

Проблеми традиційної поліграфії



Сегменти пакувальної і видавничої продукції в українській поліграфії

- До друкованої продукції сучасного поліграфічного підприємства належить POS-продукція (шелфтокери, диспенсери, цінники, мобайли); рекламна та інформаційна поліграфічна продукція (листівки, буклети, афіші, флаєри, каталоги); пакувальні матеріали, тара; книжково-журнальна друкована продукція; календарі; офісна поліграфія (візитки, самокопіюючі бланки, блокноти).
- Спеціалізація поліграфічних підприємств.
- Розвиток у бік пакувальної продукції на противагу видавничій.

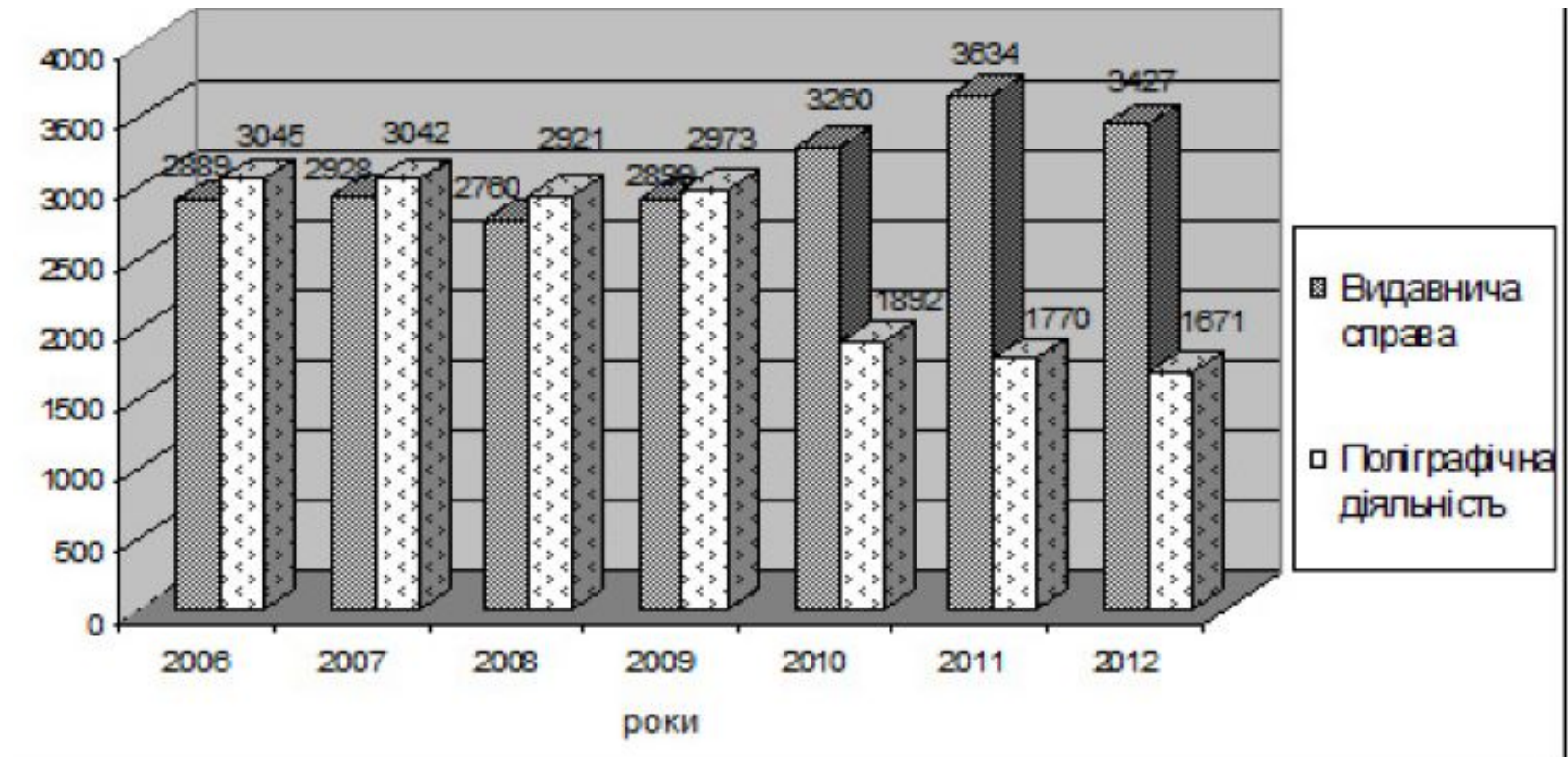


Дестимулятори розвитку видавничо-поліграфічного комплексу

- нестабільне фінансове становище замовників видавничих підприємств;
- неефективна маркетингова політика видавничих підприємств;
- стрімкий розвиток електронних видань.

(О. Гавриш, А. Кухарук)

Кількість підприємств, що представляють видавничу справу та поліграфічну діяльність у 2006–2012 роках



Розподіл підприємств за формами власності у 2012 р.

Форми власності	Поліграфічна діяльність		Видавнича справа	
	Кількість підприємств	Структура, %	Кількість підприємств	Структура, %
Приватна	1412	84,5	3069	89,6
Державна і державна корпоративна	32	1,9	56	1,6
Комунальна та комунальна корпоративна	227	13,6	302	8,8
Всього	1671	100,0	3427	100,0

Після приватизації зникли добре відомі у видавничих колах Київська книжкова фабрика й Київська друкарня наукової книги.

Роль державних поліграфічних підприємств

Державні підприємства:

- Поліграфічний комбінат “Україна”;
- Поліграфічний комбінат “Зоря”;
- Державна картографічна фабрика” та ін.

Серед основних видів продукції:

- бланки цінних паперів (акції, сертифікати, облігації, депозитні сертифікати, сертифікати якості, чеки, векселі);
- бланки документів суворого обліку (паспорти, трудові та медичні книжки, посвідчення, документи про освіту, ліцензії, страхові поліси, товарно - транспортні накладні, лікарняні листи тощо).

Поліграфічна діяльність як бізнес

- Видавнича справа і поліграфічна діяльність є складником національної економіки, в якій складають близько 2% ВВП країни.
- До кризи вважали: якщо прибуток поліграфії нижчий за 100 %, то такий бізнес вважається не рентабельним.
- Ціни на поліграфічні послуги щороку зростають у середньому на 20—30%.
- Тенденція цінових війн на поліграфічному ринку. Демпінг як спосіб боротьби за клієнта.
- Оператори ринку друку прагнуть надавати послуги консалтингу, продавати обладнання, займатися його сервісним обслуговуванням, продавати витратні матеріали.

Обсяг нових замовлень на виробництво продукції за окремими видами діяльності переробної промисловості за січень — жовтень 2014 року

	Обсяг нових замовлень на виробництво промислової продукції, млн.грн.	З нього обсяг іноземних замовлень	
		млн.грн.	у % до обсягу нових замовл. за видом діяльності
Виробництво одягу	2286,9	1527,2	66,8
Поліграфічна діяльність, тиражування записаної інформації	4689,7	314,6	6,7
Виробництво хімічних речовин і хімічної продукції	31905,2	10276,3	32,2
Металургійне виробництво	152658,9	82640,5	54,1
Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	4319,5	2700,9	62,5
Виробництво електричного устаткування	12984,3	5230,4	40,3
Виробництво машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань	20676,2	10486,2	50,7

Динаміка поліграфічної галузі

- За 13 років (до 2011 р.) попит на газетний папір в США знизився на 62%. За цей період обсяг друку ЗМІ знизився на 60%. У 2012 р. у США обсяг інтернет-реклами перевищив загальний обсяг реклами в газетах і журналах.
- Фінансова нестабільність українського поліграфічного ринку: активне зростання в період 2007-2009, різкий провал 2010 і різкий зліт у 2011 рр., у тому числі через велику кількість збиткових підприємств.

Непропорційність і деформованість індустрії в регіональному й загальнодержавному масштабі

- Зосередженість поліграфії в двох центрах — містах-мільйонниках Харкові та Києві.
- У Києві зосереджено 43% усіх поліграфічних підприємств.
- Постійно зростає кількість невеликих структур, які є значно прибутковішими.

Ярослав Угрин, проректор Української академії друкарства

Імпортозалежність вітчизняної поліграфії

- Слабка розвиненість сировинної бази. Папір, фарби, пластини, технології — все це надходить в Україну з-за кордону.
- «При нинішній ситуації з долларом зростання цін на поліграфію — неминуче. Але це ще півбіди. Основна проблематика полягає в тому, що ми не можемо зрозуміти, як це зростання має відбуватися, який у нього алгоритм».

*Павло Дубровін,
директор із розвитку друкарні «Вольф»*

Проблеми поліграфічного обладнання

- Технічна зношеність поліграфічного обладнання.
- Відсутність коштів на придбання нових машин та сучасних матеріалів (для заміни старих газетних ротаційних машин державних газетно-журнальних видавництв потрібно до 100 млн доларів США!).
- Закупівля експортної продукції з Чехії та Німеччини, менш активно — з Японії.
- Важкі машини продаються зрідка, переважно в пакувальні друкарні, CtP-системи – відносно часто (більше 20 інсталяцій в 2012 р.). Також непоганий попит на висікальні преси (до 60 одиниць на рік), фальцювальні-склеювальні лінії, напівавтоматичні ламінатори, термоклейові машини (особливо технології PUR).
- На початку 1990-х було шість виробників, нині — один Київполіграфмаш.
- Демонтовано та вивезено за межі України немало аркушевих і рулонних машин, в тому числі на ринки азіатських та американських держав.

Вимоги клієнта поліграфічних послуг

- Маркетинговий сервіс Google Trend провів опитування на тему «чи знижується попит на поліграфічну продукцію?». Результати показали, що популярність запиту «типографія» у пошукових сервісах щорічно зростає.
- Замовник оцінює якість роботи поліграфії за трьома критеріями: якість, ціна, термін виконання роботи. У результаті — зменшення обсягу середнього замовлення і зменшення термінів виготовлення продукції; водночас зростає кількість замовлень.
- Однією із найважливіших тенденцій є підвищення вимог замовника до якості поліграфічної продукції. У зв'язку із цим типографії із застарілим обладнанням втрачають свою клієнтуру.
- Еко-тренд: використання переробленого паперу, еко-фарб, природніх текстур.

Перспективні способи і прийоми друку

- Широкоформатний друк
- Рольовий друк (оптимізація термінів виконання, усунення запаху, більше яскравості. Якщо порівняти час, то 500 тис.аркушів листовий апарат надрукує за 20 годин, а рольовий - за два);
- Друк на матовому папері (досвід Німеччини, який допомагає заощадити до 15%);

Значення післядрукарської обробки

- PUR-клей (оптимізує терміни і якість скріплення, нова технологія брошурування).
- Металізовані і флуоресцентні чорнила (дозволяють вигідно акцентувати увагу читача на логотипі або фотографії);
- Текстурування УФ-лаком (можливість створювати дивовижні за красою зображення. Можливість зробити картинку шорсткою на дотик, гладкою як вироблена шкіра, або блискучою);
- М'яка ламінація (цю технологію використовують багаті видавничі дома. Вона дозволяє внести в журнал дух розкоші);
- QR-код (цей тренд дозволяє доповнити контент паперового видання посиланнями на веб-ресурси рекламодавців або самого видавничого дому).

Креатив у традиційній поліграфії

- Гібридний друк — комбінація традиційного газетного паперу в блоці та “глянцевої” обкладинки або звичайного паперу і кальки, що стає додатковою рекламною площею.
- Персоналізація: друк адрес і локальної реклами тощо.
- Перфорація: нові можливості подачі друкованої реклами – Zip’n’Buy (дозволяє вирвати певний купон безпосередньо з журналу).
- Псевдопояски MemoFlag на корінці газети и наклейки MemoStick, надруковані на різноманітних матеріалах (кріпляться до зовнішнього краю видання чи безпосередньо на обкладинку для привертання уваги читача);.
- Ароматизовані фарби і лаки.
- Нестандартне фальцювання, бігування, підбірка блоку, панорамні розгортки, к тощо.
- У Європі на спеціальні поліграфічні прийоми витрачається до 10 % рекламного бюджету.

Збірний наклад як офсетна кооперація

- Збірні наклади – це об'єднання декількох замовлень в загальне замовлення, а саме розкладка всіх макетів замовлень на одному великому аркуші паперу, з якого і буде виконаний подальший офсетний друк.
Це можливість надрукувати поліграфічну продукцію офсетним способом невеликим тиражем за хорошою ціною.
- Найпопулярнішими замовленнями на збірні наклади є візитки, календарики, флаєри, листівки, хенгери, рекламні проспекти, буклети.



Друкарня «ГРА» / Галицька рекламна агенція

10 Март · 🌐

Вирішили Вас потішити акцією.

Збираємо до четверга у збірний тираж візитки та єврофлаєри.

1000 візиток (папір 350 г/м², двосторонні, повноколірні та й з ламінацією) всього за 200 грн

1000 єврофлаєрів (папір 130 г/м², двосторонні, повноколірні) всього за 340 грн.

Захисний друк

- Найбільш перспективними напрямками для використання поліграфічних технологій можна назвати: захисний друк, систему штрихового кодування, трьохвимірний друк та нанотехнології. Захисний друк дозволяє захистити поліграфічний продукт від розповсюдження контрафактним шляхом.



Поліграфічний брак як проблема

«Після видання серії "Міні- Диво" (книжечок за ціною одна гривня) я посивів. Друкував книжки і дві доби жив на фабриці. Коли вперше за два дні вийшов звідти, співробітники зауважили, що моє волосся посрібліло. Ось вам приклад: один працівник, прийшовши на нічну зміну, зрізав низ книжки на півсантиметра з нашим лого приблизно 20 тисяч тиражу!.. За кордоном таких проблем не було б»

Іван Малкович

Проблеми якості

- «Фенікс» — потужне офсетне виробництво, здатне виготовляти середні та великі накладки книжок у м'якій та твердій палітурці
- Для виготовлення художніх альбомів друкарня придбала новітнє обладнання (системи продуктивного друку Konica Minolta), яке дає змогу максимально точно відтворювати кольори оригіналів картин, а також виготовляти якісний продукт з мінімальною кількістю браку.
- Продуктивні друкарські системи дали змогу диверсифікувати бізнес із виготовлення книжок. Адже тепер «Фенікс» може виготовляти й малотиражні видання й навіть друкувати книжки за вимогою.

Спеціалізована періодика з поліграфії

(58)

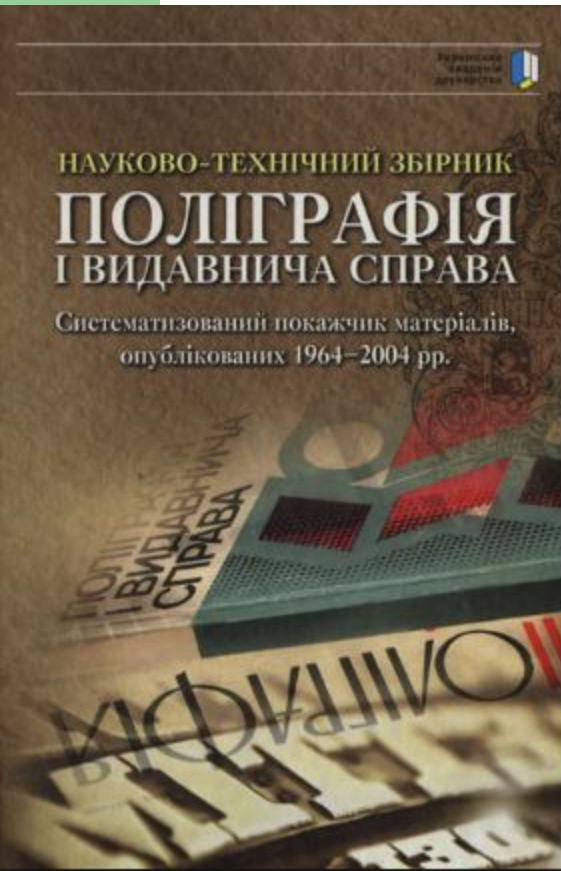
print
plus

БУМАГА И ПОЛИГРАФИЯ

ПОЛИГРАФИЯ
УКРАЇНИ
справочник

НАУКОВО-ТЕХНІЧНИЙ ЗБІРНИК
ПОЛІГРАФІЯ
І ВИДАВНИЧА СПРАВА

Систематизований покажчик матеріалів,
опублікованих 1964–2004 рр.



Вихід українських поліграфічних підприємств на зовнішні ринки

- На зарубіжних ринках успішно працюють деякі українські виробники картонної та гнучкої упаковки, друкарні, орієнтовані на друк журнальної, каталожної та подібної продукції.