Саутенкова А.И.,преподаватель кафедры МТП

**Полиграфия на распутье: что дальше?**

В настоящее время современное производство всё время находится в роли догоняющего тенденции времени: стремительно развивающиеся технологии и запросы потребителей. В то же время экономические реалии не всегда позитивного характера вносят свою лепту в его развитие. Не стала исключением и полиграфия, поскольку эта отрасль промышленности с одной стороны является высокотохнологичной, а с другой стороны имеет глубокие традиции, с многовековой историей. Как совместить эти две, на первый взгляд, несовместимые тенденции и в погоне за новым не растерять прошлые наработки?

К сожалению, редко кому удаётся мобильно изменяться в соответствии с законами времени и рынка. Нужно быть провидцем, а иногда и авантюристом, чтобы решиться кардинально поменять технологии, ассортимент и мышление.

Большую роль играет тот фактор, что оборудование приобретается под определённую технологию. Капитальные вложения достаточно высоки, поэтому предприятия становятся заложниками собственных идей. Необходимо окупить оборудование и найти новые средства на модернизацию технопарка.

При анализе современного полиграфического рынка можно выявить несколько не слишком оптимистичных тенденций:

* Рынок печатной продукции неотвратимо снижается;
* Источники информации становятся всё более разнообразными;
* Цены на бумаги повысились на 20-30%;
* Государственная поддержка не оказывается;
* Таможенные пошлины на ввозимые расходные материалы слишком высоки, а на вывозимый, наоборот, низкие.

Все эти факторы нанесли сокрушительный удар по развитию отрасли.

Совсем недавно невозможно было представить себе жизнь без утренней газеты, нарядного журнала или вкусно пахнущей краской книги. Сейчас книга превратилась в очень дорогое удовольствие. Цены на неё неоправданно высоки. Конечно, многое зависит от дорогих материалов, бумаги и картона, да и всемирная паутина настолько проникла в повседневную жизнь, что совершенно исчезла необходимость покупать, а тем более выписывать газету, гоняться за литературными новинками и уж тем более собирать макулатуру, чтобы получить вожделенный томик.

Но тем не менее востребованность в печатных изданиях остаётся. И, к сожалению, это отражается на тиражах - они катастрофически сокращаются. Если проследить эту тенденцию на примере Смоленского полиграфкомбината, то можно заметить, что средняя тиражность продукции уменьшается с каждым годом, а в 2016 году сократилась по сравнению с 2014 в два раза.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | | | |
| Таблица 1 – Средняя тиражность |  |  |  |
| Вид переплёта | 2016 год | 2015 год | 2014 год |
| Книги в твёрдом переплёте тыс. экз. | 11,3 | 14,8 | 28,5 |
| Книги в интегральном переплёте тыс. экз. | 10,9 | 14 | 21 |
| Брошюра №3 , тыс. экз. | 8,2 | 11 | 15,4 |
| Брошюра №1 ( на скобе) тыс. экз. | 18,4 | 23,9 | 29,5 |

Каким путём пойдёт развитие полиграфии по данным ведущих специалистов? Какие изменения произойдут?

В первую очередь к таким изменениям относится повсеместное проникновение цифровых технологий. Так, в 2015 году доля цифровой печати в объеме печатной и упаковочной продукции в стоимостных показателях составляла 13,9%, но всего 2,5% в объеме производства. Переход к цифре будет усиливаться и к 2020 году составит 17,4% в стоимостном показателе и 3,4% в объеме производства. Цифровая печать, струйная и тонерная, по-прежнему остается экономически выгодной только в случае малотиражных заказов. И данная тенденция будет усиливаться по мере появления нового печатного оборудования с большей производительностью, которое сможет нивелировать разницу в себестоимости оттиска на больших тиражах. Новое поколение печатных машин располагает рядом дополнительных преимуществ:

* пятым цветом в стандартной комплектации, обеспечивающим ряд дополнительных эффектов. Так в машинах Xeikon 5-й тонер гарантирует широкий цветовой охват, возможность печати белым, прозрачным или специальным защитным тонером. Дополнительные тонеры в 7-красочной Domino N610i дают пользователям уникальную функцию текстурной печати;
* интегрированными секциями допечатной обработки, снижающими необходимость покупки дополнительного постпресс-оборудования и упрощающих рабочий поток. В частности, на drupa 2016 Xeikon продемонстировал концепцию Fusion, позволяющую посредством одного рабочего процесса в линию получить готовую упаковку с послепечатными эффектами. Первые конфигурации, реализованные в рамках концепции, уже нашли покупателей;
* широкими возможностями по выбору запечатываемых материалов.

По мнению аналитиков SmithersPira, объем струйной печати к 2021 году вырастет до $91,5 млрд с ежегодным приростом в 8,2%. Рынок термальной печати вырастет до $38,9 млрд к 2021 с ежегодным приростом в 3,9%.

Флексографская и офсетная печать останутся наиболее популярными технологиями.



*Рис. 1- Планы типографий по инвестициям в оборудование на ближайший год*

Приобретение цифровой техники само по себе не приносит ожидаемого эффекта. Необходима разработка целого комплекса бизнес-процессов, включая организацию продаж, взаиморасчетов, обработки заказов, подготовки к печати, хранения данных, логистики и многого другого. Важно правильно позиционировать предприятие на рынке, использовать эффективные пути информирования потенциальных заказчиков о предоставляемых новых работах и услугах, организовывать совместное сотрудничество в бизнесе.

Сложившаяся в последнее время тенденция развития книжного рынка будет определять состояние книжного полиграфического производства и в последующие годы. Наряду с продолжением концентрации выпуска книг в ограниченном числе базовых типографий увеличится число малых книжных предприятий, в том числе с использований технологий цифровой печати во всех без исключения регионах страны. Увеличивается количество типографий с онлайновым доступом для потребителя, которые стремительно развиваются в последние годы. Обеспечивая удобство и легкость бизнес-взаимодействия, эти новые структуры уже составляют большую конкуренцию малым типографиям на местах и будут активнее вытеснять их с полиграфического рынка в последующем.

В целом, главной задачей для отечественной полиграфии является сохранение вектора развития, предоставление издающим организациям всех видов новых возможностей и преимуществ печатного носителя информации и, одновременно, на основе диверсификации производственных процессов освоение новых сегментов рынка.

Список использованных источников:

1. Отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии :Российская полиграфия . Состояние, тенденции и перспективы развития. – 2016, 81с.

2. [Мachouse.ua](http://machouse.ua/press-center/s2/publications/percpektivy-polihrafii.html?utm_source=newsletter&utm_medium=e-mail&utm_campaign=machouse-news-3_2016) по материалам smitherspira.com, infotrends.com, drupa Global Trend Reports