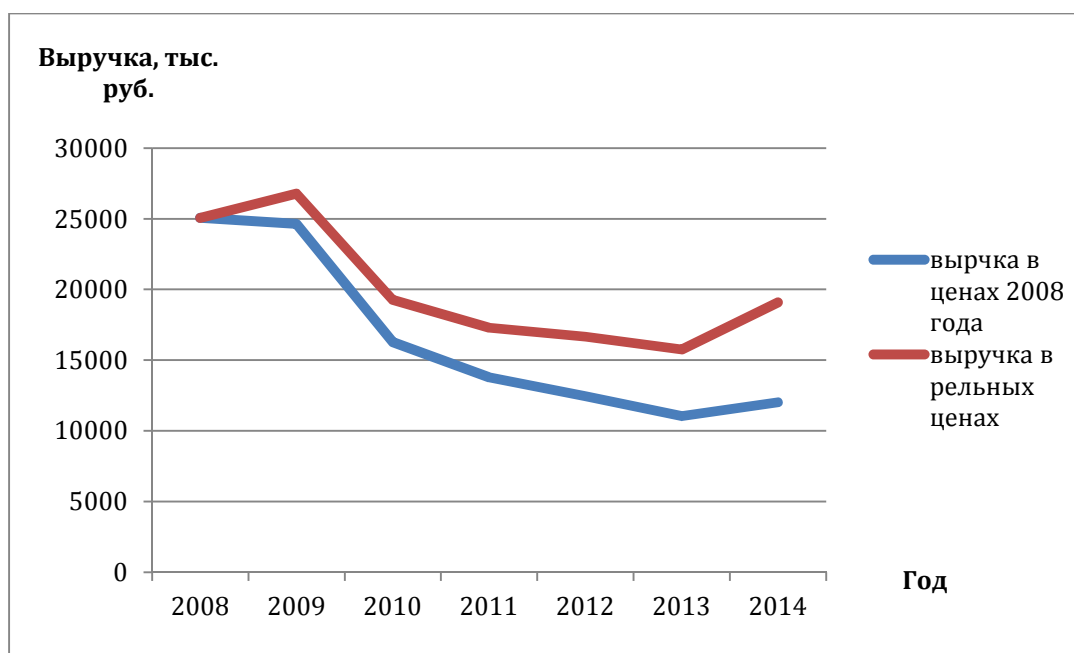


Рис. 3. Динамика выручки компании ООО «Комтех-принт» по годам

Как видно из графика, в 2009 году наблюдался резкий спад, который является последствием мирового экономического кризиса и снижением затрат компаний на печатную рекламную продукцию. Выручка в 2010 году снизилась на 4000 тыс. руб. и следующие 3 года падала в среднем на 2000 тыс. руб. За весь период выручка снизилась на 54 %.

Сопоставимая выручка в 2014 году превысила показатели 2013 года, что обусловлено несколькими факторами:

- участием компании в двух специализированных рекламных выставках весной и осенью прошлого года, что дало приток новых клиентов.
- приемом на работу двух новых менеджеров для работы со старыми и новыми клиентами.
- слаженной и эффективной работой сотрудников в сезон типографии.

Выручка в анализируемый период сократилась более чем в два раза, что свидетельствует о резком ухудшении финансового положения предприятия.

Абсолютно очевидно, что компании необходимы пути развития. Анализ путей развития показал, что наиболее рациональными являются следующие:

- 1) Первый радикальный – это полностью перейти на цифровую технологию печати и заниматься либо печатью той же самой продукции, или изготавливать определенную продукцию. Например, печать фотокалендарей или альбомов, печать плакатов или наклеек и так далее.

Но в данном пути развитии есть свои плюсы и минусы. Из плюсов можно выделить небольшую площадь помещения и маленький штат сотрудников, что подразумевает меньшие затраты. Но перейдя на только цифровую технологию, компания потеряет крупных клиентов, которые печатают продукцию пантонными красками или большими тиражами, так как им будет не эффективно печатать на цифровом оборудовании. Чтобы найти новых клиентов, нужна будет правильная маркетинговая стратегия и большие расходы на рекламу.

2) Второй вариант развития – это покупка цифрового оборудования и функционирование ее вместе со старым офсетным. При данном варианте компании потребуется дополнительная площадь под цифровое оборудование и оператора машины.

Из плюсов данной концепции развития можно выделить работу со старыми клиентами и предоставление им новой услуги в тех случаях, когда она является более выгодной по сравнению с традиционной, и сохранение рабочих мест. Но чтобы окупить покупку цифрового оборудования, нужно привлечь больше новых клиентов, что является проблемой, так как компания будет работать на новом рынке малотиражных заказов.

3) Третий вариант развития – это покупка цифрового оборудования и интернет-ресурса w2p. При данном варианте развития компания сможет не только удержать старых клиентов и оптимизировать рабочий процесс с ними, но и с успешным продвижением сайта найти новых клиентов на новом рынке.

Выводы

В сложной экономической ситуации в мире и в частности на рынке рекламных услуг офсетные типографии теряют конкурентоспособность из-за тенденции снижения тиражности и изменения потребностей клиентов. Решением данной проблемы является внедрение инновационного экономичного способа печати (цифрового оборудования) и сокращение избыточных мощностей. В условиях все растущей популярности интернет-рекламы удачным решением является внедрение интернет-сервиса для полиграфии.

Список литературы

1. Кузьмина Б.А., Закирова Д.М., Савина А.В.. Отраслевой доклад. Российская полиграфия. М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2014. 96 с.
2. Сайт компании ООО «Комтех-принт». Режим доступа: <http://comtech-print.ru> (дата обращения 28.04.2015).

3. Сайт Web-to-print. Режим доступа: <http://web-to-print.ru> (дата обращения 28.04.2015).